

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ВОДНОГО ГОСПОДАРСТВА

ТА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ

(м. Рівне, Україна)

ЛЬВІВСЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

(м. Львів, Україна)

ПОЛОЦЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

(м. Новополоцьк, Білорусь)

ВИЩА ШКОЛА ЕКОНОМІКИ

(м. Прага, Чеська Республіка)

МОЛДАВСЬКА ЕКОНОМІЧНА АКАДЕМІЯ

(м. Кишинів, Республіка Молдова)

Матеріали VIII Міжнародної науково-практичної конференції

**«ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ОБЛІКУ, КОНТРОЛЮ
ТА АНАЛІЗУ В КОНТЕКСТІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ»**

21 травня 2020 р.

ОДЕСА 2020

12. Будівництво каналізаційного колектора смт. Лисець Тисменицького району (ДСТУ Б.Д.1.1-1:2013) (ДК 021:2015 - 45000000-7 – Будівельні роботи та поточний ремонт). 11.11.2019 URL: <https://prozorro.gov.ua/tender/UA-2019-10-24-001366-b> (дата звернення: 14.05.2020).

13. Брикало Ю. Земельний податок: ставки, пільги, відповідальність. 24.02.2020. URL: <https://dreamdim.ua/ru/zemelnyj-podatok-2020-stavky-pilgy-vidpovidalnist/> (дата звернення: 14.05.2020).

Гайдаєнко О.М.

к.е.н., доцент

Одеський національний економічний університет

м. Одеса

РЕАЛІЗАЦІЯ АНАЛІТИЧНОЇ ФУНКЦІЇ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

В даний час стратегічне управління є найважливішим чинником успішного виживання в ускладнюються ринкових умовах, але, тим не менш, постійно можна спостерігати в діях підприємств і організацій відсутність стратегічності, що і призводить їх часто до поразки в конкурентній боротьбі.

Стратегічне управління - це процес прийняття і здійснення стратегічних рішень, центральною ланкою якого є стратегічний вибір, заснований на зіставленні власного ресурсного потенціалу підприємства з можливостями і загрозами зовнішнього оточення, в якому воно діє [1, с.201].

За Хіггенсом, "стратегічне управління" - це процес управління з метою здійснення місії організації за допомогою управління взаємодією організації з її оточенням "[2, с.112].

Як і будь-який процес управління, стратегічне управління обов'язково включає етапи стратегічного аналізу, стратегічного вибору і реалізації стратегії.

Можна виділити три компонента стратегічного аналізу.

1. Мета і завдання. Цей перший компонент стратегічного аналізу визначає мету, основні завдання, владні відносини всередині підприємства. Мета і основні завдання складають фон, в умовах якого формулюються передбачувані стратегії, а також критерії, за якими вони оцінюються.

Мета визначає сенс існування підприємства і характер його діяльності. Основні завдання встановлюють, що воно має намір виконати в середньостроковому і довгостроковому плані для досягнення мети.

2. Аналіз зовнішнього середовища. Другим компонентом стратегічного аналізу є дослідження зовнішнього середовища або характеристик зовнішнього середовища, в якому діє підприємство. Підприємство існує на тлі складної зовнішньої обстановки, яка включає безліч елементів (політичні, технологічні, соціальні та економічні). Зовнішнє середовище зазнає значних змін, що ставить перед підприємством стратегічні питання.

Необхідно провести відмінність між двома взаємопов'язаними середовищами: мікро- і макросередовищем підприємства. Мікросередовище - це безпосередня або галузеве середовище, тобто та обстановка, в якій діє підприємство. Їй відповідає поняття "близького оточення" підприємства. Воно включає оцінку конкурентної структури галузі, а також ключових параметрів розвитку галузі. Мікросередовище є специфічною для даного підприємства, кожне підприємство має своє власне мікросередовище, що представляє унікальне поєднання діючих факторів.

Макросередовище передбачає вивчення макроекономічних, соціальних, юридичних, міжнародних і технологічних факторів, які можуть впливати на діяльність підприємства. Макросередовище однакова для всіх працюючих в ній підприємств.

Зовнішня обстановка повинна бути визначена в точних і ясних термінах. Домогтися цього можна, формулюючи відповідним чином питання, на які необхідно відповісти в процесі дослідження.

Покупець і ринок.

- чи є покупець кінцевим користувачем продукції?
- яка цінова чутливість різних видів продукції?

Атмосфера діяльності.

- чи перебуває діяльність в стані розширення, скорочення або спаду?
- легко або важко отримати грошові кошти від кредитних організацій?

Конкуренти.

- який рівень конкуренції в галузі?
- який відсоток від виручки конкуренти витрачають на рекламу?

