

---

## **О ТЕОРЕТИЧЕСКИХ АСПЕКТАХ ОРГАНИЗАЦИОННО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

---

**Пшенецкий Сергей Андреевич,**

аспирант кафедры организации производства и маркетинга  
Донского государственного технического университета;  
psheneckijs@yandex.ru

Выявляются основные проблемы организационно-технологической деятельности промышленных предприятий и сформулируются предложения по ее совершенствованию. Обсуждается дефиниция организационно-технологической деятельности на производствах в рыночной экономике.

**Ключевые слова:** организация производства, организационно-технологическая деятельность, маркетинг, контролирующая функция.

На современном этапе развития производственной сферы экономики наблюдается несогласованность теоретических положений и практической реализации организационно-технологической деятельности на промышленных предприятиях.

Диссонанс теории и практики можно объяснить тем, что при переходе от административного управления к рыночным механизмам организации производства не был сформирован элемент организационно-технологической деятельности, что, в свою очередь, повлекло за собой значительное разрушение института планирования и прогнозирования производства продукции на промышленных предприятиях.

Необходимо отметить также отсутствие активной реакции производства на потребности рынка. Функция маркетинг на предприятии рассматривается только как сбыт, что приводит к утрате многих из методов организации и планирования производственной деятельности. Такое представление ведет к затовариванию «ненужной» продукцией на предприятии и, как следствие, к снижению экономической эффективности организации в целом.

Выявленные проблемы можно охарактеризовать как базисные задачи, требующие глубокого анализа с теоретической точки зрения и разработки новых методов в области организации производства [4].

Теоретические подходы к дефиниции теории организации в рыночной среде были рассмотрены в работах Й. Шумпетера, Д. Санто, Н. Кондратьева, М. Крозье, В.А. Тамбовцева, М. Мескона, Р. Фатхутдинова и др. [3, 4].

Основным аспектом, сформулированным ведущими учеными, проводящими научные изыскания в области менеджмента и организации производства, определяется как необходимость соблюдения в качестве базового принципа системности [1].

Системность — один из основных принципов, который должен учитываться при организации производства, включающей планирование деятельности, прогнозирование, принятие управленческих решений по выбору поставщиков, каналов сбыта, анализа эффективности и других видах деятельности (работ), необходимых для функционирования промышленного предприятия.

Применение принципа системности предполагает целостность восприятия всего предприятия. Однако на сегодняшний день наблюдается полярность производственной, технологической и экономической сфер деятельности организации. Таким образом, несогласованные решения, принимаемые менеджерами различных уровней по организации производственной деятельности, приводят к разрозненности действий и невозможности достижения конечной цели организации. Выходом из сложившейся ситуации может служить компетентная организационно-технологическая деятельность на предприятии, позволяющая согласовать действия по выпуску продукции на предприятиях промышленности.

Согласованность действий по достижению целей – необходимое условие для рентабельности и активности на рынке организации [3, 5]. Для реализации принципов системности и согласованности организационной деятельности, в том числе и организационно-технологической, может служить введение активного маркетинга, который поможет объединить и структурировать всю деятельность по выпуску продукции на промышленном предприятии и способствовать улучшению экономического климата организации.

Маркетинг как инструмент производственного менеджмента служит основополагающей базой для реализации деятельности производства на предприятии. Примеры маркетинговых решений по реализации этапов организационно-технологической деятельности приведены в следующей таблице.

Таблица

Методы маркетинга, используемые для выполнения организационно-технологических этапов

Организационно-технологический этап	Метод решения
Ввод ресурсов	Маркетинговая коммуникация, маркетинговая информационная система (МИС), критерии выбора поставщиков, сегментирование рынка
Преобразование ресурсов	Маркетинговая коммуникация, МИС, мониторинг
Вывод ресурсов	МИС, сегментирование рынка, исследование рыночной конъюнктуры

Источник: составлено автором на основании [4].

Приведенная классификация свидетельствует не только о возможности, но и необходимости использования маркетинга в организационно-технологической деятельности промышленного предприятия.

Управление процессами и организация деятельности включает в себя не только сам процесс производства и сопутствующие ему подпроцессы, но и предполагает контролируемую функцию.

Контролирующая функция позволяет предвидеть предкризисные и кризисные ситуации и предпринимать соответствующие мероприятия по их устранению.

Эффективным методом контроля организационно-технологической деятельности служат методы антикризисного менеджмента [2].

Методы контроля производственной деятельности можно классифицировать как оперативные и системные. Оба вида актуальны и необходимы в условиях неопределенности, создаваемой рыночными процессами в экономике.

Оперативные методы предполагают анализ и корректировку конкретного плана производства. Примером оперативного анализа может служить мониторинг, позволяющий своевременно диагностировать причины ухудшения состояния, определять пути его восстановления, обеспечивая существующую рентабельность и деятельность, а также экономический рост и развитие организации.

