

# ФОРМУВАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ УПРАВЛІННЯ ПРОМИСЛОВИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ ЗА ТЕОРЕТИЧНИМ І ФУНКЦІОНАЛЬНИМ ПІДХОДАМИ

© 2018 РАЙКО Д. В., ПОДРЕЗ О. І.

УДК 658.1

## Райко Д. В., Подрез О. І. Формування інструментів управління промисловими підприємствами за теоретичним і функціональним підходами

Метою статті є обґрунтування на основі аналізу теорій підприємства основних теоретичних положень щодо формування інструментів управління промисловим підприємством. Встановлено, що суб'єктом дослідження у теоріях є підприємство, об'єктом – процес управління потенціалом за формами організації бізнесу й технологією партнерських взаємовідносин, метою – високі фінансові результати, стабілізація діяльності та соціальна відповідальність. Проведено аналіз теорій підприємства щодо встановлення сутності його як соціально-економічної системи за напрямками – технічна підготовка виробництва, економічна теорія та право, теорія систем, маркетинг-менеджмент. Виявлено загальну сукупність функцій – соціально-економічні функції підприємства за групами: інформаційно-правова, виробнича, маркетинг-менеджмент, соціальна відповідальність. При побудові інструментів управління запропоновано враховувати прямий та зворотний зв'язок підприємства на всіх рівнях управління – мікро-, мезо- та макро-. На цьому підґрунті розроблено положення щодо формування інструментів управління промисловими підприємствами за двома підходами – теоретичним і функціональним.

**Ключові слова:** підприємство, теорія підприємства, функції підприємства, рівні управління, теоретичний підхід, функціональний підхід, інструменти управління підприємством.

**Рис.:** 2. **Табл.:** 1. **Бібл.:** 30.

**Райко Діана Валеріївна** – доктор економічних наук, професор, професор кафедри економічної кібернетики та маркетингового менеджменту, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут» (вул. Кирпичова, 2, Харків, 61002, Україна)

**Подрез Ольга Іванівна** – аспірант, кафедра організації виробництва і управління персоналом, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут» (вул. Кирпичова, 2, Харків, 61002, Україна)

**E-mail:** olha.podrez@gmail.com

УДК 658.1

UDC 658.1

## Райко Д. В., Подрез О. И. Формирование инструментов управления промышленными предприятиями по теоретическому и функциональному подходам

Целью статьи является обоснование на основе анализа теорий предприятия основных теоретических положений по формированию инструментов управления промышленным предприятием. В статье установлено, что субъектом исследования в теориях является предприятие, объектом – процесс управления потенциалом по формам организации бизнеса и технологии партнерских взаимоотношений, целью – высокие финансовые результаты, стабилизация деятельности и социальная ответственность. В работе проведен анализ теорий предприятия по установлению сущности его как социально-экономической системы по направлениям – техническая подготовка производства, экономическая теория и право, теория систем, маркетинг-менеджмент. В результате исследования выявлена общая совокупность функций – социально-экономические функции предприятия по группам: информационно-правовая, производственная, маркетинг-менеджмент, социальная ответственность. При построении инструментов управления предложено учитывать прямую и обратную связи предприятия на всех уровнях управления – микро-, мезо- и макро-. На этой почве разработаны положения по формированию инструментов управления промышленными предприятиями по двум подходам – теоретическому и функциональному.

**Ключевые слова:** предприятие, теория предприятия, функции предприятия, уровни управления, теоретический подход, функциональный подход, инструменты управления предприятием.

**Рис.:** 2. **Табл.:** 1. **Библ.:** 30.

**Райко Диана Валерьевна** – доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры экономической кибернетики и маркетингового менеджмента, Национальный технический университет «Харьковский политехнический институт» (ул. Кирпичева, 2, Харьков, 61002, Украина)

**Подрез Ольга Ивановна** – аспирант, кафедра организации производства и управления персоналом, Национальный технический университет «Харьковский политехнический институт» (ул. Кирпичева, 2, Харьков, 61002, Украина)

**E-mail:** olha.podrez@gmail.com

Raiko D. V., Podrez O. I.

## The Formation of Instruments of Management of Industrial Enterprises According to the Theoretical and Functional Approaches

The article is aimed at the substantiation based on the analysis of the company theories of the basic theoretical provisions on the formation of industrial enterprise management instruments. The article determines that the subject of research in theories is enterprise, the object is the process of management of potential according to the forms of business organization and technology of partnership relations, the goal is high financial results, stabilization of the activity, and social responsibility. The publication carries out an analysis of enterprise theories on the determining of its essence as a socio-economic system in the following directions: technical preparation of production, economic theory and law, theory of systems, marketing-management. As a result of the research, the general set of functions has been identified – the socio-economic functions of enterprise by groups: information-legal, production, marketing-management, social responsibility. When building management instruments, it is suggested to take into consideration the direct and inverse relationships of enterprise at all levels of management – micro, meso and macro. On this ground, the authors have developed provisions on formation of instruments of management of industrial enterprises according to two approaches – theoretical and functional.

**Keywords:** enterprise, enterprise theory, functions of enterprise, levels of management, theoretical approach, functional approach, instruments of enterprise management.

**Fig.:** 2. **Tbl.:** 1. **Bibl.:** 30.

**Raiko Diana V.** – Doctor of Sciences (Economics), Professor, Professor of the Department of Economic Cybernetics and Marketing Management, National Technical University «Kharkiv Polytechnic Institute» (2 Kyrpychova Str., Kharkiv, 61002, Ukraine)

**Podrez Olga I.** – Postgraduate Student, Department of Organization of Production and Personnel Management, National Technical University «Kharkiv Polytechnic Institute» (2 Kyrpychova Str., Kharkiv, 61002, Ukraine)

**E-mail:** olha.podrez@gmail.com

Покращення діяльності промислових підприємств неможливо здійснити без розробки та впровадження відповідних заходів. Усі кроки щодо підвищення ефективності роботи суб'єктів господарювання спираються на вдосконалення системи управління. Проблеми управління підприємствами неоразово ставали об'єктом наукових досліджень.

