

– інші.

Основними внутрішніми факторами є:

- підвищення продуктивності праці;
- зниження трудомісткості продукції;
- зниження матеріаломісткості продукції;
- ліквідація втрат від браку;
- інші.

Собівартість продукції належить до числа найважливіших показників роботи підприємства. Вона характеризує ефективність всього процесу виробництва на підприємстві, оскільки в ній відображаються: рівень організації виробничого процесу, технічний рівень, продуктивність праці, частка затрат на виробництво за окремими статтями та елементами і інші витрати на випуск продукції.

Як відомо, одним з головних напрямків формування дохідності підприємства повинно бути зниження собівартості продукції. Зростання обсягу виробництва і реалізації цін на продукцію приносить, як правило, тимчасовий успіх підприємству. Великі резерви знаходяться в галузі зниження рівня витрат.

Стимулом для використання стратегії зниження собівартості робіт, послуг є значна економія на масштабі виробництва і залучення великої кількості споживачів, для яких ціна є визначальним фактором при купівлі. Стратегія полягає в орієнтації на масовий випуск стандартної продукції, що потребує менших питомих витрат, ніж виготовлення невеликих партій різномірної продукції. У такому разі економія змінних витрат досягається за рахунок високої спеціалізації виробництва. Постійні ж витрати з розрахунку на одиницю продукції, зменшуючися зі зростанням обсягів виробництва, створюють додатковий резерв здешевлення виробів.

Прагнення тримати лідерство з найменшою собівартості в галузі потребує оптимальних розмірів виробництв і мереж реалізації продукції, захоплення великої частки ринку, здійснення чіткого контролю за накладними витратами та іншими видами постійних витрат.

Стратегія зниження собівартості базується не тільки на реалізації товарів за низькими цінами, а й за цінами нижчими за ринкові. Це дає змогу підприємству, втративши частку прибутку, залишитися у бізнесі на противагу іншим конкурентам. Якщо підприємство з низькими витратами може залучити споживачів за рахунок оригінальності своєї продукції, то воно отримує додатковий прибуток. Коли ж таке підприємство виходить на ринок зі стандартною продукцією і з низькою ціною, можливість отримання надприбутку залежатиме від здатності регулювати витрати. Лідерство у витратах не може бути орієнтиром у конкурентній боротьбі.

В.В. Кривошей, канд. екон. наук, доц. (ХДУХТ, Харків)

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ДИНАМІКИ ТРУДОВИХ ЦІННОСТЕЙ ПРАЦІВНИКІВ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Звичайно, відносно свободи професійної діяльності і підприємництва сталися очевидні радикальні зміни на кращий. Але їх виявилось явно недостатньо для того, щоб принципово змінити характеристику ціннісних орієнтацій, що розглядалася тут. До цих пір не знято багато вбудованих в українське життя бар'єрів для трудової мобільності, не великі зрушення в розвитку професій і професіоналізму, підприємство, що забезпечує довготривалу зайнятість і соціальний захист працівника, як і раніше займає в масовій економічній культурі країни пріоритетне положення.

Значущість цінності надійне місце роботи (що відображає занепокоєння про втрату роботи) в рамках загального масиву неухильно зростає впродовж всього даного періоду. Це окремий випадок, коли частота згадок цінності в кожен подальший рік статистично значимо перевищує частоту попереднього року. Дане зростання відтворюється і в кожному з 12 підмасивів, проте не завжди відмінності між сусідніми опитуваннями статистично значимі. Найбільш універсальним фактом є відмінність всіх подальших опитувань від результатів 1995 р.

Популярність цінності робота, розповсюджена довкола людей, в рамках всього масиву до 2000 р. підвищилася, а потім до 2009 р., навпаки, знизилася. Це зниження виявилось характерний для 10 підгруп, а підім початки 1990-х рр. — всього для трьох: для жінок (молодих і середнього віку), а також для фахівців. Дві підгрупи виявилися абсолютно стабільні і не випробували не лише підйому, але і спаду даної цінності — це молоді чоловіки і робітники високої кваліфікації. У першому випадку стабільність, можливо, тлумачити новими умовами соціалізації, в контексті яких престиж роботи — зовсім не те, що може бути принесене в жертву. У другому випадку стійкість вказаної цінності пояснюється, очевидно, її охоплення в ціннісне ядро, в професійну ідентичність кваліфікованого робітника.

Доля цінності можливість ініціативи, як наголошувалося, в минулі роки складалася в Україні невдало: єдина пов'язана з нею подія — це падіння (і без того невисокою) популярності до 2009р., внаслідок чого показник 2009 р. статистично значущий відстає від показників всіх передуючих опитувань.

Значиме зниження спостерігається і в половині з числа розглянутих підмасивів. Примітно, що у ряді підгруп статистично значимого зниження не сталося. Це, по-перше, молоді чоловіки і жінки, а також декілька

професійно-посадових груп — керівники, працівники з середньою спеціальною освітою і дві полярні групи робітників — робітники високої кваліфікації і некваліфіковані робітники.

