

Маврїду Вікторія Юрїївна

Харківський національний економічний університет, м. Харків

МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Представлено системний підхід до управління розвитком промислових підприємств. Розкрито сутність основних складових системи управління розвитком підприємства.

Presented a systematic approach to management the development of industrial enterprises. The essence of the main components of the system development management company.

Умовою ефективного функціонування вітчизняних промислових підприємств в сучасних економічних умовах становиться їх здатність адаптуватися до змін у зовнішньому середовищі з метою подальшого сталого розвитку. В цих умовах аналіз та визначення способів розвитку промислового підприємства набувають особливого значення.

Для покращення показників своєї діяльності промисловим підприємствам необхідно застосовувати способи розвитку, які б дозволили підвищити їх конкурентоспроможність на вітчизняному та світовому ринках.

Вивчення та узагальнення теоретичних та методичних аспектів управління розвитком дає змогу представити авторське бачення системи управління розвитком підприємства у наступному вигляді (рис. 1).

Основою системного підходу до управління розвитком підприємства, який представлено на рис. 1, є дотримання принципів системності. До системних принципів відносяться: принцип кінцевої мети, принцип вимірювання, принцип еквівіфінальності, принцип єдності, принцип зв'язності, принцип модульної побудови, принцип ієрархії, принцип функціональності, принцип розвитку, принцип децентралізації, принцип невизначеності.

Тому вважається доцільним використання цих принципів в системному підході до управління розвитком підприємства.

