

ринку, конкурентних переваг, конкурентного становища фірми та її конкурентів, виду диференціації, ступеня сегментування ринку, за елементами маркетингового комплексу, станом ринкового попиту, терміну реалізації, та ін.

На практиці підприємства використовують такі основні моделі стратегічних рішень, як:

1. Матриця розвитку товару/ринку (І. Ансоффа);
2. Матриця конкуренції (М. Портера);
3. Матриця росту/частка ринку (матриця Бостонської консультативної групи);
4. Модель привабливість - конкурентоспроможність (матриця Мак Кінсі).

При виборі напряму маркетингової діяльності С. Гаркавенко виділяє п'ять глобальних маркетингових стратегій, які визначають принципові рішення щодо вибору напряму розвитку фірми:

- стратегія інтернаціоналізації передбачає освоєння нових ринків;
- стратегія диверсифікації - освоєння виробництва нових товарів (у тому числі не пов'язаних з основними видами діяльності);
- стратегія сегментування - виробництво широкої гами товарів для різних груп споживачів;
- стратегія глобалізації - стандартизація продукції на основі визначення загальних характеристик ринків, які не залежать від особливостей країн;
- стратегія кооперації - взаємовигідна співпраця з іншими фірмами (створення закупівельних, дослідницьких, рекламних товариств, спільних марок) [3].

Список використаних джерел

4. Кучер О. В. Формування маркетингової стратегії збуту продукції підприємств АПК: монографія / Олег Володимирович Кучер; ПВНЗ «Європейський університет». - К.: Вид-во Європ. ун-ту, 2011. - 164 с.
5. Луцій О. П. Основи маркетингу: конспект лекцій / О. П. Луцій - К.: Вид-во Європ. ун-ту, - 2001. - 48 с.
6. Гаркавенко С. С. Маркетинг: підруч. / С. С. Гаркавенко. – К.: Лібра, 2002. - 712 с.

Чикурков Олег Сергійович,

студент напряму підготовки 6.030509 «Облік і аудит»

економічного факультету,

Подільський державний аграрно-технічний університет

м. Кам'янець-Подільський

Наукові керівники: к.е.н., доцент Кушнір Л.А.; асистент Чижевська О.М.

РОЛЬ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В УПРАВЛІННІ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВА

Прибуток є найважливішим важелем розвитку в масштабах всієї економіки. Саме з метою максимізації прибутку і повинні забезпечуватися процедури ведення бухгалтерського обліку і складання звітності, а також проведення на підприємстві аналізу.

Система бухгалтерського обліку є основою усього інформаційного забезпечення системи управління господарською одиницею. Саме така функція обґрунтовує та підтверджує причини виникнення обліку як такого. Поряд із бухгалтерським обліком існує

й економічний аналіз. У поєднанні їх можна назвати системою обліково-аналітичного забезпечення управління підприємством [1. с. 2].

Обліково-аналітичне забезпечення управління діяльністю підприємства є ширшим за поняття обліково-аналітичної інформації. Це поняття включає комплекс дій з підготовки обліково-аналітичної інформації (рис. 1).



Рис.1 Схема процесу обліково-аналітичного забезпечення*

**Розроблено автором.*

Сьогодні дослідники І.А. Бланк [2, с. 48], Ф.Ф. Бутинець, Н.М. Малюга [3, с. 388] та Ю.Д. Чацкіс [4, с. 10] управління прибутком розглядають як комплексну систему дій, що забезпечує розробку взаємопов'язаних управлінських рішень, кожне з яких робить свій внесок у результативність формування і використання прибутку по підприємству в цілому.

Інформаційно-аналітичне забезпечення управління підприємством має свою систему показників, які поділяються на: сформовані з зовнішніх джерел та сформовані з внутрішніх джерел.