Популярність цінності можливість чогось досягти в межах всього масиву помітно підвищилася вже до 2000 р. і далі зберігалася приблизно на одному рівні, тому показники другого і всіх подальших опитувань значимо перевищують вихідний показник 1995 р. Підсумкове зрушення вгору популярності цієї цінності в період з 1995 по 2009 р. характерний для всіх 12 даних підгруп. Розрізняються ж підгрупи тим, коли саме у них сталося це зрушення — до 2000 р. або пізніше. Якщо розглядати окремі демографічні групи, то бачимо, що у жінок зростання популярності цієї цінності почалося раніше, ніж в двох підгрупах чоловіків, а в групі жінок середнього віку значимий стрибок вгору мав місце не лише на початку 1990-х рр., але і в період з 2004 по 2009 р. Таке ж подвійне зрушення вгору характерне і для працівників з середньою спеціальною освітою.

Популярність цінності відповідальна робота в рамках всього масиву значимо підвищилася до 2004 р., а потім протягом наступного п'ятиліття знову опустилася до своїх початкових 20%. Цікаво, що лише 4 з тих, що розглядаються нами 12 підгруп виявляються «мобільними» за цим показником, тобто лише в 4 підгрупах зафіксовані статистично значимі відмінності між показниками різних років. Зрушення вгору від 1995 до 2004 р. спостерігався у молодих чоловіків і робітників середньої кваліфікації, а зниження до 2009 р. — у тих же робітників, а також у фахівців і жінок старшого віку.

Н.І. Кропівцова, доц. (ХДУХТ, Харків)

РИЗИК У ПІДПРИЄМНИЦТВІ ЯК ОСНОВА ЕФЕКТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Заснування власної справи, прогнозування, планування та реалізація господарських рішень в підприємницькій діяльності відбувається в умовах невизначеності. Під невизначеністю в підприємстві розуміють відсутність повної та достовірної інформації про умови реалізації підприємницької ідеї. Невизначеність, що пов'язана з можливістю виникнення в ході здійснення підприємницької діяльності несприятливих умов, ситуацій та наслідків несе загрозу ризику. В ринковій економіці ризик є невід'ємним атрибутом господарювання. Адже у цього явища є і позитивний бік, що і спонукає підприємців приймати рішення, а також призводить до існування деяких видів підприємницької діяльності, таких як страхування, факторинг, консалтингових операцій, венчурного та ігрового бізнесу.

Невизначеність приводить до того, що уникнути ризику неможливо. Але це не значить, що слід шукати такі рішення, в яких завчасно відомий результат, вони, як правило, неефективні. Необхідно навчитися передбачати ризик, оцінювати його розміри, планувати заходи щодо його запобігання, тобто управляти ризиком. Управління ризиком — це процес реагування на події та зміни ризиків в процесі здійснення підприємницької діяльності.

В сучасних умовах без врахування ризику в підприємницькій діяльності обійтися просто неможливо. Як результат, це питання є одним з актуальних у сучасному розвитку економічної теорії і представляється у вигляді сукупності розробок та наукових досліджень вітчизняних та зарубіжних вчених-ризикологів, таких як А. П. Альгін, В. В. Вітлінський, О. С. Віханський, Г. Б. Клейнер, Л. Н. Непман, О.І. Ястремський та інші.

Важливим етапом процесу управління ризиком є визначення джерел виникнення й характеристик цих ризиків. Основними функціями цього блоку є збір, обробка й аналіз інформації про зовнішнє середовище, про внутрішні показники фінансової, виробничої, комерційної діяльності фірми в минулому й поточному періодах, прогноз щодо майбутнього поведіння виходячи з конкретних цілей досліджуваного підприємства.

Інформація швидко старіє, тому суб'єкт приймаючи рішення повинен оперативно й динамічно реагувати на її надходження, водночас оцінюючи якість інформації та здійснюючи її моніторинг з метою виключення з подальшого аналізу. У результаті ґрунтовного якісного й кількісного аналізу, обирають один із способів управління ризиком: уникнення ризику означає просте ухилення від певного заходу, тобто відмову від прибутку, що пов'язано з ризиком невикористаних можливостей; попередження ризику - це досить ефективний засіб, який, на жаль, лише в окремих випадках дає змогу зменшити ризик: прийняття ризику - має бути впевненість, що є можливості покриття імовірних збитків або що вони нічим не загрожують; зниження ступеня ризику - за умови високого рівня ризику приймають рішення щодо його оптимізації з використанням різних формалізованих або неформалізованих методів.

В залежності від причин виникнення ризику поділяють на зовнішні, внутрішні та інші. Розподіл ризику здійснюється в процесі планування підприємницької діяльності. Для кількісного розподілу ризику можна використовувати модель, засновану на "дереві рішень". При цьому кожний із партнерів виконує запланований обсяг робіт та несе відповідну долю ризику у випадку його невиконання. В плані фінансування підприємницької діяльності обов'язково повинні враховуватись наступні ризики: ризик нежиттєздатності підприємницької ідеї; податковий ризик; ризик несплати заборгованості контрагентами; ризик не завершення реалізації підприємницької ідеї. Частково захистити реалізацію підприємницької ідеї від таких ризиків можна шляхом отримання відповідних гарантій, які включаються в договори та контракти. Управління ризиком здійснюється на всіх стадіях здійснення підприємницької діяльності за допомогою моніторингу, контролю та необхідних коригуючих дій підприємницької діяльності.