Багато наукових праць, як вітчизняних, так і зарубіжних, присвячено формуванню теорії підприємства. Так, серед зарубіжних найбільш відомими є Р. Грант, Дж. Барней, П. Друкер, Г. Емерсон, А. Маршал, Р. Нельсон, Дж. Робінсон, О. Уільямсон, Й. Шумпетер та ін. Серед вітчизняних відомі такі: А. Богданов, В. Геєць, В. Забродський, А. Канторович, О. Пономаренко, О. Раєвнева, О. Ястремська та ін.

Потребують подальших досліджень аспекти з визначення сутності, суб'єктів та об'єктів, завдань, функцій та інструментів управління діяльністю промислових підприємств щодо забезпечення стійкого функціонування.

Мета роботи полягає в обґрунтуванні на основі аналізу теорій підприємства основних положень щодо

формування інструментів управління промисловим підприємством.

Аналіз літературних джерел [2–30] дозволив дійти висновку щодо різних підходів стосовно визначення сутності аспектів і напрямів взаємодії між основними теоріями підприємства, де спільним суб'єктом дослідження є підприємство, а об'єкти – різняться.

Аналіз сучасних наукових підходів [1; 5; 10; 21; 27] дозволив дійти висновку [1], що під об'єктом дослідження у теоріях підприємства запропоновано розуміти процес управління потенціалом підприємства за формами організації бізнесу та технологією партнерських взаємовідносин, який спрямовано на досягнення мети управління – високих фінансових результатів, стабілізації діяльності та соціальної відповідальності підприємства з точки зору інтересів власників, працівників, суспільства та держави.

Для уточнення сутності поняття «підприємство» як соціально-економічної системи потребують систематизації літературні джерела за напрямками, фрагмент цих досліджень наведено у табл. 1.

Таблиця 1

Дослідження літературних джерел з питань сутності поняття «підприємство» як соціально-економічної системи

Автори, джерело	Сутність поглядів
1	2
1. Напрямок – технічна підготовка виробництва	
Г. Доси, Д. Тіс [2], С. Вінтер	Підприємство розглядається як джерело (сховище) технологічних і організаційних знань
Е. Пенроуз [3]	Підприємство – це неподільний фонд виробничих фізичних і людських ресурсів, які можуть існувати тільки як ціле: їх використання окремо і поза фірмою не забезпечує прибутку і конкурентних переваг
К.-Е. Свейбі [4]	Питання щодо значення і необхідності вимірювання нематеріальних активів і включення їх до балансу підприємства разом з матеріальними
Р. Клейнер [5]	Підприємство – це цілісний об'єкт, що здійснює перетворення початкових ресурсів на продукцію і залучає ці ресурси у виробництво
2. Напрямок – економічна теорія та право	
А. Чухна [6]	Підприємство розглядається як господарський суб'єкт, який за правом юридичної особи «здійснює виробничу, науково-дослідну і комерційну діяльність з метою одержання прибутку»
В. Грузинов [7]	В число економічних категорій мікроекономіки входить підприємство. Підприємство – це основна ланка народногосподарського комплексу
В. Нестеренко, І. Токар [9]	Основні риси сутності підприємства як економічної категорії: 1) підприємство – це самостійна основна ланка народного господарства; 2) підприємство – це відокремлена спеціалізована господарча одиниця, основою якої є професійно організований трудовий колектив, який за допомогою засобів виробництва, що є в його розпорядженні, виготовляє необхідну споживачу продукцію, виконує роботи, надає послуги; 3) підприємство – це самостійний суб'єкт господарювання, створений відповідно до чинного законодавства для виробництва продукції та надання послуг із метою задоволення суспільних потреб та отримання прибутку; 4) підприємство – це юридична особа, яка відповідає певним ознакам, що встановлені чинним законодавством країни, на території якої вона зареєстрована
С. Мочерний, М. Довбенко [8]	Підприємство – система економічних відносин, передусім відносин економічної власності, що формуються всередині нього, а також між іншими суб'єктами господарювання з приводу виробництва, обміну, розподілу та споживання різноманітних об'єктів власності, а отже, їх привласнення, а також управління власністю з метою привласнення прибутку
3. Напрямок – теорія систем	
Н. Васюткіна [10]	В сучасних умовах розвитку економіки будь-яку організацію, фірму, підприємство, корпорацію слід розглядати як живий організм, цілісну, багатовимірну, мультипросторову соціально-економічну систему, від результатів діяльності якої залежить розвиток ринку, галузі, економіки в цілому

