

## СПОСОБИ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

© Залуцький В.П., 2008

**Розглянуто сутність етично-регуляторної системи соціально-економічного розвитку, зокрема виділено її складові елементи та взаємозв'язки між ними. Сформульовані висновки і пропозиції, адресовані керівникам вищого рівня управління машинобудівних підприємств.**

**Essence of the ethyco-regulatori system of socio-economic development is considered in the article, in particular it is selected component elements and intercommunications between them. Conclusions and suggestions are formulated addressed the leaders of higher level of management of machine-building enterprises.**

**Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими та практичними завданнями.** Сьогодні машинобудівні підприємства перебувають у різній формі власності і переслідують різні стратегічні цілі, що є результатом реалізації політики роздержавлення і приватизації промислових підприємств. У таких умовах кожне підприємство самостійно встановлює соціально-економічні орієнтири розвитку і, враховуючи власні можливості та інтереси, обирає найдоцільніші шляхи оптимізації значень показників соціально-економічного розвитку. Науковці і керівники машинобудівних підприємств стверджують, що вибір способу підвищення рівня соціально-економічного розвитку машинобудівних підприємств є доволі проблематичним. Передусім проблема полягає у відсутності дієвого підходу, методики чи системи до ідентифікування фактичного рівня соціально-економічного розвитку і вироблення раціонального управлінського рішення щодо його підвищення. Розв'язання вказаної проблеми пов'язане із розробленням держбюджетної теми кафедри менеджменту і міжнародного підприємництва Національного університету “Львівська політехніка” «Формування та використання механізмів інноваційного розвитку виробничо-господарських структур» (номер державної реєстрації №0104U002289), затвердженої рішенням НТР НУЛП, протокол №12 від 24.04.2003 р.

**Цілі статті.** Метою статті є розроблення етично-регуляторної системи як науково-методичного підходу з вибору доцільного способу підвищення рівня соціально-економічного розвитку машинобудівного підприємства.

**Аналіз останніх публікацій, в яких започатковано розв'язання проблеми.** Ознайомлення з науковими працями, які присвячені проблемам соціально-економічного розвитку [1–18], дає змогу стверджувати, що більшість з них присвячені проблемам макросередовища. Ті ж, що розглядають розвиток на мікрорівні, в основному висвітлюють концептуальні аспекти соціально-економічного розвитку, а саме його сутнісні ознаки, функції, фактори, ефекти тощо. Проведені дослідження дають змогу стверджувати, що фрагментарно дослідженими є питання, що стосуються методико-прикладного забезпечення соціально-економічного розвитку організацій.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Для того, щоб підвищити рівень соціально-економічного розвитку (СЕР) машинобудівного підприємства, необхідно встановити досягнутий

рівень розвитку і мати інформацію про фактори, які впливатимуть на підприємство протягом найближчого часу. Як один із варіантів досягнення цієї мети розглянемо етико-регуляторну систему СЕР машинобудівного підприємства. Серед її компонентів доцільно виділити:

- систему показників, за якими здійснюватиметься моніторинг;
- фактори, які засвідчують наявність або відсутності доцільності зміни пріоритетів СЕР;
- способи аналізу і трактування факторів;
- технологію вироблення і реалізації управлінських рішень.

Як відомо, будь-яка система є сукупністю взаємопов'язаних елементів, тому при побудові системи показників, за якими доцільно здійснювати моніторинг соціально-економічного розвитку, необхідно факторні і результативні показники розглядати як елементи системи. Підбір показників для побудови системи безпосередньо залежить від наявності взаємозв'язків між ними. Ця система, як видно з рис. 1 і 2, складається із двох груп показників. Перша група характеризує економічний розвиток машинобудівного підприємства, а друга – соціальний. Ці групи є підсистемами системи показників, які будуть об'єктами моніторингу досягнутого рівня соціально-економічного розвитку підприємства. До результативних показників економічного розвитку машинобудівного підприємства належать: зміна обсягів виробництва машинобудівної продукції, зміна величини активів підприємства і джерел їх фінансування, зміна продуктивності праці на підприємстві, зміна рівня інвестиційного клімату на машинобудівному підприємстві, зміна середнього розміру заробітної плати на машинобудівному підприємстві тощо. Щодо факторних показників, то ними є ті показники, на основі значень яких розраховуються результативні показники. До них належать: обсяг виробництва машинобудівної продукції у звітному і базовому періодах, рівень продуктивності праці у звітному і базовому періодах, обсяг активів підприємства у звітному і базовому періодах, рівень інвестиційного клімату на підприємстві у звітному і базовому періодах, середній розмір заробітної плати на машинобудівному підприємстві у звітному і базовому періодах.

