

L. Kurzen // Knowledge, Rationality & Action. – 2009. - №169. – P.223–240.

4. Crocker C.A. Collective conflict management: a new formula for global peace and security cooperation? / C.A. Crocker, F.O. Hampson, P. Aall // International Affairs. – 2011. – №87(1). – P. 39–58.

УДК 657.471.1

БЕЛЯЄВА Н.С.

аспірант, викладач,

Київський національний університет технологій та дизайну, м. Київ

УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ В СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Будь-яка організація, незалежно від її конкретного призначення, може функціонувати за умови, якщо вона має в своєму розпорядженні певний набір ресурсів: матеріальних, трудових, фінансових. Щоб виробити і реалізувати продукцію, виконати різні види робіт, надати послуги, організація повинна здійснити певні витрати. Кінцевий фінансовий результат – прибуток організації залежить від того наскільки є оптимальним набір витрат за кількісним та якісним складом. Міра ж оптимізації витрат і, отже, фінансове благополуччя організації залежить від якості її менеджменту.

Таким чином, підвищення ефективності і стійкості бізнесу за рахунок зниження витрат — найважливіше завдання кожного керівника компанії в сучасних умовах. Всім відомо: для того, щоб отримувати більше прибутку, потрібно або більше заробляти, або менше витратити.

При цьому співвідношення зусиль, які потрібно прикласти для збільшення об'єму продажів або скорочення витрат говорять явно на користь останніх. Так, для підприємства, що має рентабельність 10%, скорочення витрат на 2% вплине на прибуток точно так, як і збільшення об'єму реалізації на 20% при незмінному рівні рентабельності — прибуток в обох випадках зросте на 20%. Без сумніву, 2% значно менше 20%.

Важливо і те, що резерви для скорочення витрат є завжди, на відміну від резервів для збільшення об'єму реалізації. До того ж, скорочення витрат практично повністю залежить від зусиль менеджменту компанії [1, с. 118]. Значно відрізняється і ціна реалізації заходів щодо скорочення витрат і по просуванню продукції на ринок — в першому випадку порядок ціни — тисячі, в другому — можуть бути і мільйони.

Справедливість цих тверджень набагато зростає в періоди економічної нестабільності і падіння ринків, коли компанії прикладають титанічні зусилля лише для того, щоб утримати об'єми реалізації, не говорячи вже про зростання об'ємів продажів.

У результаті, система управління витратами стає життєво необхідною складовою успішного функціонування більшості компаній і бізнесів.

Загальна система управління витратами може бути описана за допомогою наступних параметрів: фактори виробничої діяльності; центри виникнення витрат; центри відповідальності; центри рентабельності; система контролю витрат; об'єкт обліку витрат [2, с. 154].

Управління витратами, як частина загального менеджменту організації, залежить і від структури організації. Кожна організація має свою специфічну виробничу структуру і структуру управління.

Виробнича структура організації розподіляє всю її роботу на спеціалізовані види діяльності, здійснення яких вимагає певного набору ресурсів.

Ефективність управління витратами багато в чому визначається тим, наскільки повно, включаючи низові ланки, що здійснюють витрати, залучені в планування і аналітичний облік.

При формуванні структури управління «знеособлення» відповідальності підрозділів в процесі використання ресурсів приводить до фактичної втрати керованості витратами організації.

Таким чином, можна сказати, що витратами є затрати виробника для здійснення цілей своєї діяльності, для отримання результату у вигляді готової продукції (робіт, послуг), незавершеного виробництва, а також у вигляді устаткування і інших основних засобів для власного виробництва.

Управління підприємством як бізнесом визначає підхід до управління поточними витратами у взаємозв'язку з управлінням виробництвом, управлінням закупівлями і продажами, фінансами і інвестиціями.

Управління витратами – це вміння економити ресурси і максимізувати віддачу від них [3, с. 108].

Організації, що надають значення ефективному управлінню витратами і вміють методично грамотно організувати цю роботу, мають великі переваги у сфері бізнесу:

по-перше, їх продукція більш конкурентоздатна за рахунок нижчих витрат і, отже, цін;

по-друге, вони мають якісну і реальну інформацію про собівартість окремих видів продукції і, що важливо, вона є своєчасною. Дана обставина забезпечує маневреність і гнучкість при веденні бізнесу і забезпечує захист від конкурентів;

по-третє, знання структури витрат, якісного значення окремих структурних елементів створює можливість гнучкого ціноутворення;

по-четверте, організація має достовірну інформацію для аналізу і складання планів;

по-п'яте, організація має можливість оцінити вклад кожного підрозділу в загальний фінансовий результат;

по-шосте, що дуже важливе, рішення, що приймаються організацією, як оперативного, так і довгострокового порядку, більш обґрунтовані, в них закладена менша доля ризику. Організація більш стійка і життєздатна.

Перелік використаних джерел:

1. Фатхутдинов Р. А. Стратегический менеджмент: [учебник для вузов] / Р.А. Фатхутдинов. – [2-е изд., доп.]. – М.: ЗАО «Бизнес-школа «Интел-Синтез», 1998. – 304 с.

2. Lee John Y. Advances in Management Accounting / John Y. Lee. – [Volume 12]. – L.A.: «JAI Press», 2004. – 300 p.

3. Іванюта П.В. Управління ресурсами та витратами: навчальний посібник / П.В.Іванюта, О.П.Лугівська; за ред. Іванюти С.М. – 2-ге вид. – К.: ЦУЛ, 2011. – 320 с.

УДК 330:65

БИСАГА Т.В.

магістрант,

Мукачівський державний університет, м. Мукачево

ОСОБЛИВОСТІ ПРОЦЕСУ РОЗРОБКИ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Однією із важливих сучасних проблем будь-якого підприємства, яке працює в умовах ринку, є проблема його виживання, адаптації до впливу світових суспільно-економічних процесів та забезпечення безперервного розвитку. Ефективне розв'язання даної проблеми полягає у створенні й реалізації конкурентних переваг, що може бути досягнуто на основі грамотно розробленої стратегії розвитку підприємства.

Стратегія підприємства – це систематичний план його потенційної поведінки в умовах неповноти інформації про майбутній розвиток середовища та підприємництва, що включає формування місії, довгострокових цілей, а також шляхів і правил прийняття рішень для найбільш ефективного використання стратегічних ресурсів, сильних сторін і

можливостей, усунення слабких сторін та захист від загроз зовнішнього середовища задля майбутньої прибутковості [2, с. 9-10].

Організація розробки стратегії на підприємстві передбачає відбір кадрів розробників, організацію їх роботи і контроль, зміну організаційної структури управління відповідно до потреб стратегічного менеджменту, розвитку в кадрів стратегічних здібностей та інформаційно-аналітичного забезпечення процесу розробки стратегії.

Формування стратегії підприємства є процесом, який проходить певні етапи.

На першому етапі розробки стратегії підприємства здійснюють аналіз середовища, прогнозують його майбутній розвиток, виявляють можливості і загрози, сильні і слабкі сторони, оцінюють конкурентоспроможність і прогнозують її зміни.