

Управління витратами комунального господарства в сучасних умовах ринкової економіки є одним з найважливіших напрямків менеджменту житлово-комунального господарства і являє собою складний процес, що охоплює всі аспекти діяльності комунальних підприємств та враховує специфічні особливості комунальних послуг як товару. Витрати відіграють провідну роль у діяльності комунальних підприємств. Вони є не тільки основним фактором формування фінансових результатів діяльності, а й тим самим, величини фінансових ресурсів для подальшого розвитку житлово-комунальних підприємств, але й основою тарифоутворення на ринку житлово-комунальних послуг.

Критичний фінансово-економічний стан більшості вітчизняних комунальних підприємств обумовлює необхідність придбання нових методів управління витратами, що збільшують можливості в розробці й реалізації управлінських рішень, що будуть відповідати економічній ситуації в країні.

Анастасія МАТЛЮК

студентка спеціальності «Менеджмент»

(науковий керівник: к.е.н., доцент кафедри
менеджменту та публічного управління Демків І.О.)

Тернопільський національний економічний університет

ВИДИ ГНУЧКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТА ОСОБЛИВОСТІ ЇХ ПРОЯВУ

Наукові дослідження у сфері управління конкурентоспроможністю підприємств сьогодні зосереджуються навколо актуальної проблематики конкуренції за майбутнє, що потребує становлення нового стратегічного мислення та побудови систем управління на макро- і мікроекономічному рівнях на засадах інноваційної моделі розвитку. Нинішня нестабільність ринкового середовища, зумовлена економічною кризою, призвела до необхідності перегляду цільових орієнтирів діяльності підприємств, зміни методів управління, а також посиленого аналізу впливу чинників зовнішнього і внутрішнього середовища в процесі стратегічного успіху. За таких умов основними критеріями оцінювання якості управління конкурентоспроможністю підприємств вважають: уміння підприємства розпізнавати загрози для свого існування у мінливому ринковому

середовищі; уміння підприємства реалізувати ідеї антикризового менеджменту і бути гнучким та стійким до раптових змін у ринковому оточенні [1]. Сьогодні гнучкість підприємства є інструментом його адаптації до конкурентного середовища для досягнення стратегічних цілей розвитку.

Упродовж багатьох років гнучкість традиційно розглядалась як одна з характеристик технічного розвитку, під яким розуміють процес постійного і безповоротного удосконалення параметрів усіх складових техніки, технологічних процесів, способів і методів організації виробництва як кожного окремо, так і їх сукупності. Так, В. Самочкін стверджує, що гнучкість підприємства доцільно розглядати як здатність підприємства отримувати необхідний результат, який дає йому можливість без докорінної зміни основних виробничих фондів освоювати за певні терміни відповідну кількість виробів, яких потребує ринок, а, відтак, в майбутньому періоді отримувати необхідні фінансові ресурси, які забезпечать виживання і розвиток підприємства [2].

Систематизація всього масиву тлумачень гнучкості підприємства уможливила окреслення чотирьох груп її визначень, а саме: гнучкість як параметр; як інструмент впливу; як спроможність чи можливість; як властивість підприємства та виокремити її види: асортиментна, організаційна, фінансова та виробнича [3].

Асортиментна гнучкість підприємства визначається необхідністю підтримувати, розвивати, оновлювати асортимент продукції на основі моніторингу середовища із використанням технологій маркетингових досліджень для передбачення можливих змін споживацького попиту і появи нових потреб у ринковому середовищі.

Організаційна гнучкість пов'язана з можливостями використання сучасних технологій реструктуризації та реорганізації підприємств як засобів їх виживання, побудови адаптивних структур управління. Особливістю її застосування є можлива реалізація не лише через внутрішні резерви розвитку, але й через інтеграційні процеси з іншими суб'єктами господарювання.

Управління фінансовою гнучкістю підприємства охоплює управління структурою капіталу, використання ефекту фінансового левериджу, забезпечення ліквідності активів в межах, визначених галузевою специфікою тощо. Підвищення фінансової гнучкості

означатиме підвищення конкурентоспроможності і інвестиційної привабливості підприємства.

Виробнича гнучкість охоплює технологічні процеси виготовлення продукції через здатність технології до швидкої перебудови на випуск нової продукції, наявність високого технічного рівня устаткування, здатного реалізувати прогресивні технологічні процеси на основі високого ступеня інтеграції виробництва.

Отже, підприємствам, які прагнуть бути гнучкими до умов господарювання, необхідний спеціальний організаційно-економічний механізм управління гнучкістю, реалізація якого забезпечить адекватну реакцію на зміни у внутрішньому і зовнішньому середовищах. Такий механізм створить умови для формування внутрішнього середовища підприємства відповідно до вимог ринку і забезпечить йому низку переваг, зокрема: превентивну реакцію на зміни; здатність прогнозування ризиків; можливість раціонального використання активів підприємства; здатність до диверсифікації виробництва з метою розширення номенклатури та поліпшення якості продукції.

Бібліографія

1. Тарнавська Н. П. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теорія, методологія, практика / Н. П. Тарнавська. – Тернопіль: Економічна думка, 2008. – 570 с.

2. Самочкин В. Н. Гибкое развитие предприятия: Анализ и планирование. – 2-е изд. / В. Н. Самочкин. – М.: Дело, 2000. – 376 с.

3. Демків І. О. Розвиток понятійного апарату управління гнучкістю підприємства / І. О. Демків // Збірник наукових праць кафедри економічного аналізу Тернопільського національного економічного університету «Економічний аналіз». – 2010. – Вип. 5. – С. 80 – 83