В основу виділення результативних і факторних показників соціального розвитку машинобудівного підприємства покладено такий самий принцип, як і при класифікації показників економічного розвитку. До результативних показників соціального розвитку включено зміну кількості робочих місць на машинобудівному підприємстві, зміну рівня безпеки діяльності на підприємстві, зміну кількості нещасних випадків під час виробництва машинобудівної продукції, зміну кількості працівників, які перебувають на індивідуальних пенсійних програмах. До факторних показників соціального розвитку належать: кількість робочих місць на підприємстві у звітному і базовому періодах, рівень безпеки діяльності на підприємстві у звітному і базовому періодах, кількість нещасних випадків під час виробництва машинобудівної продукції у звітному і базовому періодах, кількість працівників, які перебувають на індивідуальних пенсійних програмах у звітному і базовому періодах. Узагальнювальні показники СЕР машинобудівного підприємства за своїм спрямуванням можуть набувати значень тотожних або протилежних. Загалом таких варіантів є чотири:

1) значення узагальнювального показника економічного розвитку є позитивним, тобто часткові значення показників економічного розвитку належать до першої і третьої зон запропонованої чотиривимірної моделі, а значення узагальнювального показника соціального розвитку є негативним, тобто часткові значення показників соціального розвитку належать до другої і четвертої зон;

2) значення узагальнювального показника соціального розвитку є позитивним, тобто часткові значення показників соціального розвитку належать до першої і третьої зон запропонованої чотиривимірної моделі, а значення узагальнювального показника економічного розвитку є негативним, тобто часткові значення показників економічного розвитку належать до другої і четвертої зон;

3) значення узагальнювальних показників економічного і соціального розвитку є позитивними, тобто часткові значення показників економічного і соціального розвитку належать до першої і третьої зон запропонованої чотиривимірної моделі;

