

### Список використаних джерел

1. Левицька, С.О. Автоматизація бухгалтерського обліку як визначальний фактор ефективності облікової системи вітчизняних підприємств [Текст] / С.О.Левицька, А.В. Романюк // Вісник Національного університету водного господарства та природокористування. – 2010. – №2(50). – С. 156–163.
2. Козел, Т. Інформаційні системи бухгалтерського обліку: оцінка, перспективи, проблеми впровадження [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://naub.ua.edu.ua/2010/informatsijni-sistemy-buhgalterskoho-oblikuotsinka-perspektyvy-problemy-vprovadzheniya>
3. О выпуске финальной версии 8.3 платформы «1С:Предприятие» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.1c.ru/news/info.jsp?id=16733>



**Забчук Володимир**

викладач

Тернопільський національний економічний університет  
м. Тернопіль

## СТРАТЕГІЧНИЙ АНАЛІЗ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ: МЕТОДИ, МОДЕЛІ, ЕТАПИ

Сучасні вчені по-різному трактують визначення стратегічного аналізу. Так, Е.А. Щекотихина трактує стратегічний аналіз як «системний і комплексний процес дослідження різних сфер функціонування суб'єктів господарювання з метою оцінки їх соціально-економічної ефективності і вироблення належних релевантних стратегічних рішень, що підвищують конкурентоспроможність підприємства» [1, с. 9]. Е.В. Меркулова під стратегічним аналізом розуміє «збір, оцінку та інтерпретацію даних про стан і внутрішні можливості підприємства, а також про показники і тенденції зовнішнього середовища» [2, с. 114]. С.В. Романова вважає, що «стратегічний аналіз передбачає оцінку гіпотетичних і реальних ситуацій при управлінні різноманітними економічними процесами в умовах впливу чинників зовнішнього оточення на базі використання інструментів аналітичного інжинірингу та методів багатофакторного і багатоваріантного аналізу, що дозволяють змоделювати і оцінити різні варіанти майбутнього розвитку з урахуванням, як впливу зовнішньої середовища, так і можливості гнучкого реагування» [3, с. 229]. В цілому, цілі стратегічного аналізу мають забезпечуватись за рахунок наступних чинників: високого професіоналізму і мистецтва управлінців; тісного зв'язку організації з зовнішнім середовищем; включення всіх працівників до реалізації стратегічних цілей і завдань підприємства. Стратегічний аналіз – це комплексне дослідження позитивних і негативних факторів, які можуть вплинути на економічний стан підприємства у перспективі, а також шляхів досягнення стратегічних цілей підприємства [4, с. 17]. На думку О.І. Ковтун, для забезпечення повного і правильного стратегічного бачення підприємницької організації, а відтак повноти, якості та ефективності стратегічного аналізу її внутрішнього середовища, набула поширення категорія «стратегічний потенціал підприємства» – система взаємопов'язаних елементів, що

виконують різні функції у забезпеченні випуску продукції, конкурентної переваги на ринку і в галузі та досягненні інших стратегічних цілей підприємства; сукупність ресурсів і мобілізаційних можливостей, що визначають очікувані характеристики розвитку підприємства за тих чи інших змін навколишнього середовища [5, с. 90]. З'ясування стратегії підприємства розпочинається з розгляду таких питань:

- оцінки вихідної стратегічної ситуації;
- визначення цільової стратегічної ситуації в майбутньому;
- визначення позицій, що складають базову стратегічну орієнтацію, спрямовану на реалізацію майбутньої політики для досягнення цілей;
- реалізація стратегії шляхом використання моделей стратегічного аналізу.

Стратегічний аналіз є складовою стратегічного управління і має здійснюватися на кожному його етапі.

Серед моделей стратегічного аналізу широке практичне застосування отримали: матриця «BCG» (Boston Consulting Group); матриця «GE / McKinsey» (General Electric / McKinsey); модель «McKinsey / 7S»; матриця «Shell / DPM» (Shell / Direct Policy Matrix); матриця «Hofer / Schendel»; матриця «ADL / LC» (Arthur D. Little / Life Cycle); матриця зростання А.Т. Kearney; модель ABCD; модель SPACE; модель трьох ціннісних критеріїв М. Трейсі і Ф. Вірсема; метод аналізу LOTS; GAP – аналіз; STEP – аналіз; SWOT–аналіз.

Стратегічний аналіз потенціалу підприємства повинен включати наступні етапи  
Етап 1. Постановка цілей і завдань стратегічного аналізу потенціалу. Здійснюється виявлення й обґрунтування формулювання визначення основних цілей і завдань стратегічного аналізу.

Етап 2. Розробка плану проведення стратегічного аналізу потенціалу. Передбачає складання плану дій, спрямованих на реалізацію стратегічного аналізу потенціалу, встановлюються терміни його проведення.

