

УДК 62-531.9.655

**О.І. Гузела**

**ВИРОБНИЧІ ПОТУЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ:  
УПРАВЛІННЯ В КОНТЕКСТІ МЕТОДОЛОГІЇ  
ДОСЛІДЖЕННЯ**

Сучасна система дослідження проблем удосконалення управління виробничими потужностями підприємств, зокрема поліграфічних, вимагає методології, адекватної місії підприємства в економіці держави. Оскільки місія підприємства визначає двоєдину мету його діяльності – виробництво продукції (надання послуг) відповідно до потреб ринку та утримання стабільного прибутку, – аналіз управління виробничими потужностями повинен поєднувати два підходи:

визначення ролі виробничої потужності (П) як інструмента зовнішньої діагностики функціонування підприємства;

визначення ролі виробничої потужності в системі внутрішнього економічного механізму підприємства.

Виокремлення цих підходів необхідне ще й тому, що за умов ринку підприємство є життєздатним тоді, коли виготовляє продукцію, яка не лише задовольняє попит, але й забезпечує ефективне функціонування всіх структурних підрозділів. Саме тоді є найбільш реальні шанси стабілізації прибутковості і використання стратегії розвитку підприємства. В такому контексті виробничі потужності повинні бути достатньо еластичні щодо змін зовнішнього середовища і достатньо дієві задля забезпечення ефективного функціонування внутрішнього економічного механізму (ВЕМ) підприємства.

За своєю суттю виробничі потужності є чутливою до зовнішнього середовища. Через показник рівня використання П, величину обгрунтованого чи стихійно складеного резерву, вона діагностує зміни в зовнішньому середовищі. За умов ринку важливо розглядати зовнішнє середовище діяльності підприємств у горизонтах:

найближчого оточуючого середовища;

економіки держави певного соціально-економічного і технічного рівня розвитку;

світової економіки з її рівнем та загальними тенденціями розвитку.

Вочевидь, найістотніший вплив на діяльність підприємства має найближче оточення, що характеризується за визначенням Д.Ру та Д.Сулє [3] попитом, пропозицією на ринку та конкуренцією. Це та сфера, яка є дуже динамічною і повинна бути в епіцентрі зовнішньої діагностики підприємства.

Виробничі потужності поліграфічних підприємств, будучи малорухомими за своїм матеріальним складом, використовуються більш повно за таких зовнішніх умов:

попит зростає на властиву для підприємства продукцію і за відсутності вагомого конкурента;

попит не змінюється, але підприємство витісняє конкурента вищою якістю чи нижчою ціною продукції;

попит індивідуального споживача зменшується, але зростає попит виробничого споживача;

попит змінюється за структурою в напрямку параметрів продукції, які є на підприємстві в резерві (наприклад, фарбовість, різновиди оздоблення, формати видань, способи скріплення тощо).

Рівень використання П зменшується, якщо:

падає платоспроможність індивідуального споживача (зменшуються тиражі, вимушено спрощується оформлення видань);

підприємства-споживачі самозабезпечуються потрібною копіювально-розмножувальною технікою, зменшуючи тим самим попит на поліграфічну продукцію виробничого призначення;

з'являються мобільні конкуренти, здатні оперативним пристосовуватися до змін попиту.

У такому аспекті П є діагностиком змін у зовнішньому оточуючому середовищі.

Зовнішнє середовище в горизонтах економіки держави та світової економіки характеризується щодо поліграфічних підприємств певним рівнем і тенденціями розвитку вітчизняного та світового машинобудування (поліграфічного), ринком матеріальних ресурсів (головним чином паперу, фарб, формних пластин, плівок і т. ін.), розвитком поліграфічної технології тощо, зрештою, певним законодавчо-правовим полем, що регулює внутрішню та зовнішню діяльність суб'єктів видавничо-поліграфічного підприємництва. Ці характеристики визначають процеси оточуючого середовища і, таким чином, теж діагностуються П підприємств. Зовнішнє середовище через інструмент виробничої потужності визначає екзогенні фактори впливу на ефективність підприємницької діяльності.

З другого боку, П та її використання підпорядковані ВЕМ функціонування підприємства. Саме відповідно до ВЕМ здійснюється процес управління П виробничих структурних одиниць підприємства. Такий підхід у дослідженні проблем управління П поліграфічних підприємств обумовлює не лише визначення ролі П у ВЕМ, але й визначення суті ВЕМ як економічної категорії. Зрозуміло, що ВЕМ – це поняття, яке відображає трансформацію такого планового методу господарювання, як внутрівиробничий госпрозрахунок. Понятійною основою ВЕМ є “господарський механізм” – термін, що уперше з'явився за часів встановлення радянської влади і означав жорстку регламентацію господарської діяльності на всіх ієрархічних рівнях управління, у т.ч. підприємства. Сучасні автори здебільшого оперують визначенням “економічний механізм”, вкладаючи в його зміст сукупність способів, форм,

методів, нормативів, показників, що дають змогу реалізувати на рівні підприємства та його структурних підрозділів об'єктивні економічні закони. Загалом визначення нечітке. Очевидно, конкретизувати його можна, проектуючи на систему підприємства значення слова "механізм", себто внутрішня будова, устрій, сукупність процесів, з яких складається певне явище [2]. Відповідно, ВЕМ можна означити як сукупність регулятивних процесів у рамках структурної будови підприємства, що забезпечують ефективність перетворення входу систем у вихід.

Визначаючи роль П у ВЕМ підприємства, слід виходити з елементної структури ВЕМ, щодо якої також немає єдиного трактування. Аналіз літературних джерел та практики роботи підприємств галузі дає підстави виділити такі елементи ВЕМ:

#### БАЗИСНІ:

суб'єкт виробничого підприємництва певної організаційно-правової форми, структурної побудови, що має відповідну матеріальну основу (засоби виробництва, продукція певної номенклатури та обсягу);

виробничі відносини (внутрішні і зовнішні): прямі і непрямі (через ринковий товарообмін).

#### НАДБУДОВНІ:

управління, логістика, фінансування, мотивація, ціноутворення.

Виробнича потужність, таким чином, є матеріальною основою підприємства (базисного елемента), роль і використання якої обумовлюють надбудовні елементи. Визначальним серед них є управління. В контексті ВЕМ управління П означає ефективне використання та підтримання спряженості П окремих виробничих підрозділів.

Характерно, що сьогодні значимість величини та рівня використання П є неоднаковою для підприємств різного масштабу виробництва та організаційно-правових форм. Зокрема, друкарні місцевого підпорядкування нехтують управлінням П; великі підприємства обмежуються розрахунком вхідної П та складанням балансу потужності. Невеликі і мобільні видавничо-поліграфічні структури недержавної власності свідомо формують свій потенціал, резерви П та їх використання. Практично відсутнє управління П на рівні структурних підрозділів поліграфічних підприємств. Однак це явище тимчасове. Очевидно, що розвиток

ринку в галузі книгодрукування посилюватиме проблему управління потенціалом підприємств.

Очевидно і те, що розв'язання цієї проблеми є більш реальним за умов розгляду П як інструмента зовнішньої діагностики та матеріальної основи базисних елементів ВЕМ підприємства.

1. Экономика машиностроительного производства: Учебник / Под общ. ред. И.М. Бабука. Мн., 1990.
2. Новий тлумачний словник української мови / Укладачі В. Ярменко, О. Сліпушко. К., 1998.
3. Ру Д., Сульє Д. Управління. К., 1995.

Стаття надійшла до редколегії 28.01.99