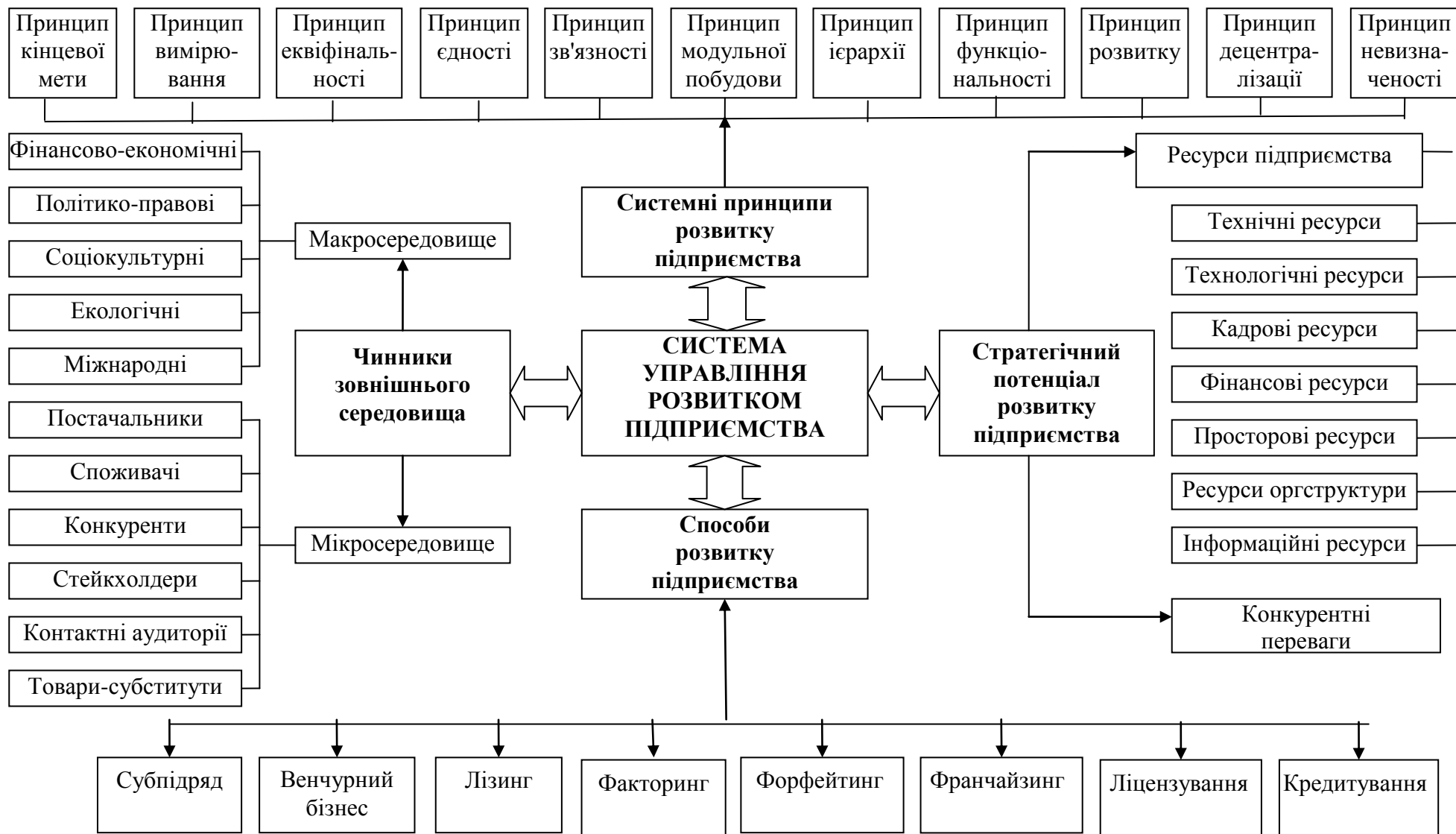


Рис. 1. Складові системи управління розвитком підприємства

Підприємство, згідно системного підходу, розглядається як система ресурсів, які вступають до взаємодії та обумовлюють досягнуті результати.

Технічні ресурси: особливості виробничого обладнання, інвентарю, матеріалів, що використовуються та ін.

Технологічні ресурси: динамічність технологічних змін та інновацій, наявність наукових розробок та ідей.

Кадрові ресурси: кваліфікаційний та демографічний склад працівників, їх спроможність реалізувати цілі і завдання підприємства.

Фінансові ресурси: стан активів, їх ліквідність, можливість та обсяги отримання кредитів.

Просторові ресурси: характер виробничих приміщень, території підприємства, комунікацій, можливість розміщення та ін.

Ресурси оргструктури: характер та гнучкість системи управління.

Інформаційні ресурси: характер інформації про внутрішнє та зовнішнє середовище, можливість її розширення та ін.

Кожен з цих видів ресурсів визначає певні можливості підприємства щодо досягнення стратегічних цілей діяльності та ефективного розвитку.

До стратегічного потенціалу розвитку підприємств відносяться також ключові фактори успіху або конкурентні переваги.

Конкурентні переваги базуються на: науково-технічному рівні виробництва та продукту; рівні маркетингу; рівні менеджменту; організаційно-технічному рівні виробничих процесів; фінансово-економічному рівні підприємства; рівні персоналу тощо.

Конкурентні переваги формують конкурентоспроможність: товару, виробництва, підприємства, галузі, держави тощо. Наявність стратегічного потенціалу залежить не тільки від переліку наявних ресурсів та визначення конкурентних переваг, але й від здібності підприємства до їх оптимального використання.

Ефективне управління розвитком підприємства полягає не тільки у дослідженні його внутрішнього потенціалу, але й у швидкій адаптації

підприємства до зовнішніх змін.

Аналіз економічної літератури показав, що зовнішнє середовище функціонування підприємства розділяється на два рівні; критерієм проведення границі між ними є ступінь масштабності впливу факторів: макросередовище (середовище непрямого впливу) і мікросередовище (середовище безпосереднього впливу). У результаті логіко-економічного аналізу виділені наступні фактори зовнішнього середовища:

у складі макросередовища: фінансово-економічні, політико-правові, техніко-технологічні, соціокультурні, екологічні і міжнародні фактори;

у складі мікросередовища: постачальники, споживачі, конкуренти, стейкхолдери, контактні аудиторії і товари-субститути.

Сучасні ринкові умови вимагають від промислових підприємств більшого використання сучасних способів розширення бізнесу для підвищення ефективності своєї діяльності. Саме тому, система управління розвитком підприємства повинна містити методи розвитку, які базуються на сучасних формах підприємництва: субпідряд, лізинг, франчайзинг, венчурний бізнес та ін. Ці форми підприємництва забезпечують єдиний взаємовигідний обіг інформаційних, технологічних, сировинних, фінансових та кадрових ресурсів.

