

МІЖРЕГІОНАЛЬНА
АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ



КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ МЕНЕДЖМЕНТУ В УКРАЇНІ

*Матеріали Четвертої
Всеукраїнської наукової конференції,
м. Київ – Дубаї (ОАЕ), 28 лютого – 5 березня 2012 р.*

Київ
ДП «Видавничий дім «Персонал»
2013

Видання здійснене в рамках проекту “Наукові праці МАУП”

К65

Концептуальні засади формування менеджменту в Україні:
Матеріали Четвертої Всеукр. наук. конф., м. Київ – Дубаї (ОАЕ),
28 лют. – 5 берез. 2012 р. / МАУП; уклад. О. В. Баєва, Н. І. Новальська,
Л. В. Старих. — К.: ДП “Видавничий дім “Персонал”, 2013. — 292 с.

До збірника увійшли доповіді пленарних та секційних засідань, в яких розглядалися питання управління стратегічним зростанням конкурентоспроможності підприємств, сучасних аспектів управління персоналом, управління освітою та методики викладання у вищій школі, концепцій розвитку управління бізнесом, проблем та перспектив розвитку менеджменту в галузі охорони здоров’я.

Для науковців, освітян, менеджерів різних рівнів управління, а також усіх, хто цікавиться проблемами менеджменту та розвитком управлінської думки в Україні.

ББК 65.9(4УКР)290-2я43

© Міжрегіональна Академія управління
персоналом (МАУП), 2013

© ДП “Видавничий дім “Персонал”, 2013

М. О. Левченко, М. С. Дученко Методика оцінки потенціалу розвитку туризму в регіоні	184	І. В. Гуріна Сучасний стан та перспективи роз- витку фармацевтичного ринку України.....	226
В. В. Баєв Менеджмент якості підприємств туристичної індустрії	187	Л. С. Головкова Системне управління корпорацією в контексті розвитку регіону	231
М. О. Левченко, В. М. Левченко Ефективність управління бізнес-процесами торговельного під- приємства	191	О. В. Баєва Біологічна природа керівництва та лідерства	236
Н. М. Левандовська Аналіз впливу факторів на основні економічні показники роботи підпри- ємства.....	195	В. М. Порохня Управління знаннями — потенціал інтелектуального капіталу в забезпеченні конкурентоспромож- ності підприємств галузі.....	240
О. М. Січкач Аналіз економічного потенціалу під- приємства по виробництву товарів народного споживання	198	А. О. Фісун Інноваційний менеджмент: перспектива інтенсивного розвитку економіки України.....	244
В. І. Гриценко Формування системи ефективного корпоративного управління в Україні	201	Т. В. Самойленко Реформи вищого образования в Украине: опыт и проблемы	249
Н. В. Недашковська Аналіз фармацевтичного ринку України в аспекті асортименту антиретровірусних препаратів ..	206	А. О. Білоус Соціально-психологічні виміри аналізу громадської активності та громадського лідерства	253
І. А. Корінчевська Принципи формування перспектив- ної моделі розвитку служби охорони здоров'я матері та дитини	211	К. В. Павлов Особенности управления экономикой в условиях воспроизводственных диспропорций	259
О. В. Баєва Підготовка керівних кадрів у сфері охорони здоров'я: міжнарод- ний досвід	215	И. И. Климкова Евроинтеграция в высшем образо- вании: о некоторых практических аспектах внедрения.....	263
Л. В. Старих Підготовка фахівців з маркетингу медицини та фармації відповідно до вимог освітньо-професійної програми	222	С. О. Прокоф'єва Розвиток компетенцій як основний об'єкт стратегічного управління персоналом	267

АНАЛІЗ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА ПО ВИРОБНИЦТВУ ТОВАРІВ НАРОДНОГО СПОЖИВАННЯ

За нових ринкових умов господарювання всі підприємства одержали повну оперативну самостійність — яку і скільки випускати продукції, з ким співробітничати і кому продавати свої вироби, як організовувати і, відповідно, планувати всі виробничі процеси. Зрозуміло, що ця свобода дій надається для належного врахування кон'юнктури ринку, його потреб і вимог.

Правильно вибрана стратегія виробництва і належні обсяги випуску продукції забезпечують бажаний обсяг реалізації і відповідні масштаби цієї діяльності прибутки. Тому виробнича діяльність підприємства, врешті-решт, жорстко зумовлюється загальною економічною ситуацією, галузевими пропорціями і платоспроможним попитом населення.

У процесі аналізу виробничої діяльності підприємства потрібно розглянути такі питання [1]:

а) якість планування виробництва, напруженість і обґрунтованість планів діяльності як у цілому, так і окремих виробничих підрозділів;

б) оцінка виконання планів виробництва, постачання і реалізації продукції; динаміки обсягів виробництва;

в) визначення основних факторів, що впливали на загальні обсяги виробництва протягом останніх років і, зокрема, у звітному періоді;

г) взаємозв'язок і взаємозумовленість показників обсягу виробництва, реалізації, асортименту, якості виробів тощо;

д) визначення внутрішньогосподарських резервів зростання обсягів випуску продукції і реалізації, а також розробка заходів щодо їх використання.