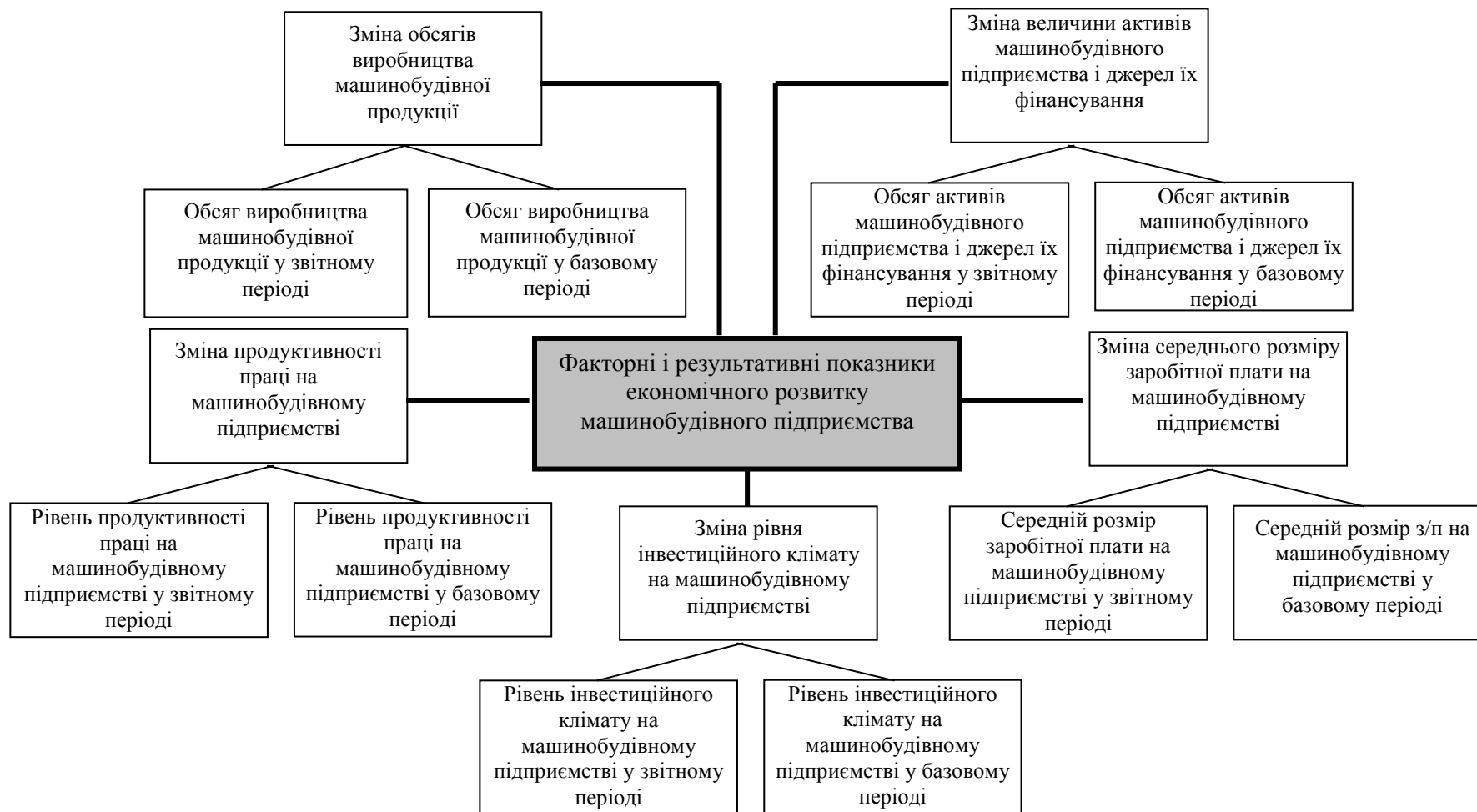


Рис. 1. Факторні і результативні показники економічного розвитку машинобудівного підприємства