К системным методам относятся аналитическая деятельность и отчеты элементов (отделов) предприятия. Такие методы являются стратегическими, позволяющими предвидеть и планировать деятельность на долгосрочный период.

Из приведенных требований, классификации реализации этапов и необходимости контроля организационно-технологической деятельности можно сформулировать ее понятие на современном этапе развития экономики.

Организационно-технологическая деятельность промышленных предприятий — это комплекс мероприятий по организации деятельности предприятия, включающий подготовительный, производственный, маркетинговый, контролирующий этапы, с целью производства конкурентоспособной продукции, повышению рентабельности и экономической активности с учетом влияния мезо- и макросреды, при условии соблюдения принципов системности и согласованности действий по достижению целей организации.

На рисунке представлена структурно-логическая схема организационно-технологической деятельности промышленных предприятий с учетом влияний мезо- и макросреды при условии соблюдения системности и согласованности.

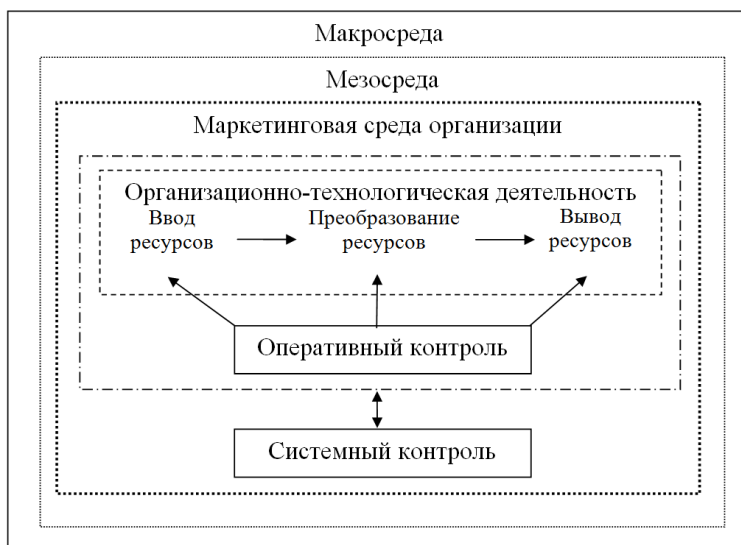


Рис. Укрупненная структурно-логическая схема организационно-технологической деятельности промышленного предприятия

Источник: разработано автором.

Новый уровень развития организационно-технологической деятельности способствует изменению теоретического подхода системы организационно-экономических отношений и реализации управления производственным процессом, базирующимся на диффундировании маркетинга.

#### Список источников

1. Организация производства, инновационная деятельность и маркетинг [текст] / Крымов С.М., Месхи Б.Ч., Резванов А.А., Дудакова И.А., Калачев Ю.В., Магомедов М.Г., Жуков В.П., Борисова Л.В., Джуха В.М., Кузьминов А.Н., Бармута К.А., Симонян Т.В., Клиновенко Л.Р., Бондаренко В.А., Миргородская О.Н.; под общ. ред. профессора С.М. Крымова. – Ростов н/Д: Издательский центр ДГТУ, 2011. – 155 с.
2. Пшенецкий, С.А. Антикризисное управление как рыночная модель управления организацией [текст] / Т.П. Кузьминская, С.А. Пшенецкий // Общество, экономика, человек в эпоху глобальных перемен: Сборник статей I Всероссийской научно-практической конференции. – Ростов н/Д: Мини Тайп, 2010. – С. 19 – 21.
3. Радионова, В.Н. Теория и методы организации производства [текст] / В.Н. Радионов, Ю.С. Ковалева // Организатор производства. – 2012. – №3. – С. 11 – 14.
4. Фатхутдинов, Р.А. Производственный менеджмент [текст] / Р.А. Фатхутдинов. – СПб.: Питер, 2008. – 496 с.
5. Чиназирова, С.К. Современная стратегия развития организации производства [текст] / С.К. Чиназирова. – М.: Альфа, 2010. – 52 с.

---

# **ON THE THEORETICAL ASPECTS OF ORGANIZATIONAL AND TECHNOLOGICAL INDUSTRIAL ACTIVITIES**

---

**Pshenetsky Sergey Andreyevich,**

Post-graduate student of the Chair of Organization of Production and Marketing of Donskoy State Technical University;  
psheneckijs@yandex.ru

Major organizational and technological problems of activity of industrial enterprises are identified and proposals for its improvement are made. The definition of the organizational and technological activities in the industries in market economy are discussed.

**Keywords:** industrial engineering, organizational and technological functioning, marketing, controlling function.