1	2
В. Герасимчук [11]	Вважає підприємство за соціально-економічну систему, структуру якої визначає зовнішнє середовище, оскільки в ньому перебувають і споживачі, і постачальники, й усі інші учасники ринку
Г. Клейнер [5]	Підприємство є багатовимірною і мультипросторовою системою, тобто підприємство розглядають в одному із структурованих просторів – економічних організацій, юридичних осіб, виробничих колективів, технологій, ресурсів тощо
4. Напрямок – маркетинг-менеджмент	
4.1. Менеджмент	
М. Мескон, М. Альбер, Ф. Хедоурі [12] (Теорія менеджменту)	Автори розглядають різні підходи до управління організацією (процесний, системний, ситуативний), згідно з кожним із цих підходів передбачається, що організація складається з людей. На основі цього автори пропонують свій підхід: розглядати підприємство як соціотехнічну систему, оскільки в ній люди разом із технікою використовуються для виконання роботи
А. Чандлер [13]	Зі зміною стратегії компанії відповідним чином змінюється і її організаційна структура. Необхідність стратегічних змін диктується вимогами зовнішнього середовища
Г.Мінцберг [14]	Виділяє п'ять основних структур організації: проста структура, машинна бюрократія, професійна бюрократія, організація дивізійної форми, адхократична організація, серед яких лише машинна бюрократія характеризується первинною роллю техноструктури (економічної складової), в усіх інших головна роль належить угрупованню людей (соціальної складовій)
4.2. Соціальний менеджмент	
А. Катаєв [15]	Основною у складі підприємства автор вважає соціальну складову, однак наявність і значущість економічної складової не заперечує. Основу соціальної складової вбачає у соціальній відповідальності підприємства перед персоналом, споживачами, партнерами та суспільством взагалі. Найбільш ефективним інструментарієм контролю й оцінки соціальної складової вважає маркетинг-аудит
М. Дороніна [16]	Розглядає підприємство як динамічну економіко-соціальну систему, що відтворюється через взаємодію з навколишнім світом шляхом економічних і соціальних процесів. Причому основою економічної підсистеми вважає капітал, а соціальної – культуру
О. Єськов [17]	Розглядає лише соціальну складову, однак підкреслює наявність й економічної. Ця концепція репрезентує узагальнення соціальних теорій в економіці, що сформувалися на цей момент: людського капіталу, людських стосунків, гуманізації праці, збагачення праці, виробничої демократії, участі у прибутку, гуртків якості, якості трудового життя
4.3. Маркетинг	
А. Томпсон, Д. Форбі [18]	Фірма є економічним інститутом, який присутній і діє на ринках шляхом придбання ресурсів і продажу товарів і послуг
Ф. Котлер [19]	Конкурентоспроможність (пов'язана з економічною ефективністю) є одним із головних елементів маркетингової стратегії і основою успішного функціонування підприємства
Я. Панухник [20]	Підприємство як відкрита економічна система, яка функціонує в умовах значного динамізму зовнішнього середовища, посилення конкурентної боротьби, важливості забезпечення виробництва якісної продукції задля задоволення потреб споживачів значущості долучення до вирішення проблем місцевого значення через соціально відповідальну діяльність
Д. Райко [21]	Використанню маркетингової концепції управління підприємством досягається збалансованість його соціальних та економічних цілей
П Лоуренс, Дж. Лорш [22]	Виявили тісну кореляційну залежність внутрішніх параметрів організації та характеристик зовнішнього середовища

На основі проведеного аналізу щодо сутності поняття «підприємство» авторами статті запропоновано визначення, що підприємство є суб'єктом господарювання, який функціонує як відкрита соціально-економічна система, має умови для виробництва продукції та надання послуг, що є об'єктами дослідження, з метою задоволення як суспільних потреб, так і власних цілей. Оскільки на роботу підприємств впливає зовнішнє та внутрішнє середовище, поняття «підприємство» потребує постійного дослідження та вдосконалення теоретичного обґрунтування (об'єкта, мети та завдань дослідження), а також уточнення заходів щодо покращення діяльності підприємств за функціями та рівнями управління (функціональне забезпечення).

Встановлені напрями (табл. 1) дозволяють обґрунтувати завдання, які вирішуються за допомогою інструментів управління промисловим підприємством – заходи з технічної підготовки виробництва (конструкторська, технологічна, організаційно-економічна); вибору форми організації бізнесу та правового забезпечення; побудови підприємства як соціально-економічної системи з урахуванням зовнішнього впливу та внутрішнього стану; формування ефективної системи менедж-

менту та маркетингу. Виконання цих завдань потребує використання відповідних функцій підприємства.

**Р**озбіжності у теоріях підприємства виникають у результаті різних поглядів науковців щодо важливості окремих функцій підприємства, реалізація яких здійснюється за допомогою інструментів управління.

Класична теорія А. Маршала та Дж. Хікса не враховує ринкові фактори та дію інструментів управління щодо покращення діяльності підприємства, а лише розглядає питання збільшення прибутку за рахунок збільшення капіталу, скорочення витрат на оплату праці [23].

Неокласичні теорії, за визначенням Б. Клейнера [5] та Д. Тіса [2], виділяють виробничу, управлінську функції (теорія максимізації виручки за Дж. Робінсоном, Е. Чемберліні, Й. Шумпетером, Ф. Махлупом), ринкову (максимізація вартості фірми за Ф. Модильяні, М. Міллером), фінансову (темпи зростання фірми через активи за Р. Моррісом), виробничу, управлінську, ринкову (ресурсна теорія, яка показує, що успіх підприємства залежить від ресурсів, організації виробництва та конкурентних переваг за К. Вернерфельтом, Р. Румельтом, Дж. Барні, Д. Тісом).

Інституційні теорії підкреслюють важливість фінансової функції через скорочення транзакційних витрат (Р. Коуз, Т. Веблен, Дж. Коммонс, Дж. Гелбрейт), управлінської – через взаємодію між підприємством, робітниками та партнерами, що виникає у разі заключення контрактів (контрактна теорія за Р. Коузом, О. Вільямсоном), правової, яка за твердженням К. Менара [24], спирається на класифікацію англійського юриста А. Оноре: на право володіння, право користування, право розпорядження або управління, право присвоєння доходу, право на залишкову вартість, право на безпеку і т. д., а також контрольної та соціальної (теорія «принципал–агент» за М. Дженсеном та У. Меклінгом). Ці теорії ігнорують змінні витрати, які для виробничого підприємства мають найбільший вплив на рівень прибутковості підприємства та вирішення соціальних проблем.

Теорії положення підкреслюють важливість ринкової функції – діяльність підприємства залежить від впливу зовнішнього та внутрішнього середовища (еволюційна теорія за Р. Нельсоном і С. Уінтером) і конкурентних переваг (теорія позиціонування за М. Портером), однак не враховують інші важливі функції, у тому числі виробничу.