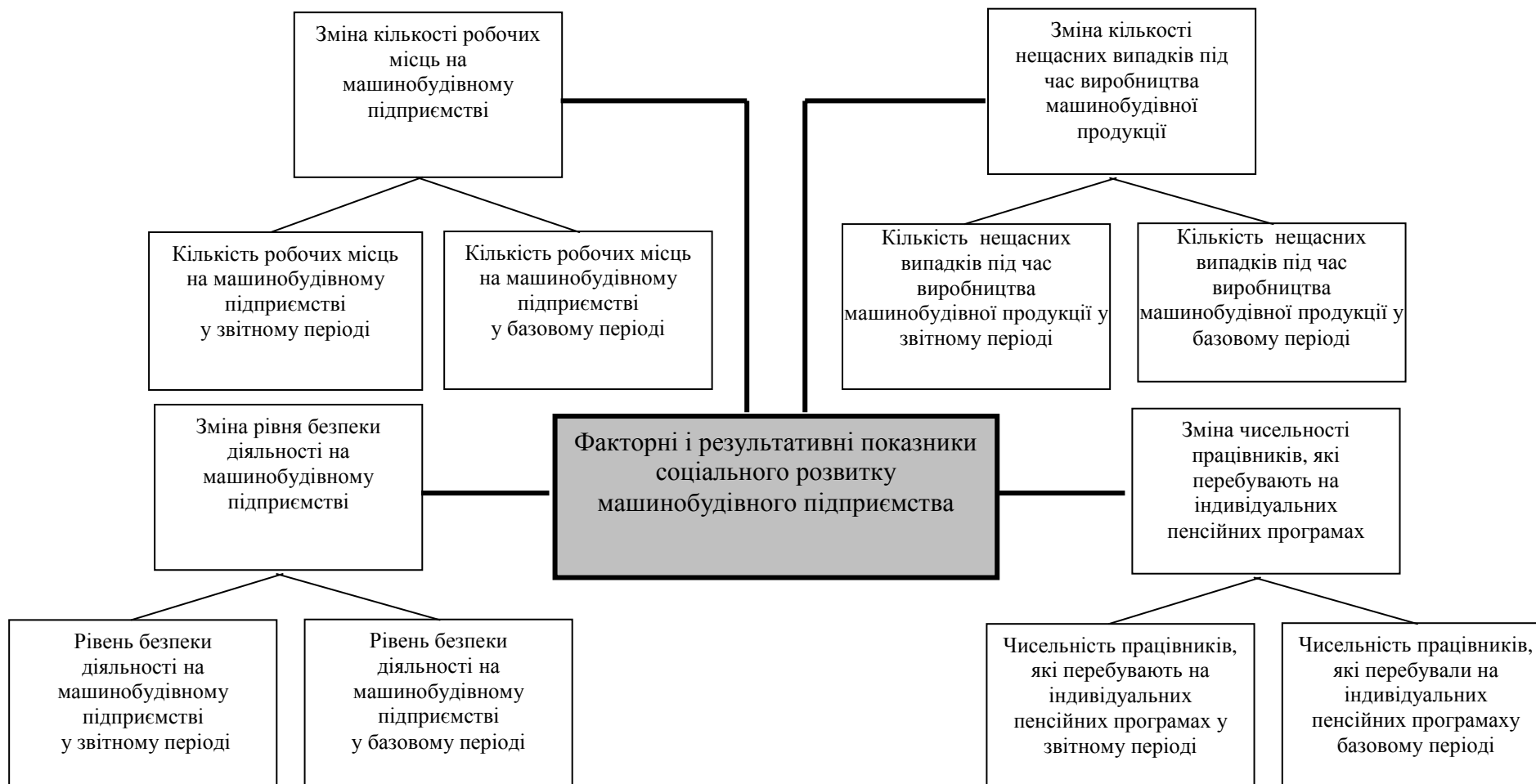


Рис. 2. Факторні і результативні показники соціального розвитку машинобудівного підприємства

4) значення узагальнювальних показників економічного і соціального розвитку є негативними, тобто часткові значення показників економічного і соціального розвитку належать до другої і четвертої зон запропонованої чотиривимірної моделі.

Для того, щоб керівники машинобудівного підприємства могли забезпечувати заплановані значення показників соціально-економічного розвитку, необхідно аналізувати фактори, які вплинули на вже досягнутий рівень СЕР. На рис. 3 наведено класифікацію факторів, які засвідчують наявність або відсутність доцільності зміни пріоритетів соціально-економічного розвитку машинобудівного підприємства. Фактори за відношенням до середовища підприємства розподілено на внутрішні (стратегічні цілі соціально-економічного розвитку, ресурси соціально-економічного розвитку, права власності на майно, організаційна структура управління тощо) і зовнішні (правове середовище, рівень конкуренції, стан економіки тощо). Важливим аспектом цієї класифікації є те, що виділення кожного з факторів здійснено із врахуванням можливості чіткого встановлення його стану стосовно СЕР машинобудівного підприємства, зокрема стратегічні цілі СЕР можуть бути досягнутими або недосягнутими, ресурси СЕР, як і права власності на майно, можуть бути наявними або відсутніми, організаційна структура управління машинобудівним підприємством може відповідати або не відповідати потребам, правове середовище, у якому діє машинобудівне підприємство, може стимулювати або навпаки гальмувати СЕР, рівень конкуренції може бути високим або низьким, а стан економіки можна трактувати як зростаючий або спадаючий.

Одним із елементів етично-регуляторної системи СЕР машинобудівного підприємства є способи аналізу і трактування факторів. Тут передусім йдеться про інформаційне забезпечення керівників підприємства. Із теорії статистики відомо, що дані (інформацію) можна отримувати за допомогою спеціально організованих статистичних спостережень, а також за допомогою отримання звітності. Звітність як одна з форм отримання даних найбільш прийнятна для формування інформації про фактори внутрішнього середовища машинобудівного підприємства. З огляду на це, від рівня розвитку управлінської звітності залежить рівень поінформованості керівників підприємств. Управлінська звітність має низку відмінностей від інших видів звітності, зокрема від статистичної і фінансової. Найважливішими відмінностями є: 1) управлінська звітність не має регламентованої форми; 2) не існує нормативів щодо періодичності подання управлінської звітності; 3) управлінська звітність може містити інформацію в описовому, натуральному, грошовому або інших вимірах. Враховуючи це, корисність інформації, яка отримується з управлінської звітності, залежить від самих керівників підприємства, зокрема від того, наскільки чітко і своєчасно вони вміють поставити завдання підлеглим і наскільки добре володіють методами обробки отриманої інформації.

