

## СЕКЦІЯ 2. ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА ТА МАРКЕТИНГ

*ІСМАІЛОВА І.Н., ГУТА І.О.*, студентки, *ГРИШКО Н.Є.*, ст. викладач кафедри економіки, м. Кременчук, КрНУ ім. М. Остроградського

### **ШЛЯХИ ЗНИЖЕННЯ ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВА**

Управління витратами – це процес цілеспрямованого формування витрат щодо їхніх видів, місця та носіїв за постійного контролю рівня витрат і стимулювання їхнього зниження [1]. Воно є важливою функцією економічного механізму підприємства. Система управління витратами має функціональний та організаційні аспекти. Вона включає такі організаційні пункти: пошук і виявлення чинників економії ресурсів; нормування витрат ресурсів; планування витрат за їхніми видами; облік та аналіз витрат; стимулювання економії ресурсів і зниження витрат. Виявлення й використання чинників економії ресурсів, зниження витрат є обов'язком кожного працівника підприємства, передусім спеціалістів і керівників. Згідно з певними організаційно-технічними рішеннями та умовами розробляються норми витрат усіх видів ресурсів: сировини, основних і допоміжних матеріалів, енергії, трудових ресурсів тощо.

В Україні значний внесок у вирішення даної проблеми зробили наступні вітчизняні вчені: А.М. Виноградська, В.С. Пономаренко, Г.В.Савицька, А.В. Сідун, М.Г. Чумаченко, В.М. Мельник, О.В. Мец. Серед робіт російських економістів на увагу заслуговують роботи: И.Т. Балабанов, С.Б. Барнгольц, А.В. Грачева.

Свою виробничу діяльність підприємство здійснює, використовуючи наявні ресурси і в результаті отримує певний обсяг готової продукції. Отже, обсяг та ціна продукції, яку підприємство може запропонувати на ринку залежить від величини використаних ресурсів, які визначають рівень затрат

підприємства. Оскільки ринкова ціна на певну продукцію складається із собівартості і прибутку, то добитися збільшення прибутку можна лише при умові зменшення рівня витрат.

Одержання найбільшого ефекту з найменшими витратами, економія трудових, матеріальних і фінансових ресурсів залежить від того, як вирішує підприємство питання зниження собівартості продукції.

Рівень собівартості продукції залежить від багатьох чинників. Тому для практичного розв'язання завдання по зниженню собівартості продукції важливого значення набуває класифікація чинників її за певними ознаками.

Зниження собівартості продукції – основний фактор збільшення прибутку, підвищення конкурентоспроможності підприємства. З метою виявлення шляхів подальшого зниження собівартості продукції проводять аналітичне дослідження собівартості одиниці продукції кожного основного виду. Оцінку виконання планового завдання по зниженню собівартості одиниці продукції та встановлення динаміки собівартості проводять методом порівняння фактичної собівартості одиниці продукції з плановою та зі собівартістю за попередні періоди. Для вибору основних напрямів проведення заходів щодо скорочення витрат на виробництво важливим є вивчення зміни її окремих елементів. Окремому аналізу підлягають непрямі витрати щодо обслуговування виробництва. Згідно з положенням про порядок калькулювання та обліку собівартості продукції, за цими видами витрат складаються кошториси. У ході аналізу фактичний рівень цих витрат порівнюють з кошторисними призначеннями і розглядають у динаміці за ряд періодів.

Для забезпечення ефективного управління витратами та формування собівартості продукції підприємство повинне мати якісну і реальну інформацію про собівартість окремих видів продукції. Ця інформація використовується в процесі планування, тобто обґрунтування розміру витрат і собівартості продукції на перспективу з урахуванням організаційного рівня

виробництва.

### **Список літератури:**

1. Румизен М.К. Управление знаниями: Пер. с англ. /М.К.Румизен. — М.: ООО «Издательство АСТ»; ООО «Издательство Астрель», 2004. — С. 19. 2. Фатхутдинов Р.А. Стратегический менеджмент: Учебник. – 7 - е изд., испр. и доп. М.: Дело, 2005. – С. 168-169. 3. Шекин Г.В. Теория кадровой политики.-К.:МАУП, 1997. – С. 56.

**ЛАФАЗАН С.О., ЛИТВИНЕНКО М.Р.,** магістранти,  
**КВЯТКОВСЬКА Л.А.,** к.е.н., доц. кафедри економіки, м. Кременчук, КНУ  
імені Михайла Остроградського

### **ВИЗНАЧЕННЯ РІВНЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В КОНЦЕПЦІЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІАГНОСТИКИ**

Економічна діагностика фінансово-господарської діяльності підприємства – процес всестороннього дослідження стану діяльності з використанням переважних економічних методів, моделей, процедур оцінок і так далі в цілях виявлення проблем, «вузьких місць» в її здійсненні. Діагностика фінансово-господарської діяльності дозволить вирішити наступний комплекс аналітичних завдань:[1]

визначити відповідність фінансово-господарської діяльності цілям, завданням і стратегії підприємства;

вивчити стан фінансово-господарської діяльності;

розпізнати симптоми виникнення проблемних ситуацій;

оцінити їх вплив на кінцевий результат фінансово-господарської діяльності і діяльності підприємства в цілому;

оцінити реалізацію функцій фінансово-господарської діяльності.

Завершенням дослідження повинен стати висновок про стан об'єкту, тобто постановка діагнозу.