



УДК 65.011.5:658

УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Студ. Н.А. Арендарчук, гр. МгДУР-17
Науковий керівник проф. І.А. Павленко
Київський національний університет технологій та дизайну

Мета дослідження. Підвищення ефективності діяльності організації.

Завдання дослідження. Виявити ключові фактори, що впливають на ефективність діяльності підприємства та розробити рекомендації щодо їх впливу на ці фактори.

Об'єкт та предмет дослідження. Управлінські процеси виробничої діяльності в сучасних організаціях України швейної промисловості.

Методи та засоби дослідження. Підвищити ефективність діяльності підприємства.

Наукова новизна та практичне значення отриманих результатів. Удосконалено управління ефективності діяльності швейного підприємства.

Результати дослідження. Ефективність функціонування будь-якого із підприємств залежить від того, яким чином взаємодіють між собою основні його складові і від того, наскільки кожна із них впливає на інші. Серед основних елементів управління підприємствами як відкритої системи, що мають найбільший вплив на її якість, є такі: трудові ресурси (персонал), процеси і технологія виробництва.

Фактори внутрішнього середовища, які впливають на формування та реалізацію виробничої програми, зокрема швейних підприємств, можна представити як сукупність факторів, які здійснюють вплив на об'єми виробництва і на асортимент продукції [1].

Невід'ємною частиною виробництва на підприємствах є інноваційна діяльність, яка включає роботи з проектування і конструювання швейних виробів.

Інші, не менш важливі внутрішні фактори діяльності швейного виробництва:

- можливості складських приміщень;
- кількість працівників, які безпосередньо займаються пошиттям одягу.
- оборотні засоби – це засоби, які інвестовані підприємством у майбутні операції;

Таким чином, внутрішні фактори діяльності швейних підприємств можна розділити на дві групи:

– фактори, які впливають на об'єми виробництва (технології виробництва продукції; виробнича потужність підприємства; рівень кваліфікації працівників підприємства; кількість оборотних засобів підприємства);

– фактори які впливають на асортиментну політику (діяльність з проектування і конструювання швейних виробів; особливості сировини – структура і рисунок тканини; маркетингові дослідження (вивчення попиту, визначення перспективних цільових сегментів)).

Серед зовнішніх факторів виділяють постачання швейних підприємств необхідною сировиною. Сучасна сировинна база швейної промисловості включає тканини, штучні шкіри, плівкові матеріали, хутро, підкладочні тканини та матеріали, фурнітуру тощо [2].

На даний час в Україні на державному рівні не здійснюються заходи з розвитку інфраструктури швейної промисловості, особливо торгівлі вітчизняною продукцією, що є необхідною умовою для просування товарів вітчизняних підприємств – крупних виробників такої продукції. Така ситуація створює певні обмеження та вимагає значних зусиль і ресурсів для виходу підприємств на внутрішній ринок, а також призводить до того, що підприємство, не маючи можливості у повній мірі завантажити свої виробничі потужності продукцією для внутрішнього ринку, повинно працювати з давальницькою сировиною, що є нерентабельним. З метою подолання даної несприятливої ситуації, стратегічною ціллю для



швейних підприємств повинно стати збільшення частки продукції, що виробляється на внутрішній ринок, забезпечуючи рівномірне завантаження виробництва продукцією для внутрішнього ринку впродовж усього року. Збільшення частки виробництва продукції на внутрішній ринок здійснюватиметься за рахунок зменшення частки продукції, що виготовляється з давальницької сировини.

Отже, головною проблемою вітчизняних підприємств швейної промисловості є незадовільний стан державного регулювання внутрішнього ринку, який заповнила величезна кількість товарів, ввезених із країн з заниженою митною вартістю або без сплати мита взагалі чи контрабандно з країн з дешевою робочою силою або бувших у використанні, низька платоспроможність населення та ін. Безперечно, це лише неповний перелік тих зовнішніх факторів, які відіграють визначальну роль у процесі життєдіяльності швейних підприємств. Деяко стримують розвиток підприємства такі проблеми, які пов'язані з науковим прогресом, як необхідність вкладення власних коштів в НТП, відсутність перспективи вітчизняного виробництва необхідної техніки та ін. Відзначається позитивний характер впливу факторів соціально-культурного середовища, що характеризується зростанням кількості кваліфікованих фахівців внаслідок підвищеної уваги молоді до навчання, можливості поповнення персоналу висококваліфікованою та невибагливою робочою силою, вивченні й застосуванні закордонного досвіду й використанні ефективних методів управління [3].

Розробка і реалізація стратегії розвитку українських підприємств, власне кажучи, зводиться до управління економікою на мікрорівні. Для цього необхідна побудова вдосконаленої системи управління, яка б виконувала наступні основні функції:

- направляючу – обґрунтування цілей і вибір головних шляхів їхнього досягнення;
- координуючу – балансування найважливіших ресурсних обмежень і узгодження суперечливих інтересів усіх учасників виробничого процесу;
- стимулюючу – активізація рушійних сил розвитку.

Досвід показує, що при реалізації означених підприємствами функцій, однією з найбільш важко здійснених є стимулююча функція. Вона спрямована на те, щоб зацікавити працівника в успіху загальної справи й у реалізації його здібностей і можливостей. Як правило, традиційними методами управління таку задачу практично вирішити вдається лише частково[1].

Висновки. Визначивши та проаналізувавши фактори, які впливають на формування та реалізацію виробничої програми швейних підприємств можна сказати, що важливою функцією є орієнтація на споживача. Для збільшення попиту на продукцію підприємству потрібно проводити опитування, анкетування, стежити за модними тенденціями та вдосконалювати, оновлювати асортимент продукції. Ще важливою складовою підвищення ефективності діяльності підприємства є впровадження новітнього обладнання та створення комфортних та безпечних умов праці.

Ключові слова. фактори, управління, підприємство, ефективність, продукція.

ЛІТЕРАТУРА

1. Алексеева М. М. Планирование деятельности фирмы / М. М. Алексеева. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 248 с.
2. Бухалков М. И. Внутрифирменное планирование / М. И. Бухалков. – М.: ИНФРА-М, 2003. – 400 с.
3. Ермилова Е.Е. Моделирование и художественное оформление одежды / Е. Е. Ермилова, Д. Ю. Ермилова. – М.: Высшая школа, 2000. – 184 с.