3. Аналіз внутрішніх ресурсів. Третій компонент стратегічного аналізу. Він визначає комплекtnість і якість ресурсів, наявних у розпорядженні підприємства за напрямками його діяльності. Простим методом дослідження внутрішніх ресурсів є облік ключових переваг і недоліків підприємства. Більш складний шлях - це використання концепції "ланцюжка створення вартості".

Мета аналізу полягає в тому, щоб розробити загальну картину внутрішніх впливів і обмежень, що накладаються на стратегічний вибір. Внутрішній аналіз зосереджується на двох областях: виявлення сильних і слабких сторін підприємства і визначення очікувань і можливостей впливати на процес стратегічного планування власників і персоналу. Працівники є важливим об'єктом етапу внутрішнього аналізу.

Реалізація аналітичної функції на підприємстві неможлива без сучасних інформаційних систем, що дозволяють не тільки накопичувати і обробляти облікові дані. Для аналітики безперервної діяльності, правильних оцінок майбутніх тенденцій бізнесу підприємства необхідно враховувати і несистемну інформацію, яка значно ширше облікових даних господарської діяльності. Це інформація про фондовий ринок, ринки збуту, маркетингову політику контрагентів, курси валют та ін. Така інформація, що консолідується в сучасних програмних рішеннях, зокрема, найбільш адекватно представлена в «1С: Підприємство 8» [3]. Тут відкриваються широкі можливості для аналізу не тільки фінансової діяльності підприємства, а й показників зовнішньої активності економічного середовища.

Підсистема «Бюджетування» в програмі «1С: Управління виробничим підприємством 8» створює єдине інформаційне поле для відображення внутрішніх і зовнішніх фінансових складових, які в свою чергу оцінюються як фактори, що впливають на перебіг бізнес-процесів. Перевага використання програмних рішень для проведення фінансового аналізу дає також можливість оперативного реагування на розраховану оцінку активів, зобов'язань, зважену на зміни зовнішнього економічного середовища. Як наслідок, оперативний аналіз нерозривно пов'язує із функцією контролю, яка дозволяє реконструювати відповідні управлінські рішення.

Для цих цілей розроблені прикладні рішення у вигляді інструментів реалізації аналітичної функції, що здійснюється в інформаційній системі «1С Підприємство 8». Це спеціалізовані управлінські панелі оперативного моніторингу та аналізу ключових показників діяльності «Рапорт керівнику» і «Монітор цільових показників».

За їхньою допомогою аналітиком формуються основні показники поточної діяльності, наприклад, обсяг реалізації продукції (товарів, послуг), виконання виробничих планів, дебіторська і кредиторська заборгованість тощо. Цей список налаштовується у відповідності зі специфікою бізнес-процесів, які вимагають оперативного реагування. Програмні інструменти дозволяють також завантажувати в робочу базу додаткові параметри, наприклад фактори ризику, які можуть в найближчому майбутньому вплинути на ключові показники діяльності підприємства.

Такі інструменти аналітичної функції забезпечують графічне зображення динамічних процесів для представлення даних для керівника.

Застосування інформаційних технологій для цілей реалізації аналітичної функції управління підприємством, базується на використанні методологічної основи розрахунку показників з урахуванням факторів ризику зовнішнього економічного середовища, що дозволяє в оперативному режимі створювати кілька варіантів сценаріїв, швидко і якісно проводити процедури аналізу, оцінювати ефективність роботи підприємств в прогнозованому періоді.

Так, система збалансованих показників, використання якої передбачає «ІС Консолідація 8», дозволяє роботи прогнозні оцінки ключових характеристик стану підприємства вірогідного характеру, з урахуванням ймовірності реалізації різних сценаріїв. Це викликає необхідність (а програмний продукт забезпечує рішення і можливість) формування відразу декількох варіантів прогнозу: оптимістичного, реалістичного і песимістичного. Для управлінських рішень з'являється можливість більш адекватно оцінювати перспективи розвитку окремих бізнес-процесів з позицій критерію прибутковості, зваженого на ризики, своєчасно виявляти загрози безперервності діяльності внаслідок зовнішніх і внутрішніх загроз, розробляти антикризові заходи. Склад і структура звітів програмного продукту «ІС Консолідація 8» можуть розроблятися аналітиками самостійно, вони можуть бути максимально адаптовані до специфіки підприємства і завдань управління бізнес-процесами.

Результати аналізу внутрішнього стану компанії і стану зовнішнього середовища дозволяють оцінити відповідність можливостей підприємства ринковим можливостям, на основі чого розробляються обґрунтовані програми розвитку компанії і її поведінки на ринку, приймаються рішення по набору стратегічних зон господарювання.

Стратегічний вибір. Другий етап стратегічного процесу управління, в якому можна виділити три компонента.

1. Вироблення варіантів стратегії. Стратегічний вибір включає вироблення серії стратегічних альтернатив, виходячи з цілей компанії, її переваг і недоліків, а також зовнішніх можливостей і загроз. Кожна стратегічна альтернатива може представляти можливі напрямки дій.