До сформованих із зовнішніх джерел належать показники, які діляться на чотири основні групи :

1. *Показники, що характеризують загальноекономічний розвиток.* Система показників цієї групи служить основою для проведення аналізу та прогнозування умов зовнішнього середовища функціонування підприємства при розробці політики управління прибутком, здійсненні інвестиційної діяльності, виявленні резервів зростання прибутку. Формування системи показників цієї групи ґрунтується на публікованих даних державної статистики.

2. *Показники, що характеризують кон'юнктуру ринку.* Система нормативних показників цієї групи служить в основному для прийняття управлінських рішень в області формування цінової політики та доходів за операційної діяльності. Формування системи показників цієї групи ґрунтується на публікаціях комерційних періодичних видань, а при необхідності щоденного використання в цілях оперативного управління фондовим портфелем - на відповідних електронних джерелах інформації.

3. *Показники, що характеризують діяльність контрагентів і конкурентів.* Система інформативних показників цієї групи використовується в основному для прийняття оперативних управлінських рішень по окремим аспектам формування та використання прибутку. Джерелом формування показників цієї групи слугують публікації звітних матеріалів у пресі.

4. *Нормативно-регулюючі показники.* Система цих показників враховується в процесі підготовки управлінських рішень, пов'язаних з особливостями державного регулювання

питань формування, розподілу і використання прибутку підприємства.

До внутрішніх показників інформаційного забезпечення управління прибутком належать:

1. Фінансова звітність. Система показників цієї групи становить основу інформаційної бази поточного управління прибутком підприємства. В основі цієї системи показників виробляється узагальнений аналіз, прогнозування і поточне планування прибутку.

2. Дані управлінського обліку. Цей вид обліку являє собою систему урахування всіх необхідних показників, що формують інформаційну базу оперативних управлінських рішень в формуванні і використанні прибутку і планування діяльності підприємства в майбутньому періоді.

3. Нормативно-довідкові показники. Основу цієї системи показників складають різні норми і нормативи, розроблені в рамках самого підприємства [2. с. 41].

Отже, аналітичні дані є основою для економічного обґрунтування стратегічних рішень, зокрема, раціоналізації виробництва, оптимізації перспектив розвитку економіки та підприємства.

Отже, на сьогоднішній день обліково-аналітичне забезпечення управління прибутком займає провідне місце у функціональній сфері управління підприємством. На мою думку метою обліково-аналітичного забезпечення має стати поєднання процедур бухгалтерського обліку й економічного аналізу формування інформації, що узагальнює результати діяльності та передусє прийняттю обґрунтованого управлінського рішення. Однак в сучасних умовах значна кількість управлінських рішень носить стратегічний характер.. Це означає, що виникає реальна потреба на практичному рівні у формуванні стратегічного обліку

Список використаних джерел

1. Касич А. О. Науково-методичні основи обліково-аналітичного забезпечення управління прибутком підприємства / Касич А. О., Циган Р. М., Карбан О. І. - Фінанси України. - 2013. - №4. - С. 2-5.

2. Бланк И.А. Управление прибылью / И.А. Бланк. – 2-е изд., рас. и доп. – К. : Ника-Центр, Эльга, (Серия «Библиотека финансового менеджера»; Вып. 2). - 2002. – 752 с.

3. Бутинець Ф.Ф. Бухгалтерський управлінський облік : підручник / [за ред. проф. Ф.Ф. Бутинця]. – 3-тє вид., доп. і перер. – Житомир : ПП «Рута», 2005. – 480 с.

4. Чацкіс Ю.Д. Організація бухгалтерського обліку : навч. посібник / [за ред. Ю.Д. Чацкіс, Е.С. Гейер, О.А. Наумчук, І.О. Власова]. – К. : Центр учбової літератури, 2011. – 564 с.

Шайкова Илона Юрьевна,

студентка спеціальності «Економіка и организация производства в отраслях АПК» экономического факультета

Белорусской государственной сельскохозяйственной академии, г. Горки

Научный руководитель: старший преподаватель Грибов А.В.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ ПРЕМИРОВАНИЯ РАБОТНИКОВ В КУСХП «ЗАРУБЫ»

Совершенствование методов экономического стимулирования персонала должно