Соціальні теорії розглядають функції, що спрямовані на вирішення соціальних питань як прямо (теорія самокерованої фірми за Г.Фордом), так і опосередковано – через покращення системи управління підприємством (поведінкова теорія або біхевіоризм за Г. Саймоном, Дж. Уотсоном, Е. Лі, Е. Майо Ф. Тейлором, А. Файодем, політична теорія за А. Петтігрю, агентська теорія за У. Берлі, Г. Мінз, М. Дженсеном), пристосовування до змін у ринковому середовищі (максимізація корисності менеджера за О. Уільямсоном), виживання у зовнішньому середовищі (теорія виживання за І. Чумарінім), управління маркетингом (мережева теорія за Дж. Подольні, К. Пейджом, М. Кастельсом, Т. Парсон-

сом, П. Сорокіною, Р. Емерсоном, Дж. Коулманом, А. Туреною, М. Вебером), підприємницькою ініціативою (підприємницька теорія за Й. Шумпетером, К. Левінім, Д. Макгрегором) та управління ресурсами (Х-ефективність за К. Ліберштайном). Доцільно зауважити, що соціальні теорії мають не зовсім системний характер, тому що проблеми соціального забезпечення та зайнятості як функції підприємства не вирішують комплексно.

Теорії середовища виділяють інформаційну функцію підприємства, яку Б. Клейнером [5] визначено як головну, оскільки підприємство одержує, переробляє та використовує її у процесі виробництва (інформаційна теорія Масахико Аоки), управлінську функцію, за визначенням Л. Мамаєвої [25], з «позицій когнітивної невизначеності, тільки довіра сприяє мінімізації транзакційних витрат взаємодії фірм і досягненню рівноваги на ринку в довгостроковому періоді» (когнітивна теорія за Дж. Келлі, Г. Брауном, І. Полані та Н. Хенсоном, Боке і О. Серве), а також функції виробничу та соціальну розглядають через корпоративну культуру (теорія корпоративної культури за М. Монтень, Е. Ренмані, Р. Норманном). Розглянуті теорії не приділяють певної уваги виробничої та ринкової функціям підприємства, а вони, на наш погляд, є основними.

На підставі глибокого аналізу усіх теорій Б. Клейнер [5] запропонував власну системно-інтеграційну теорію, яка виділяє виробничу, управлінську, соціальну, ринкову, економічну функції підприємства, але чіткої їх систематизації не здійснив.

У сучасних джерелах інформації узгодженості з питань систематизації функцій підприємства також не має. Так, В. Нестеренко та І. Токар підкреслюють, що «підприємство являє собою виробничо-технологічну, організаційну та економічну єдність» [9]. В. Федоренко [26] зазначає, що «підприємство як самостійний суб'єкт господарювання виконує ряд функцій, в яких втілюються головні принципи його діяльності. Основні функції підприємства такі: виробничо-технологічна, економічна, соціальна та зовнішньоекономічна». О. Лотиш [27] при проведенні порівняльної характеристики підходів до визначення змісту фірми визначає такі функції, як: виробнича (класична та неокласична, біхевіористична теорії; узгоджена діяльність з приводу виробництва товарів і послуг (інституційна); творча (підприємницька теорія); економічна, соціальна, інституційна (еволюційна теорія); соціальна (теорія корпорації); розвиток відносин із партнерами (мережева теорія); максимізація прибутку (теорія ігор); оптимальне поєднання організаційно специфічних знань (ресурсна теорія); від економічної до соціальної (системно-інтеграційна теорія.).

**Т**аким чином, найбільшу увагу щодо функцій у теоріях підприємства («принципал–агент», соціальні теорії, корпоративної культури, системно-інтеграційна) приділяють соціальній функції. Але останнім часом у вітчизняній економічній літературі використовується поняття «соціальна відповідальність», яке, за думкою О. Грішнєвої [28], має багато визначень, що різняться розумінням «цілей підприємства і навіть ширше – сенсу життя і призначення людини (зокрема

підприємця)». Але «найточнішим і найважливішим розумінням соціальної відповідальності бізнесу є її трактування як відповідальності підприємця за інтегровану суспільну корисність його бізнесу» [28].

**А**втори [29] визнають, що у зарубіжній літературі наведено два підходи до соціальної відповідальності – це концепція соціально-відповідального бізнесу, що розглядає його соціальну діяльність з точки зору інтересів суспільства і держави, та концепція корпоративної соціальної відповідальності (КСВ), яка характеризує усвідомлення бізнесом своєї відповідальності перед суспільством, колективом, індивідом за свої дії та їх соціальні наслідки. Отже, ці автори відокремлюють соціальну відповідальність суспільства та держави від соціальної відповідальності підприємства.

Цей тезис не підтримують вітчизняні автори. Так, О. Грішнова [28] підкреслює, що «немає сенсу говорити про соціальну відповідальність лише бізнесу», бо цю відповідальність «несе передусім держава в особі її законодавчих і виконавчих органів». Вона виділяє такі складові цього терміна, як: відповідальний виробник, роботодавець, діловий партнер, учасник соціальних відносин, учасник економічних і політичних відносин з державою [28]. Але вони характеризують, на наш погляд, підприємницьку діяльність як процес і не показу-

ють якість взаємовідносин, ефективність виробничої діяльності та вирішення соціальних питань.

Найбільш точно, на наш погляд, соціальна відповідальність підприємства визначена провідним об'єднанням корпорацій США Business for Social Responsibility (Бізнес та соціальна відповідальність), як «досягнення комерційного успіху шляхами, які засновані на етичних нормах та повазі до людей, спільнот, навколишнього середовища» [29]. Але це визначення не враховує вітчизняні умови виробництва та життєдіяльності регіонів.