Для виконання аналітичного дослідження використовують статистичну звітність про виробництво продукції (форма № 1-п), а також планові матеріали відповідного відділу і бухгалтерські дані (про випуск, відвантаження і реалізацію продукції), інші оперативні дані виробничої діяльності. Бажано також ознайомитись із залишками незавершеного виробництва, готової продукції на складі і товарів відвантажених (форма № 1).

Аналіз обсягів виробництва продукції. Аналіз зазвичай починають з оцінки того, як виконано план виробництва в цілому по підприємству і в розрізі його основних виробничих одиниць, які були рівні виконання

по місяцях і кварталах звітного періоду, визначають причини можливих невдач і винних у цьому осіб.

Зважаючи на складне економічне становище в країні, повсюдний спад виробництва, доцільно особливо уважно вивчити динаміку обсягів випуску продукції на нашому підприємстві. При цьому використання натуральних вимірників обсягів випуску продукції найдоречніше, оскільки дає змогу запобігти переключенням, які заподіює інфляція. Якщо ці вимірники не можна використати, то обсяги вимірюють у незмінних цінах.

Аналізуючи динаміку обсягів виробництва, потрібно обов'язково визначити, які фактори спричинили таку тенденцію розвитку й відокремити ті, що діяли на народногосподарському рівні, тобто були зовнішніми. Справді, у нашому прикладі цементне виробництво, яке дуже пов'язане з будівництвом, зазнало спаду за браком інвестицій у зв'язку з кризою в економіці України [3].

Проте внутрішні фактори заслуговують на увагу не менше. Обсяг виробництва можна збільшити, використовуючи більш коштовні матеріали і, відповідно, піднімати ціну виробів, або, навпаки, збільшувати у складі рецептур дешеві компоненти, а зекономлені дефіцитні спрямовувати на додатковий випуск продукції. Усі заходи щодо розвитку спеціалізації та кооперації також помітно впливають на обсяги виробництва. Регулювання рівня якості та зміни асортименту були улюбленими засобами збільшення обсягів виробництва на підприємствах і в цілих галузях промисловості колишньо-

го СРСР. До речі, сучасний ринок ефективно бореться з цими “хитрощами” простим зниженням попиту.

Аналіз асортименту і структури випуску продукції. Одним із важливих напрямів деталізації обсягу випуску продукції є вивчення його в асортиментно-структурному розрізі [3].

Під *асортиментом* розуміють перелік вироблюваних видів продукції із зазначенням обсягів випуску. Більш вузьким поняттям є *номенклатура* випуску, яка характеризує тільки кількість, різноманітність продукції, що виробляється.

І нарешті, *структура* — це співвідношення окремих виробів у загальному обсязі виробництва, вираженому здебільшого у відсотках. Зміна асортименту порівняно з планом призводить до асортиментних, а структури випуску — структурних зрушень. Загалом ці явища тісно пов'язані один з одним і тому ми маємо єдині асортиментно-структурні зрушення у випуску продукції.

Розрахунок показників виконання плану асортименту здійснюють трьома способами. Перший має назву “спосіб найменшого числа”, суть якого — у виборі меншої із двох сум. Інакше кажучи, береться фактична сума, але за умови, якщо вона не перевищує планове завдання. Другий спосіб вимагає брати як загальний показник найменший процент виконання плану серед усіх виробів, тобто 50 %, а у вираженні коефіцієнта — 0,5.

Третій спосіб пропонує знаходити співвідношення кількості виробів з повним виконанням плану й кількості планових позицій. Цей показ-

ник має “справу” з номенклатурою продукції і звідси його назва “коефіцієнт номенклатурності”.

Отже, зважаючи на всі способи, план з асортименту суттєво не виконано. При аналізі необхідно звернути увагу на розширення й оновлення асортименту. Істотним недоліком є те, що підприємство продовжило виробництво застарілої продукції “Є”. Це явна недоречність, адже застаріла продукція не має попиту на ринку.

І ще. Зараз не можна пояснювати зрушення в асортименті й структурі випуску продукції якимись “об’єктивними” причинами, адже всі вони оперативно враховуються на самому підприємстві шляхом коригування планових завдань. Тому будь-які відхилення при виконанні плану — це відверто погана праця виконавців і адміністраторів низових ланок (дільниць, цехів, філіалів).

Завершуючи аналіз, слід дати оцінку проведеної роботи щодо підготовки нових зразків продукції для виробництва і загалом стану науково-дослідних і конструкторських розробок, які можуть бути запорукою майбутніх успіхів підприємства.

Отже, в сучасних умовах господарювання великого значення набуває поліпшення якості продукції, що виробляється. Це потрібно усвідомлювати, але не на словах, як це здебільшого було раніше, а повсякденно й копітко займатися цією справою. Ті підприємства, які не позбулися старих стереотипів у роботі, в тому числі нехтували якістю продукції, нині зазнали відчутних втрат у конкурентній боротьбі з іноземними виробниками. Красномовним прикладом є робота взуттєвої промисловості, і загалом усієї легкої промисловості України.

Література

1. *Житна І. П. та ін.* Економічний аналіз господарської діяльності підприємств: Навч. посіб. — К.: Вища шк., 1992.
2. *Муравьев А. И. и др.* Анализ внешне-экономической деятельности предприятий. — М.: Финансы и статистика, 1991.
3. *Шеремет А. Д. и др.* Теория экономического анализа. — М.: Финансы и статистика, 1995.