Щодо спеціально організованих статистичних спостережень, то їх доцільно використовувати стосовно дослідження факторів зовнішнього середовища. Окремі науковці зазначають, що спеціально організоване статистичне спостереження проводять тоді, коли: не можна застосувати звітність; скласти звітність не раціонально; необхідно докладно вивчити явище; потрібно перевірити вірогідність даних звітності. Збирати інформацію про фактори, які засвідчують наявність або відсутність доцільності зміни пріоритетів СЕР, можна за допомогою різних видів спостережень: поточних, періодичних, одноразових, безпосередніх, документованих, опитувальних, вибіркових, монографічних, анкетних тощо. Найважливішими аспектами програмно-методологічних і організаційних питань статистичних спостережень є: визначення мети і завдання спостереження; визначення об'єкта та одиниці спостережень; вибір виду, форми і способу спостереження; складання програми спостережень. До організаційних питань статистичного спостереження належать визначення часу спостереження, часу і місця проведення спостереження, комплексу підготовчих робіт, а також заходів, що забезпечують вірогідність даних. Комплекс підготовчих робіт передбачає: складання списків одиниць спостереження, добір та підготовку кадрів, забезпечення транспортом, інструментарієм, фінансами тощо [19, с. 10–13].

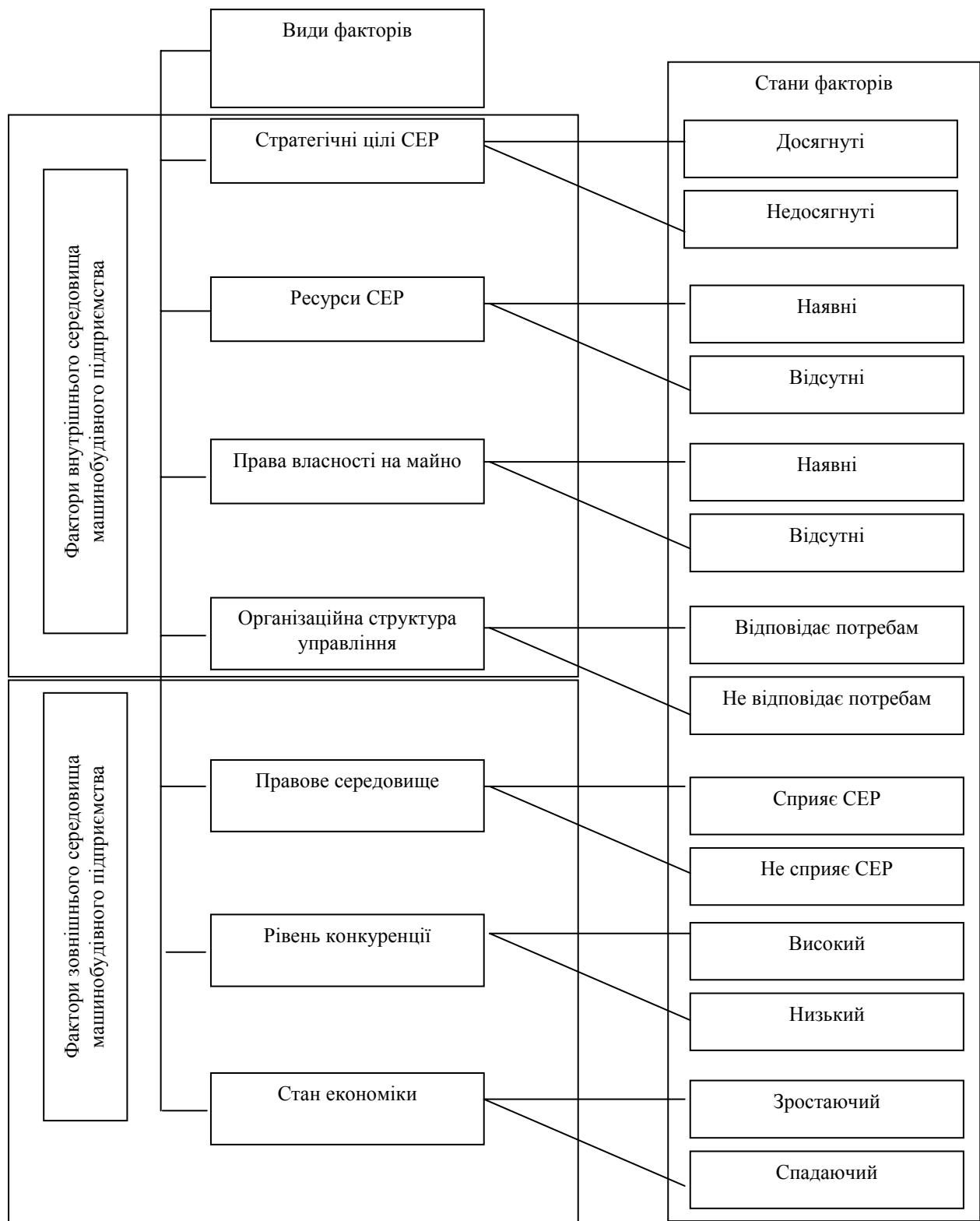


Рис. 3. Класифікація факторів, які засвідчують наявність або відсутність доцільності зміни пріоритетів СЕР

Застосування способів аналізу і трактування факторів керівниками машинобудівного підприємства є також одним із найважливіших елементів технології вироблення і реалізації управлінських рішень щодо забезпечення СЕР машинобудівного підприємства. Як відомо, ця технологія містить шість етапів: виникнення ситуації, яка вимагає прийняття рішення, збирання й

оброблення інформації, виявлення та оцінка альтернатив, підготовка та оптимізація рішення, прийняття рішення, реалізація рішення та оцінка результатів.