В умовах нестабільного зовнішнього та внутрішнього середовища промислового підприємства доцільно визначити, що соціальна відповідальність – це одна з головних функцій його діяльності, яка спрямована на задоволення соціальних потреб трудового колективу, власників та енергетичного забезпечення й охорони навколишнього середовища регіонів, на території яких розташовано підприємство. Вона є однією з ланок ланцюга соціальної відповідальності країни.

Таким чином, проведена систематизація функцій підприємства дозволяє їх об'єднати під єдиною сукупністю – соціально-економічні функції промислового підприємства (рис. 1) за групами, а саме: інформаційно-правова, виробнича, маркетинг-менеджмент, соціальна відповідальність.

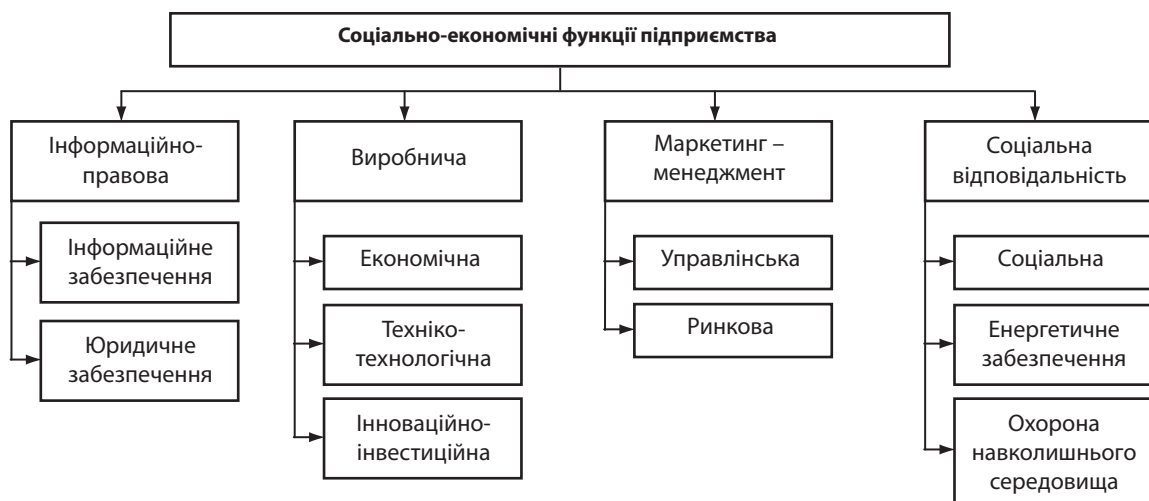


Рис. 1. Функції підприємства, запропоновані за аналізом літературних джерел [2–29]

Інформаційно-правова функція характеризує юридичні особливості функціонування підприємства та його бізнесу, а також інформаційне забезпечення, що показує необхідність створення на підприємстві інформаційної бази за станом зовнішнього та внутрішнього середовища.

Виробнича, що складається з трьох функцій – економічної, техніко-технологічної та інноваційно-інвестиційної. Перша функція охоплює дії підприємства з вкладення капіталу, одержання доходів від виробництва та реалізації продукції, товарів і послуг, нарахування оплати праці, управління витратами, у тому числі трансакційні витрати, тощо. При цьому вона здійснює свою направленість як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку, тобто при проведенні зовнішньо-

економічної діяльності. Друга – техніко-технологічна – характеризує стан ресурсів, необоротних активів, технічну підготовку до виробництва та технологічні особливості виробництва продукції, товарів і послуг. Третя – інноваційно-інвестиційна – показує доцільність впровадження інновацій та інвестицій у виробничу діяльність підприємства.

Маркетинг-менеджмент включає управлінську та ринкову функції. Управлінська – стосується загального й адміністративного менеджменту, ефективності прийняття управлінських рішень тощо. Ринкова – доцільність проведення аналізу ринкових можливостей підприємства, її підприємницької здатності та ринкових умов бізнесу.

Соціальна відповідальність – це група функцій, основною метою яких є задоволення соціальних потреб працівника, колективу підприємства, суспільства, держави щодо вирішення проблем, таких як: соціальне та паливно-енергетичне забезпечення, охорона навколишнього середовища, зайнятості населення, його доходів і морального клімату.

Таким чином, науковою новизною цього дослідження є систематизація функцій підприємства, які об'єднано під єдиною сукупністю (соціально-економічні функції промислового підприємства), розподілено на чотири групи, що забезпечує конкретизацію формування інструментів управління за сферами діяльності, ресурсами та соціально-правової відповідальності.

За визначенням Кулагіної О. В. та Бережного Г. В., інструменти управління – це засоби упорядкування, пристосування для вирішення поставленого завдання в рамках сформованої реальної ситуації, ресурсних та інших обмежень [30].

У статті пропонується під інструментами управління підприємством розуміти засіб пристосування до умов мінливого зовнішнього та внутрішнього середовища з метою досягнення та утримання сталого розвитку його діяльності. Підґрунтям щодо їх формування є положення, які розроблено за розглянутими у цій статті двома підходами – теоретичним і функціональним (рис. 2).

