

процесів і управління ними.

Таким чином, під функціональною діяльністю структурного підрозділу державного органу будемо мати на увазі адміністративну діяльність вказаного підрозділу, в якій знаходять свій прояв відповідні конкретні функції його діяльності та таку, що ґрунтується на загальних функціях менеджменту.

Література:

1. Антонюк, О. Адміністративний менеджмент: етико-методологічні засади / О. Антонюк // Персонал. – 2006. – № 12. – С. 58 – 65.

2. Бакуменко, В. Д. Теоретичні та організаційні засади державного управління : навч. посіб. / В. Д. Бакуменко, П. І. Надолішній. – К. : Міленіум, 2003. – 140 с.

3. Гордієнко, Л. Ю. Менеджмент державної установи : навч. посіб. / Л. Ю. Гордієнко. – Х. : Вид-во ХДЕУ, 2001. – 152 с.

4. Державне управління: теорія та практика / за заг. ред. В. Б. Авер'янова. – К. : Юрінком Інтер, 1998. – 432 с.

5. Етимологічний словник української мови. У 7 т. Т. 1. – К. : Наук. думка, 1982. – 630 с.

6. Новіков, Б. В. Основи адміністративного менеджменту : навч. посіб. / Б. В. Новіков, Г. Ф. Сініук., П. В. Круш. – К. : Центр навч. літ., 2004. – 560 с.

7. Новейший словарь иностранных слов и выражений. – М. : Современ. литератор, 2003. – 976 с.

ЦАВОЛИК Олеся

слухачка магістратури за спеціальністю
«Адміністративний менеджмент»

(науковий керівник: к.е.н., доцент кафедри державного і
муніципального управління Круп'як Л.Б.)

ВЗАЄМОДІЯ ПІДПРИЄМСТВА З ПАРТНЕРАМИ В ПРОЦЕСІ ВИКОНАННЯ ВИРОБНИЧОЇ ПРОГРАМИ

Важливим аспектом управлінської діяльності на будь-якому підприємстві є виконання виробничої програми. Цей процес є

надзвичайно відповідальною і складною проблемою, від ефективного вирішення якого залежить конкурентна позиція підприємства на ринку.

Труднощі які виникають з однієї сторони зумовлені тим, що при реалізації виробничої програми підприємства повинні прагнути до ефективного задоволення потреб покупців, ніж конкурентів, а з іншої сторони виникає необхідність для удосконалення механізму формування та виконання виробничої програми на основі аналізу ринку, внутрішнього потенціалу підприємства й інше.

Основною умовою пристосування виробничої системи до динамічного зовнішнього оточення і нестійкого спектру внутрішніх чинників є здатність цілеспрямовано адаптуватися до ситуації, що склалася, і здійснити цей процес з мінімальними витратами. Важливим розділом поточного плану підприємства є виробнича програма, що складається з двох основних розділів:

- плану виробництва продукції в натуральному вираженні;
- плану виробництва продукції у вартісному вираженні.

Основним завданням плану є створення на стадії виробництва передумов для одержання максимального прибутку внаслідок оптимального обсягу випуску продукції при найкращому використанні виробничих ресурсів. Одним із важливих етапів розвитку підприємства на ринку є необхідність взаємодії підприємства з партнерами.

Об'єктивний пошук і вибір партнера, тобто контрагента є однією із основних складових для розвитку підприємства. Суть контрагентів полягає в тому, що вони знаходяться у договірних відносинах щодо купівлі - продажів товарів, надання послуг тощо. На думку Д. Корчунова, «партнерські відносини – це процес співпраці між компанією-споживачем та компанією-постачальником, в результаті якої обидві сторони отримують економічні вигоди» [1, с. 20].

Розвиток будь-якого підприємства доцільно розглядати за такими напрямками стратегічних можливостей: внутрішній або органічний розвиток, який полягає в передбаченні якісних змін через власні ресурси, активи на їх накопичення; другий напрямок розвитку характеризує процес залучення до налагодженої активної роботи інших організацій чи підприємств, пошук новітніх методів та механізмів взаємодії

підприємств. Саме другий напрямок сприяв розвитку нового напряму в управлінні - управління взаємовідносинами господарюючих суб'єктів, основу якого складають розвиток та підтримка довгострокових, міцних зв'язків зі споживачами, постачальниками, персоналом і навіть конкурентами [2, с. 39].

Однією з проблем формування партнерських відносин є невизначеність основних суб'єктів відносин, видів взаємозв'язків між ними, обмеженість щодо включення основних бізнес-суб'єктів ринку у систему партнерства, а також нехтування роллю контактних аудиторій та персоналу самого підприємства у процесі формування відносин. Серед факторів, які впливають на діяльність підприємств, у тому числі і на вибір партнера та формування з ним відносин, виділяють один з головних – це конкуренція, умови конкурентної боротьби.