Застосування керівниками підприємства різних способів аналізу і трактування факторів, які впливають на СЕР машинобудівного підприємства, тією чи іншою мірою присутне на усіх етапах вказаної технології. Так, проблеми соціально-економічного розвитку можуть бути виявлені при здійсненні моніторингу і зіставленні досягнутих значень економічних і соціальних показників. Виявлення негативних явищ або тенденцій означає необхідність прийняття рішень щодо розв'язання проблеми. Підготовка обґрунтованого рішення не можлива без збирання й оброблення управлінської інформації. На цьому етапі керівники підприємств використовують усі можливі способи отримання і оброблення даних для встановлення причин виявленої проблеми і формування можливих шляхів її розв'язання.

Отримання інформації про наявність різних варіантів розв'язання проблеми вимагає оцінки альтернативних рішень. Виконання цього завдання супроводжується поглибленням знань щодо можливого впливу того чи іншого рішення на фактори, які зумовили проблему, і на майбутні значення показників СЕР машинобудівного підприємства. Отримання достатньої кількості аргументів на користь одного з рішень засвідчує необхідність переходу до наступного етапу вказаної технології. Підготовка та оптимізація рішення передбачають доопрацювання рішення, підготовку проекту остаточного рішення та його повне обґрунтування, що супроводжується залученням додаткової інформації, перевіркою наявних даних, поглибленням аналізу тощо. Етапи прийняття і реалізації рішення переважно зводяться до процедурного визнання рішення офіційно прийнятим, а також до створення умов для реалізації рішення. Це вимагає надання підлеглим відповідних повноважень і забезпечення їх усім необхідним (спецодягом, коштами, робочим місцем, інструкціями, обладнанням тощо).

**Висновки і напрями подальших досліджень.** Забезпечення дієвості способів соціально-економічного розвитку машинобудівних підприємств вимагає створення етично-регуляторної системи соціально-економічного розвитку. Ця необхідність викликана певною типовістю проблем соціально-економічного розвитку і факторів, які їх спричинили.

Подальші дослідження доцільно проводити у напрямку побудови економіко-математичних моделей для виявлення характеру залежностей між конкретними проблемами соціально-економічного розвитку машинобудівних підприємств і методами їх розв'язання.