Перший характеризує суб'єкт, об'єкт, мету управління, другий – напрям розробок щодо покращення ді-

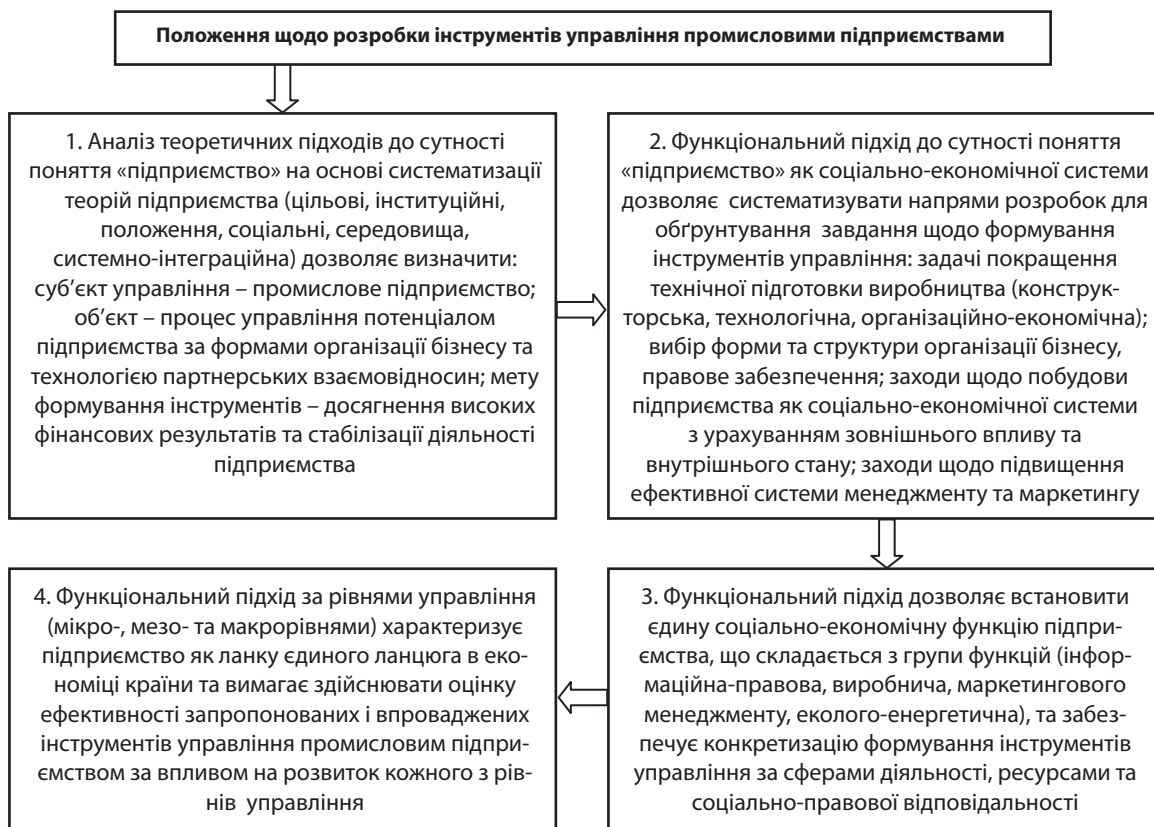


Рис. 2. Положення щодо розробки інструментів управління промисловими підприємствами

Джерело: авторська розробка.

яльності, третій – функції, що впливають на якість господарювання, а четвертий – ефективність за рівнями управління.

Таким чином, аналіз теорій підприємства за двома підходами – теоретичним і функціональним – дозволяє побудувати підґрунтя щодо формування інструментів управління промисловим підприємством з метою підвищення ефективності його діяльності.

### ВИСНОВКИ

На підставі аналізу літературних джерел з теорії підприємства встановлено:

1. Суб'єктом дослідження є підприємство, об'єктом – процес управління потенціалом підприємства за формами організації бізнесу та техноло-

гією партнерських взаємовідносин, метою управління – досягнення високих фінансових результатів, стабілізації діяльності та соціальної відповідальності підприємства, з точки зору інтересів власників, працівників, суспільства та держави.

2. Виявлено напрями дослідження, що характеризують сутність поняття «підприємство» як соціально-економічної системи, а саме: технічна підготовка виробництва, економічна теорія та право, теорія систем, маркетинг-менеджмент. На основі проведеного аналізу обґрунтовано визначення підприємства як суб'єкта господарювання, який є відкритою соціально-економічною системою, має умови для виробництва продукції та надання послуг для задо-

волення як суспільних потреб, так і власних цілей. Ефективність діяльності підприємства залежить від впливу факторів зовнішнього та внутрішнього середовища, тому потребує постійного корегування та вдосконалення теоретичне обґрунтування (об'єкт, мета та завдання дослідження), а також уточнення заходів щодо покращення діяльності підприємств за функціями та рівнями управління (функціональне забезпечення).

3. Запропоновано функції промислового підприємства – соціально-економічні функції за групами, а саме: інформаційно-правова, виробнича, маркетинг-менеджменту, соціальна відповідальність, де визначено організацію та конкретизацію з формування інструментів управління за сферами діяльності, ресурсами та соціально-правовою відповідальністю.
4. Формування відповідних інструментів управління базується на теоретичному та функціональному підходах, які засновані на теоріях підприємства. Теоретичний підхід дозволяє чітко встановлювати суб'єкт, об'єкт, мету дослідження, а функціональний підхід – завдання, функції підприємства та його взаємодію з різними рівнями управління (мезо- та макро-) через відповідні інституції. ■