2. Оцінка варіантів стратегії. У процесі стратегічного аналізу повинні бути оцінені різні варіанти стратегії підприємства. Для того щоб вибрати той чи інший варіант, розробники стратегії порівнюють їх між собою, враховуючи, якою мірою кожен з них здатний забезпечити досягнення цілей підприємства. Оптимальний варіант стратегії має забезпечити найкраще співвідношення між сильними і слабкими сторонами підприємства, можливостями і загрозами зовнішнього середовища.

3. Вибір стратегії. Вибір стратегії - це відбір тих варіантів, із запропонованих на попередній стадії, які відповідають критеріям і яким збирається слідувати керівництво.

Реалізація стратегії. Третім, заключним і найтривалішим етапом стратегічного процесу є реалізація стратегії. Реалізація стратегії робить необхідним розробку системи, яка використовується для управління підприємства. Ця система визначає:

- які підрозділи будуть нести відповідальність і за що;
- яка буде потрібна перепідготовка персоналу.

Стратегічне управління є безперервним процесом. Після того як стратегії впроваджені, необхідно їх відслідковувати і здійснювати в певні періоди оцінку їхньої реалізації. Важливою умовою при цьому є вибір відповідних критеріїв, які визначають, наскільки вдала обрана стратегія з точки зору стратегічного аналізу. Це, перш за все, її здійсненність, тобто ступінь складності та обсяг зусиль для того, щоб дана стратегія була застосована на практиці, а також її прийнятність, тобто визначення того, якою мірою результати застосування конкретного стратегічного варіанту спрямовані на виконання місії та досягнення її цілей. Підприємство не має можливості жорстко контролювати зовнішнє

середовище, але може і повинно ефективно пристосовуватися до неї, невпинно стежити за її змінами, прогнозувати і своєчасно реагувати.

Список використаних джерел

1. Ефимова О.В. Финансовый анализ. Современный инструментарий для принятия экономических решений. М.: Омега-Л. 2013. 275 с.
2. Хиггинс Р. Финансовый анализ: инструменты для принятия бизнес-решений: Пер. с англ. М.: Вильямс, 2007. 256с.
3. Отчеты в 1С: Бухгалтерия 8.2. URL: <https://wiseadvice-it.ru/o-kompanii/blog/articles/1s-buhgalteriya-8-2-obzor-opisanie-vozmozhnosti/> (дата звернення: 17.04.2020)

Ісаєнко Ю.О.

студентка 33 групи ФЕУП

наук. кер.- к.е.н., доцент Семенова К.Д.

Одеський національний економічний університет

м. Одеса

ЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ ЯК ФУНКЦІЯ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Актуальність даної теми полягає в тому, що економічний аналіз дозволяє дати об'єктивну оцінку господарської діяльності підприємства. Глибина і достовірність висновків залежать від того, наскільки повно і правильно отримана інформація відображає стан аналізованого об'єкта і середовища в якій він функціонує. Аналіз господарської діяльності – важлива функція менеджменту, тому в фірмах зарубіжних розвинених країн аналітичні служби відокремлені і результати всіх видів аналізу, які практикуються: перспективного, ретроспективного та оперативного.

Метою даної роботи є дослідження економічного аналізу як функції управління підприємством.

Економічний аналіз виступає не тільки основною складовою будь-якої функції управління (прогнозування та бізнес-планування; координування, регулювання, обліку та контролю, стимулювання, оцінки умов господарювання та ін.), але і сам є видом управлінської діяльності, що передуює прийняттю управлінських рішень для підтримки бізнесу на необхідному рівні. Ця активна роль аналізу ставить перед ним відповідальні завдання. Основну увагу слід зосередити, перш за все, на тих завданнях, які пов'язані зі складною господарською ситуацією і винятковою роллю економічного аналізу в подоланні проблем.

1. Вільна взаємодія ринкових суб'єктів, конкуренція, комерційний ризик і невизначеність отримання очікуваних економічних вигод, ймовірність настання можливої шкоди або отримання результату нижче необхідного значення висувають на перший план проблему вибору. Звідси для аналізу досить актуальною постає завдання обґрунтування вибору оптимальних варіантів ділових рішень з наявних альтернатив.

2. Розвинена в наукових та методичних аспектах система економічного аналізу і оцінки діяльності господарюючих суб'єктів дозволяє виявляти, систематизувати, актуалізувати рішення найбільш складних, і часто повторюваних господарських ситуацій, а також розробляти найбільш ефективні рекомендації щодо їх усунення і виходу з положення.

3. Теорією економічного аналізу господарюючим суб'єктам повинен бути запропонований широкий набір інструментів і засобів для досягнення бажаних результатів.