Субпідряд є організаційною формою виробничої кооперації малого й великого підприємництва. Під час таких відносин малі підприємства, які спеціалізуються на подетальному, технологічному, модельному, спеціальному виробництві, постачають свою продукцію великому підприємству, що виробляє значно більші промислові об'єми. Субпідряд дає змогу великим підприємствам значно удосконалити виробничий цикл і збільшити обсяги своїх робіт, значну частину яких вони на контрактній основі передають малим і середнім підприємствам. Також субпідряд дозволяє спростити управління виробництвом, суттєво зменшивши коло прямих постачальників комплектуючих, що працюють на умовах підряду.

Венчурний бізнес – це система економічних відносин між великими й малими підприємствами з метою застосування науково-технічних досягнень. У

більш широкому розумінні, венчурний бізнес – це форма розширеного відтворення фінансового капіталу завдяки динамічному оновленню продукції та вдосконаленню технологічної бази виробництва, розвитку нових ринків під впливом науково-технічного прогресу.

Лізинг — це господарська діяльність, спрямована на інвестування власних чи залучених коштів, яка полягає в наданні за договором лізингу однією стороною (лізингодавцем) у виключне користування другій стороні (лізингоодержувачу) на визначений строк майна, що належить (лізингодавцю) або набувається ним у власність (господарське відання) за дорученням чи погодженням лізингоодержувача у відповідного постачальника (продавця) майна, за умови сплати лізингоодержувачем періодичних лізингових платежів. яке майно є об'єктом лізингу [1].

За договором факторингу (фінансування під відступлення права грошової вимоги) одна сторона (фактор) передає або зобов'язується передати грошові кошти в розпорядження другої сторони (клієнта) за плату, а клієнт відступає або зобов'язується відступити факторові своє право грошової вимоги до третьої особи (боржника) [2].

Форфейтинг (від франц. а *forfait* – повністю) – це специфічна форма кредитування зовнішньоекономічних операцій шляхом купівлі комерційним банком (форфейтором) в експортера боргових зобов'язань, акцептованих імпортером, тобто експортер переуступає банку свої вимоги до покупців. Основна вимога форфейтингу полягає у тому, що всі ризики за борговим зобов'язанням переходять до форфейтора без права повернення до продавця зобов'язання і тому форфейтор вимагає гарантій банку країни-експортера [3].

Франчайзинг являє собою форму господарської інтеграції малого та крупного бізнесу, що заснована на довгостроковому співробітництві двох або декількох незалежних господарюючих суб'єктів, при якій велика компанія (франчайзер) надає на платних умовах індивідуальному підприємцеві або групі підприємців (франчайзі) право використовувати у підприємницькій діяльності комплекс виключних прав, а також здійснює технічну, маркетингову

та консультаційну підтримку протягом терміну дії договору франчайзингу.

Серед проблем, які дозволить вирішити використання франчайзингу, підприємствами насамперед, слід зазначити наступні:

- обмежена кількість вітчизняних брендів;
- неповне завантаження виробничих потужностей;
- відсутність вільних оборотних коштів на відкриття власних магазинів;
- відсутність розвинутої мережі оптово-роздрібної торгівлі;
- недостатній рівень застосування систем маркетингу;
- висока питома вага збиткових підприємств;
- тенденція до зниження зайнятості в галузі;
- зниження показники виробництва та реалізації у галузі та ін.

Саме використання франчайзингу дозволить ефективно розвивати систему розподілу за рахунок розширення каналів збуту продукції без необхідності вкладення значних власних коштів та дозволить промисловим підприємствам України вийти на якісно новий рівень збуту своєї продукції не тільки на внутрішньому, але й на зовнішніх ринках.

Таким чином, умовою успішної діяльності промислового підприємства є його цілеспрямований керований розвиток, який відбувається за допомогою ефективних в сучасних умовах способів розвитку.

ЛІТЕРАТУРА

1. Господарський кодекс України // ВВР, 2003, №№ 19-20; № 21-22, Ст. 144.
2. Цивільний кодекс України // ВВР, 2003, №№ 3 40-44, Ст. 356.
3. Форфейтинг як форма кредитування зовнішньоекономічних операцій // Газета Цінні папери України № 47 (187) 13 грудня 2001 р. // [Електронний ресурс]. Режим доступу // <http://securities.org.ua/>