#### ЛІТЕРАТУРА

1. **Подрез О. І.** Об'єкти управління підприємством як соціально-економічною системою // *Економічна кібернетика: перспективи розвитку інформаційної економіки* : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. (Дніпро, 1–2 берез. 2018 р.). Дніпро : Пороги, 2018. С. 70–74.
2. **Тис Д., Изано Г., Шуэн Э.** Динамические способности фирмы и стратегическое управление. *Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия : Менеджмент.* 2003. Вып. 4. С. 133–185
3. **Penrose E. T.** *The Theory of the Growth of the Firm.* N.Y. : Wiley, 1959.
4. **Свейби К.-Э.** Теория фирмы, основанная на знаниях: руководство к формированию стратегии. *Интеллектуальный капитал.* 2001. Т. 2, № 2.
5. **Клейнер Г. Б.** Эволюция и модернизация теории предприятия // *Экономическая трансформация и экономическая теория.* 5-й Международный симпозиум по эволюционной экономике. М. : ИЭ РАН, 2004. 17 с.
6. **Чухна А. А., Юхименко П. І., Леоненко П. М.** Сучасні економічні теорії : підручник. Київ : Знання, 2007. 878 с.
7. **Грузинов В. П.** Экономика предприятия и предпринимательство. М. : СОФИТ, 1994. 496 с.
8. **Мочерний С. В., Довбенко М. В.** Економічна теорія. Київ : Академія, 2004. 856 с.
9. **Нестеренко В. Ю., Токар І. І.** Конспект лекцій з дисципліни «Економіка і організація виробництва». Харків : ХНАДУ, 2012. 58 с.
10. **Васюткіна Н. В.** Управління сталим розвитком підприємств: теоретико-методологічний аспект : монографія. Київ : Ліра-К, 2014. 334 с.
11. **Герасимчук В.** Управління підприємством як соціально-економічною системою: функціональний підхід. *Економіка України.* 2003. № 4. С. 12–18.

12. **Мескон М., Альбер М., Хедоури Ф.** Основы менеджмента. М. : Дело, 2004. 799 с.

13. **Chandler A.** *Strategy and Structure: Chapters in the History of the Industrial Enterprise.* Massachusetts Institution of Technology : The Mit Press. 1962, 1990. 465 p.

14. **Минцберг Г., Альстрэнд Б., Лэмпел Д.** Школы стратегий. Стратегические сафари: экскурсия по дебрям стратегии менеджмента. СПб. : Питер, 2000. 336 с.

15. **Катаєв А. В.** Соціально-орієнтований маркетинг-аудит : монографія. Харків : Вид. Оберемок В., 2005. 212 с.

16. **Дороніна М. С.** Нова концепція сучасного менеджменту на основі управління економічними та соціальними процесами : монографія. Харків : Вид-во ХДЕУ, 2002. 432 с.

17. **Єськов О.** Принципи гуманістичної концепції соціального управління на підприємстві. *Економіка України.* 2002. № 6. С. 36–40.

18. **Томпсон А. А., Стрикленд П. Дж.** Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа. М. : Вильямс, 2007. 928 с.

19. **Котлер Ф.** *Маркетинг от А до Я.* СПб. : Нева, 2003. 224 с.

20. **Панухник Я. Г.** Модернізація технологій управління підприємством у муніципальній економічній системі : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04. Тернопіль, 2015. 24 с.

21. **Райко Д. В., Лебедева Л. Е.** Модель управління маркетингом у системі менеджменту промислового підприємства. *Маркетинг і менеджмент інновацій.* 2015. № 1. С. 107–123.

22. **Lawrence P. R., Lorsch J. W.** Organization and environment; managing differentiation and integration. Homewood, Ill. : R. D. Irwin, 1969. 279 p.

23. **Бойчик І. М.** Економіка підприємства : підручник. Київ : Кондор, 2016. 378 с.

24. **Менар К.** Экономика транзакционных издержек: от теоремы Коуза до эмпирических исследований : кол. моногр. М. : ИНФРА-М, 2005. С. 115–117.

25. **Мамаева Л. Н.** Институциональная экономика : курс лекций. М. : Дашков и К, 2013. 320 с.

26. *Політична економія : підручник / за наук. ред. В. Г. Федоренка.* Київ : Алерта, 2008. 487 с.

27. **Лотиш О. Я.** Економічні теорії фірми: сучасні підходи та аналіз. Соціально-економічні координати розвитку підприємницької діяльності : кол. моногр. Умань : СГД «Сочинський», 2014. Ч. 1. С. 9–20.

28. **Гришнова О. С.** Соціальна відповідальність бізнесу: сутність, значення, стратегічні напрями. *Україна: аспекти праці.* 2010. № 7. С. 3–8.

29. Короткий курс лекцій з дисципліни «Економіка підприємства». URL: [https://studme.com.ua/18211001/ekonomika/ot\\_avtorov\\_ekonomika\\_predpriyatiya\\_.htm](https://studme.com.ua/18211001/ekonomika/ot_avtorov_ekonomika_predpriyatiya_.htm)

30. **Кулагина Е. В., Березнов Г. В.** Инструменты и методы, обеспечивающие устойчивость предприятия // *Журнал научных публикаций для аспирантов и докторантов.* 2008. № 18. URL: <http://jurnal.org/articles/2008/ekon18.html>

#### REFERENCES

Boichyk, I. M. *Ekonomika pidpriemstva* [Business Economics]. Kyiv: Kondor, 2016.

Chandler, A. *Strategy and Structure: Chapters in the History of the Industrial Enterprise* Massachusetts Institution of Technology : The Mit Press., 1962, 1990.

Chukhna, A. A., Yukhymenok, P. I., and Leonenko, P. M. *Suchasni ekonomichni teorii* [Modern economic theories]. Kyiv: Znan-nia, 2007.

Doronina, M. S. *Nova kontseptsiiia suchasnoho menedzhmentu na osnovi upravlinnia ekonomichnymy ta sotsialnymy protsesamy*

[New concept of modern management based on management of economic and social processes]. Kharkiv: Vyd-vo KhDEU, 2002.

Gruzinov, V. P. *Ekonomika predpriyatiya i predprinimatelstvo* [Business Economics and Entrepreneurship]. Moscow: SOFIT, 1994.

Herasymchuk, V. "Upravlinnia pidpriemstvom yak sotsialno-ekonomichnoiu systemoiu: funktsionalnyi pidkhid" [Management of the enterprise as a social and economic system: a functional approach]. *Ekonomika Ukrainy*, no. 4 (2003): 12-18.

