

Секція 3

СОЦІАЛЬНІ, ЕКОНОМІЧНІ ТА МАРКЕТИНГОВІ АСПЕКТИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ НА ЗАСАДАХ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ, ІННОВАЦІЙНОСТІ ТА ЗБАЛАНСОВАНOSTІ



УДК 336.5.02

І.С. Андрюшенко, канд. екон. наук (*ХДУХТ, Харків*)

Т.М. Полтавець, магістрант (*ХДУХТ, Харків*)

СТРАТЕГІЯ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ: ЕТАПИ ВИКОНАННЯ

Гнучкі й динамічні умови господарювання вимагають розробки та впровадження адекватних методик управління виробничою діяльністю з метою досягнення успіху підприємств. Застосування стратегічних підходів до управління є напрямком забезпечення й запорукою підвищення конкурентоспроможності підприємства в сучасних умовах господарювання. Ефективне формування витрат операційної діяльності є важливим чинником досягнення успіху функціонування підприємств. Тому управління ними через стратегічний аспект забезпечить узгодження фактичного стану зі стратегічними цілями, й можливості подальшої адаптації до суттєвих змін шляхом коригування стратегій. Всі дослідники зі стратегічного управління єдині в необхідності застосування етапності виконання стратегії, яка визначає характер процесів стратегічного управління за обраною системою послідовності. На основі проведених досліджень вважаємо за доцільне реалізовувати стратегію управління витратами за наступною послідовністю етапів:

1. Визначення мети стратегічного управління;
2. Обрання концепції стратегії управління;



Рисунок 1 – Етапи реалізації стратегії управління витратами підприємств

3. Групування витрат за обраними класифікаційними ознаками;
4. Визначення інструментів управління витратами;
5. Аналіз і прогнозування витрат;
6. Оптимізація витрат;
7. Прийняття рішень щодо оптимізації господарських процесів;
8. Оцінка результативності стратегії та контроль;
9. Коригування стратегії.

Важливою при розробці стратегії управління витратами є також необхідність систематизації чинників, які її визначають. Етапи стратегії управління витратами у їх взаємозв'язку з групами чинників, які впливають на ефективність їх реалізації зображено на рисунку 1. Запровадження послідовних етапів реалізації стратегії управління витратами гарантує точну оцінку ефективності обраної стратегії, доведення основних стратегічних цілей до відома всіх учасників виробничого процесу тощо.

УДК 336.745

А.В. Артёмов, канд. техн. наук (НАУ им. Н.Е. Жуковского «ХАИ»,
Харьков)

ТЕОРЕТИКО – КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ ОРГАНИЗАЦИИ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА В АЗЕРБАЙДЖАНЕ

На современном этапе развития сервисного сектора в рыночной экономике его неотъемлемой частью становится ресторанный бизнес. По мере общего социально-экономического развития страны, региона, города непрерывно возрастает его роль, значение, а также объем предоставляемых им услуг.

Как известно, смысл любого бизнеса – деньги должны приносить деньги. Бесперывное стимулирование спроса населения на качественные ресторанные услуги – вот та цель, которая сегодня, как никогда, становится актуальной для организаторов ресторанного бизнеса.

На сегодняшний день, на фоне, постоянно развивающегося ресторанного бизнеса, в Азербайджане, принятой единой классификации ресторанов не существует. Однако существует мировая практика классификации ресторанов, которая проводится по следующим различным признакам. По признаку связанности управления подразделяют рестораны, объединенные в франчайзинговые цепи, и