Слід зазначити, що важливим є дослідження показників ринку на якому функціонує потенційний партнер та планується здійснення діяльності підприємством. Особливого значення для формування партнерських відносин серед цих показників надається місткості та потенціалу ринку, доступу до ресурсів, легітимні обмеження та можливості інтеграції.

Під час оцінювання можливостей, перспективності потенційних партнерів та доцільності встановлення з ними партнерських відносин, коли кількість підприємств, фірм, компаній, установ, що аналізується, дещо зменшується, критерії відбору конкретизуються і здійснюється порівняльний аналіз характеристик та можливостей потенційних партнерів.

Підприємство формує виробничу програму на основі державного замовлення, замовлень споживачів і виявленого в процесі вивчення ринку споживчого попиту. Таким чином, виробничу програму підприємства визначає можливий обсяг виробництва і продажів продукції в плановому періоді, відповідної за номенклатурою, асортиментом і якістю вимогам споживачів[3, с. 120].

Так, наприклад, оптимальна виробничу програму ПП « Свій до свого по своє» швейного підприємства (річний план виробництва) – це програма, яка відповідає структурі ресурсів підприємства та забезпечує найкращі результати його діяльності за визначеними критеріями. Дана

програма повинна включати певну номенклатуру продукції, її обсяги (у натуральних та вартісних показниках), числові значення критеріальних техніко-економічних, соціальних та інших показників, а також враховувати обмеження щодо матеріальних ресурсів, персоналу, виробничих потужностей, тощо.

Одним із найважливіших етапів розробки виробничої програми є визначення потреби в ресурсах. Основним методом визначення цієї потреби є метод прямого розрахунку відповідно до питомих норм її витрат.

Для складання оптимальної річної виробничої програми в ПП «Свій до свого по своє» доцільно використовувати таку методику, в основі якої лежить метод багатокритеріальної оптимізації, який дозволяє використання декількох критеріїв оптимальності. Тому процес моделювання оптимальної виробничої програми є складним і повинен включати відповідні етапи. При плануванні виробничої програми необхідно використовувати:

- перспективний план виробництва продукції та послуг;
- прогноз потреби у продукції підприємства, який складається на підставі досліджень змін ринкових елементів у часі, тобто попиту, пропозиції, цін, кількості конкурентів;
- державний контракт і державне замовлення на продукцію підприємства;
- результати вивчення поточного попиту на продукцію;
- договори на виробництво та поставку продукції, які складаються у результаті вільного продажу виробів на оптових ярмарках;
- заходи зі спеціалізації і кооперування виробництва.

Таким чином, в контексті планування виробничої програми на ПП «Свій до свого по своє» важливим є створення і пошук партнерських відносин. Адже, у процесі діяльності швейного підприємства «Свій до свого по своє» усі суб'єкти взаємодії не тільки взаємопов'язані, але й можуть прямо або опосередковано впливати на взаємне функціонування. Наявність цих сил обумовлює багатонаправленість процесу формування партнерських відносин.

Література:

1. Корчунов Д. Организация процессов по работе с клиентами / Д.

Корчунов // Отдел маркетинга.– 2005.– № 3.– С. 24 – 26.

2. Балабанова Л.В. Маркетинг відносин в системі управління підприємством / Л.В.Балабанова, С.В. Чернишева // монографія / Донець. нац. ун-т економіки і торгівлі ім.. М. Туган-Барановського.-Донецьк, 2008.- 280 с.

3. Гукалюк А.Ф. Моделювання процесу розробки оптимальної виробничої програми / А.Ф. Гукалюк // Актуальні проблеми економіки. – 2006. – 366 с.

ЦИМБАЛЮК І.В.

слухач магістратури за спеціальністю

"Адміністративний менеджмент"

(науковий керівник: д.е.н., професор Шкільняк М.М.)

УДОСКОНАЛЕННЯ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ ПРАЦІВНИКІВ ОРГАНІЗАЦІЇ

Сучасна економічна реформа в Україні, яка здійснюється у напрямі ринкових перетворень, докорінно змінює характер, принципи та процеси управління в організаціях. Тому для керівника не досить мати певні знання, пов'язані лише зі сферою його діяльності. Світовий досвід показує, що успіх організації визначається не стільки професійною (у вузькому розумінні) компетентністю керівника, скільки його вмінням спрямовувати колектив на реалізацію місії та досягнення поставлених цілей, спонукати себе та своїх підлеглих на дії, спрямовані на досягнення особистих цілей або цілей організації, використовуючи при цьому інтелект та методи матеріального та морального стимулювання трудової діяльності.

Удосконалення управління персоналом, загалом, та мотивації праці працівників організації, зокрема, повинна бути направлена на становлення в організації сучасних і ефективних систем: роботи із персоналом, відповідної цілям розвитку організації, мотивації праці працівників.

Мотивування являє собою процес формування такого психологічного стану людини, який зумовлює її поведінку, здійснює установку до діяльності, спрямовує і активізує її. Своєю чергою