Hrishnova, O. S. "Sotsialna vidpovidalnist biznesu: sutnist, znachennia, stratehichni napriamy" [Social responsibility of business: essence, meaning, strategic directions]. *Ukraina: aspekty pratsi*, no. 7 (2010): 3-8.

"Korotkyi kurs leksii z dystsypliny «Ekonomika pidpriemstva»" [Short course of lectures on discipline "Enterprise Economics"]. [https://studme.com.ua/18211001/ekonomika/ot\\_avtorov\\_ekonomika\\_predpriyatiya\\_.htm](https://studme.com.ua/18211001/ekonomika/ot_avtorov_ekonomika_predpriyatiya_.htm)

Kataiev, A. V. *Sotsialno-orientovanyi marketynh-audyt* [Social-oriented marketing-audit]. Kharkiv: Vyd-vo Oberemok V., 2005.

Kleyner, G. B. "Evolutsiia i modernizatsiia teorii predpriyatiya" [Evolution and modernization of enterprise theory]. *Ekonomicheskaya transformatsiia i ekonomicheskaya teoriia*. Moscow: IE RAN, 2004.

Kotler, F. *Marketing ot A do Ya* [Marketing from A to Z]. St. Petersburg: Neva, 2003.

Kulagina, Ye. V., and Berezhnov, G. V. "Instrumenty i metody, obespechivayushchiye ustoychivost predpriyatiya" [Tools and methods to ensure the sustainability of the enterprise]. *Zhurnal nauchnykh publikatsiy dlya aspirantov i doktorantov*. 2008. <http://jurnal.org/articles/2008/ekon18.html>

Lawrence, P. R., and Lorsch, J. W. *Organization and environment; managing differentiation and integration* Homewood, Ill. : R. D. Irwin, 1969.

Lotysh, O. Ya. "Ekonomichni teorii firmy: suchasni pidkhody ta analiz" [Economic theory of the firm: modern approaches and analysis]. In *Sotsialno-ekonomichni koordynaty rozvytku pidpriemnytskoi diialnosti*, part 1, 9-20. Uman: SPD «Sochinskyi», 2014.

Mamayeva, L. N. *Institutsionalnaya ekonomika : kurs leksii* [Institutional economics: a course of lectures]. Moscow: Dashkov i K, 2013.

Menar, K. *Ekonomika transaktsionnykh izderzhok: ot teoremy Kouza do empiricheskikh issledovaniy* [The economics of transaction costs: from Coase's theorem to empirical studies]. Moscow: INFRA-M, 2005.

Meskon, M., Alber, M., and Khedouri, F. *Osnovy menedzhmenta* [Fundamentals of management]. Moscow: Delo, 2004.

Mintzberg, G., Alstrend, B., and Lempel, D. *Shkoly strategiy. Strategicheskoye safari: ekskursiya po debryam strategii menedzhmenta* [Strategic safaris: an excursion through the wilds of management strategies]. St. Petersburg: Piter, 2000.

Mochernyi, S. V., and Dovbenko, M. V. *Ekonomichna teoriia* [Economic theory]. Kyiv: Akademiia, 2004.

Nesterenko, V. Yu., and Tokar, I. I. *Konspekt leksii z dystsypliny «Ekonomika i orhanizatsiia vyrobnytstva»* [Summary of lectures on discipline "Economics and organization of production"]. Kharkiv: KhNADU, 2012.

Panukhnyk, Ya. H. "Modernizatsiia tekhnolohii upravlinnia pidpriemstvom u munitsypalnii ekonomichnii systemi" [Modernization of enterprise management technologies in the municipal economic system]: *avto-ref. dys. ... kand. ekon. nauk : 08.00.04*, 2015.

Penrose, E. T. *The Theory of the Growth of the Firm* New York: Wiley, 1959.

Podrez, O. I. "Obiekty upravlinnia pidpriemstvom yak sotsialno-ekonomichnoiu systemoiu" [Objects of enterprise management as a social and economic system]. *Ekonomichna kibernetika: perspektyvy rozvytku informatsiinoi ekonomiky*. Dnipro: Porohy, 2018. 70-74.

*Politychna ekonomiiia* [Political Economy]. Kyiv: Alerta, 2008.

Raiko, D. V., and Lebedieva, L. E. "Model upravlinnia marketynhom u systemi menedzhmentu promyslovoho pidpriemstva" [Model of management of marketing in the management system of the industrial enterprise]. *Marketynh i menedzhment innovatsii*, no. 1 (2015): 107-123.

Sveybi, K.-E. "Teoriya firmy, osnovannaya na znaniakh: rukovodstvo k formirovaniyu strategii" [Theory of a firm based on knowledge: a guide to strategy formation]. *Intellektualnyy kapital* vol. 2, no. 2 (2001).

Tompson, A. A., and Striklend, P. Dzh. *Strategicheskyy menedzhment: kontseptsii i situatsii dlya analiza* [Strategic management: concepts and situations for analysis]. Moscow: Vilyams, 2007.

Tis, D., Izano, G., and Shuen, E. "Dinamicheskoye sposobnosti firmy i strategicheskoye upravleniye" [Dynamic capabilities of the firm and strategic management]. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Seriya : Menedzhment*, no. 4 (2003): 133-185.

Vasiutkina, N. V. *Upravlinnia stalym rozvytkom pidpriemstv: teoretyko-metodolohichniy aspekt* [Management of sustainable development of enterprises: theoretical and methodological aspect]. Kyiv: Lira-K, 2014.

Yeskov, O. "Pryntsypy humanistychnoi kontseptsii sotsialnoho upravlinnia na pidpriemstvi" [Principles of the humanistic concept of social management in the enterprise]. *Ekonomika Ukrainy*, no. 6 (2002): 36-40.