

витрат. Проте вирішальну роль у формуванні рівня витрат відіграють розмір інвестиційного капіталу та місце мінерально-сировинного сектора серед інших галузей з огляду на його використання.

УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ В УКРАЇНІ ПІД ЧАС ФІНАНСОВОЇ КРИЗИ

Викл. Щербина О.В., студ. Лазаренко В.М., Нечай В.М., КІ СумДУ

Трансформаційний період вітчизняної економіки характеризується виникненням кризових явищ, що обумовлюються спадом виробництва, недосконалістю законодавчої бази і відсутністю у вітчизняних менеджерів досвіду управління економічними об'єктами в ринковій економіці.

Важливою особливістю адаптації підприємств у кризових умовах є попередження змін у зовнішньому оточенні шляхом зміни власного стилю поведінки. Це потребує формування моделі стратегічного управління на основі “слабких сигналів”, що генерує завчасні, цілеспрямовані попереджувальні дії, які забезпечують здатність до самозбереження, гнучкість, орієнтацію на майбутні зміни, готовність до здійснення діяльності в умовах невизначеності, формування антикризового потенціалу, стійкого до раптових змін і здатного вчасно ідентифікувати можливі погрози. Реалізація стратегії антикризового управління підприємствами дозволить знизити імовірність виникнення кризових ситуацій, зменшити розмір можливого збитку, що виникає в кризовій ситуації, підвищити стратегічний потенціал і активізувати потенціал протидії кризовим явищам, підсилити адаптаційні можливості підприємств і зміцнити їх конкурентні позиції.

Управління витратами на підприємстві можна визначити як взаємопов'язаний комплекс робіт, які формують коригуючі впливи на процес здійснення витрат під час господарської діяльності підприємства, спрямовані на досягнення оптимального рівня витрат в усіх підсистемах підприємства за виконання в них будь-яких робіт.

Антикризове управління витратами вимагає зваженого підходу, а для цього необхідне розуміння витрат і економічної моделі підприємства. Необхідне розуміння причини, джерела виникнення цих витрат та характеру їх зв'язків з бізнес – процесами, а також розуміння того, що не можна скорочувати всі витрати, що окремі види витрат

потрібно навіть збільшувати, що крім кредитів існують, і внутрішні джерела фінансування поточної діяльності.

Як нова концепція теорії і практики управління контролінг з'явився у економічно розвинутих країнах заходу але дістав найбільшого розвитку у таких країнах як США та Німеччина. Роль контролінгу, як підсистеми фінансового управління підприємством, полягає у підтримці та наданні допомоги керівнику.

Контролінг відіграє дуже важливу роль в системі управління підприємством, будучи одним із найсучасніших і ефективних систем керування підприємством є відособленою системою, економічна сутність якої полягає в динамічному процесі перетворення та інтеграції існуючих методів обліку, аналізу, планування, контролю і координації в єдину систему отримання, оброблення інформації для прийняття на її основі управлінських рішень.

Найбільшу частку серед усіх витрат підприємства мають операційні витрати. Ці витрати формують собівартість продукції, яку воно виготовляє. Для забезпечення беззбиткової виробничо-господарської діяльності підприємства ці витрати мають відшкодовуватись за рахунок доходу від продажу виготовленої продукції.

Багато компаній використовують таргет-костінг – це концепція управління, що підтримує стратегію зниження витрат і що реалізовує функції планування виробництва нових продуктів.

Найбільшого поширення метод таргет-костінг набув на підприємствах, що працюють на ринках в умовах жорстокої конкуренції, і насамперед в інноваційних галузях, де постійно розробляються нові види і моделі продукції: автомобілебудування, комп'ютерних та цифрових технологій. Таргет-костінг використовує приблизно 80% великих японських компаній (Toyota, Nissan, Sony, Cannon, NEC, Olympus), а також значна частина американських і європейських компаній (Daimler/Chrysler, Caterpillar, Procter & Gambler і ін.), які добиваються високої рентабельності своєї продукції.

Метод таргет-костінг має на меті пристосування витрат з виробництва продукції або надання послуг під вимоги ринку насамперед для того, щоб підприємство зберігало конкурентоспроможність. Такий підхід, доцільний для унікальних і виготовлених на замовлення продуктів, а також для нових продуктів, що не мають конкуренції. Тому творці системи таргет-костінга змінили порядок дій у визначенні ціни продукції і відповідно змінилися пріоритети складових.

В сучасних умовах жорсткої конкуренції підприємства, зокрема і вітчизняні будь-якими силами намагаються втримати свого споживача і здобути прихильність до своєї продукції потенційних клієнтів. Тому вектором конкурентної боротьби може бути тільки безпосередня орієнтація на ринок, його потреби і виклики. Для успішного функціонування підприємства вдаються до диверсифікації своєї діяльності і створюють інноваційні товари або розширюють спектр своєї діяльності шляхом оновлення продукції чи завоювання нових ринків збуту.

Більшість підприємств після завершення етапу розроблення продукту і калькулювання собівартості пропонують товар на ринку збуту за ціною, яка забезпечить підприємству прийнятний рівень прибутку, перекривши витрати виробництва.

Сьогодні варто згадати, що криза має дві сторони: першу – небезпечну й руйнівну, а другу – спрямовану на поліпшення й зміни, коли стають явними допущені помилки й постає неминуча необхідність їх виправлення. Від прийнятих у цей момент рішень і виконуваних дій залежить, чи виживе підприємство й з якими результатами воно вийде з економічного безладдя. Антикризове управління витратами вимагає зваженого підходу, а для цього необхідне розуміння витрат і економічної моделі підприємства.

ЕКОЛОГІЧНІ ПРОБЛЕМИ МІСТ УКРАЇНИ ТА ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНОГО УПРАВЛІННЯ

Викладач Циганенко О.В., студ. Гаман О., КІ СумДУ

До найхарактерніших рис розвитку людської цивілізації належить урбанізація, що проявляється в зростанні населення міст і відповідному зменшенні чисельності сільського населення. В Україні міське населення становить 68%. Понад третина (33,7%) усіх міських жителів України зосереджено в чотирьох областях: Донецькій, Дніпропетровській, Запорізькій. Частка мешканців Києва в міському населенні України – 7,8%.

Інтенсивність урбанізації в країні істотно залежно від рівня їх промислового розвитку. В індустріально розвинених рівень урбанізації становить лише 10%, тоді як у найбільш розвинених – 60-70%. Середня густина населення в сучасних умовах становить 50 чол/км², тоді як у містах у 10 разів вища. Причинами зростання міст та їх ролі в