1. Берталанфи Л. *Общая теория систем: критический обзор. В кн.: Исследования по общей теории систем.* – М.: Прогрес, 1969. – С. 23–82. 2. Бурков В.Н. *Основы математической теории активных систем.* – М. Наука, 1977. – 255 с. 3. Вакалюк В.А. *Регулювання інноваційного розвитку регіону: Автореф. дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.02.03 «Організація управління, планування та регулювання економікою» / В.А. Вакалюк.* – Харків, 2006. – 20 с. 4. Гребешкова О.М. *Стратегія зовнішнього зростання підприємства: теоретичне позиціонування та методичне забезпечення: Автореф. дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.06.01 «Економіка, організація і управління підприємствами» / О.М. Гребешкова.* – К., 2005. – 21 с. 5. Згуровский М. З., Доброногов А. В., Померанцева Т. Н. *Исследование социальных процессов на основе методологии системного анализа.*— К.: Наукова думка, 1997. 6. Зянько В.В. *Развиток інноваційного підприємництва в транзитивній економіці: Автореф. дис. ... д-ра екон. наук: спец. 08.00.01 «Економічна теорія та історія економічної думки» / В.В. Зянько.* – Київ, 2007. – 36 с. 7. Ивахненко А.Г. *Индукционный метод самоорганизации моделей сложных систем.* – К.: Наукова думка, 1981. – 296 с. 8. Ивахненко А.Г., Лабковский В.А. *Проблема неопределенности в задачах принятия решений.* – К.: Наукова думка, 1990. – 136 с. 9. Казьміна О.П. *Організація і управління інноваційним розвитком*

твердосплавного виробництва: Автореф. дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.02.02 «Економіка та управління науково-технічним прогресом» / О.П. Казьміна. – Київ, 2006. – 20 с. 10. Кот О.В. Організаційно-економічне забезпечення інноваційного розвитку аграрної сфери в радіоактивно забруднених регіонах: Автореф. дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.02.02 «Економіка та управління науково-технічним прогресом» / О.В. Кот. – К., 2006. – 23 с. 11. Машинобудування в Україні: тенденції, проблеми, перспективи / Під заг. ред. чл.-кор. НАН України Б.М. Данилишина. – Ніжин: ТОВ "Видавництво "Аспект-Поліграф", 2007. – 308 с. 12. Мезіна Л.В. Механізм формування економічної стійкості розвитку морських торгових портів: Автореф. дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.07.04 «Економіка транспорту і зв'язку» / Л.В. Мезіна. – Одеса, 2006. – 21 с. 13. Продіус О.І. Формування стратегій економічного розвитку промислового виробництва: Автореф. дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.07.01 «Економіка промисловості» / О.І. Продіус. – Одеса, 2005. – 20 с. 14. Старіш О.Г. Теорія відкритих систем як парадигма процесів глобального розвитку. – Сімферополь: Універсум, 2003. 15. Федулова Л.І. Актуальні проблеми менеджменту в Україні. – К.: Фенікс, 2005. – 320 с. 16. Ферстер П.О. О самоорганизующихся системах и их окружении. В кн. Самоорганизующиеся системы. – М.: Мир, 1964. – С. 5–23. 17. Шмальгаузен И.И. Факторы эволюции. – М.: Наука, 1968. – 451 с. 18. Шмальгаузен И.И. Эволюция в свете кибернетики. В кн.: Проблемы кибернетики. – 1965. – Вып. №13. – С. 195–199. 19. Ланішко М.Л. Основи фінансово-статистичного аналізу економічних процесів. – Львів: Світ, 1995. – 328 с.

УДК 339.138

Г.М. Захарчин

Національний університет "Львівська політехніка"

## ПЕРЕДУМОВИ І НАСЛІДКИ ОРГАНІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ЗАСАДАХ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ

© Захарчин Г.М., 2008

Обґрунтовується необхідність організації маркетингової діяльності на засадах організаційної культури із врахуванням сучасних соціокультурних тенденцій. Аналізуються наслідки використання фактора організаційної культури в маркетинговій політиці підприємства. Підкреслюється роль соціально орієнтованого маркетингу в гармонізації корпоративного інтересу із загальносуспільним.

The necessity of organization of marketing activity is grounded on principles of organizational culture recognition modern socialcultural tendencies. The consequences of the use of factor of organizational culture are analysed in the marketing policy of enterprise. The role of the socially oriented marketing is underlined in harmonization of corporate interest with generalpublic.

**Постановка проблеми.** У сучасну епоху кардинальних змін, які пронизують всі сторони й сфери життєдіяльності суспільства, змінюється парадигма суспільного мислення й світосприйняття, що вимагає адекватного підходу до традиційно усталеного погляду на маркетингову діяльність. Сьогодні популярними і життєво необхідними стають соціогуманітарні погляди на економічні явища, а культурологічні фактори проникають у матеріальний світ значно швидше, ніж він може це прийняти. Отже, значної актуальності набувають нові концепції, нові теорії, які не тільки допомагатимуть сприймати зміни матеріального світу, а й будуть відповіддю на виклики сьогодення.