Етап 3. Визначення концептуальних напрямків дослідження, котре полягає у виділенні напрямків, що вимагають детального вивчення і мають істотне значення у формуванні потенціалу підприємства.

Етап 4. Збір інформації та її опрацювання. Результати роботи багато в чому залежать від достовірності, обсягу, якості, своєчасності отриманої інформації. Для того, щоб охопити всі поставлені завдання, інформаційну базу необхідно формувати як на підставі економічних даних, так і технічних, технологічних тощо.

Етап 5. Формування методичного інструментарію дослідження потенціалу підприємства, що передбачає розробку збалансованої системи критеріїв.

Етап 6. Проведення аналітичних розрахунків та їх оцінка згідно встановлених критеріїв ефективності використання.

Етап 7. Стратегічний аналіз зовнішнього середовища і його вплив на потенціал підприємства. Здійснюється діагностика зовнішнього середовища, який дозволяє вивчити кон'юнктуру ринку, інфляційні процеси, провести моніторинг показників підприємств–конкурентів, маркетингові дослідження.

Етап 8. Виявлення можливостей підвищення потенціалу підприємства і їх імплементація у виробничо–господарську діяльність.

Етап 9. Узагальнення результатів аналізу та розробка заходів щодо підвищення ефективності використання потенціалу та його зростання в перспективі. Здійснюється узагальнення результатів, отриманих у ході аналізу як зовнішнього середовища, так і поточного стану потенціалу підприємства.

Етап 10. Прогноз потенціалу підприємства. Відбувається прогнозування стану потенціалу з урахуванням реалізації можливостей зростання і мінімізації ризиків зниження.

Етап 11. Коригування стратегії розвитку підприємства з урахуванням розроблених заходів. Етап передбачає на основі отриманих результатів стратегічного аналізу розробку і прийняття обґрунтованого управлінського рішення, що коректує стратегію розвитку підприємства.

Етап 12. Контроль за виконанням розроблених заходів і реалізацією стратегії. На цьому етапі здійснюється контроль за реалізацією управлінського рішення. На даному етапі необхідно оцінити виконання показників плану, здійснювати моніторинг конкурентного середовища, аналізувати вплив інфляційних процесів на стан потенціалу підприємства, після чого виявляти відхилення від наміченого напрямку розвитку. При виявленні відхилення фактичних показників від показників прогнозного потенціалу необхідно з'ясувати їх причини і в разі потреби провести коригування управлінського рішення. Також слід проаналізувати досягнуті результати діяльності підприємства. Оцінити ефективність прийнятих управлінських рішень, відсоток виконання перспективного плану, рівень реалізації стратегії. Стратегічний аналіз зовнішнього середовища дасть можливість власнику підприємства визначити сферу його функціонування, види послуг (продукції), що користуються попитом у клієнта, тобто визначити початкове стратегічне завдання. Стратегічний аналіз виступає інструментом реалізації завдання, який дає можливість власнику підприємства вибрати стратегію подальшого розвитку для досягнення передбачуваних цілей.

#### Список використаних джерел

1. Щекотихина, Е.А. Стратегический анализ конкурентов организации [Текст] / Е.А. Щекотихина // Интернет-журнал «Наукovedение». – 2012. – №4. – Режим доступу: <http://naukovedenie.ru/PDF/100ergsu412.pdf>.
2. Меркулова Е.В. Инструменты стратегического управления предприятием / Е.В. Меркулова // Современные проблемы науки и образования. – 2006. – № 4. – С. 114–116.
3. Романова, С.В. Стандартизация системы показателей стратегического анализа / С.В. Романова // Проблемы современной экономики. – 2012. – № 7. – С. 228–233.
4. Гордієнко П.Л. Стратегічний аналіз [Текст] : навчальний посібник / П.Л. Гордієнко, Л.Г. Дідковська, Н.В. Яшкіна. – К.: Алерта, 2008. – 478 с.
5. Ковтун О.І. Стратегія підприємства [Текст] : навч. посібник / О.І. Ковтун. – Львів : Новий світ – 2000, 2007. – 324 с.
6. Бруханський Р.Ф. Облік і аналіз у системі стратегічного менеджменту аграрного підприємства [Текст] : монографія / Р.Ф. Бруханський. – Тернопіль : ТНЕУ, 2014. – 384 с.
7. Гуменюк О.О. Функціонування аналітичного забезпечення діяльності підприємства / О.О. Гуменюк // Сталий розвиток економіки. – 2015 – № 3 (28). – С. 212–216.
8. Пуцентейло, П.Р. Особливості функціонування аналітичного забезпечення підприємств / П.Р. Пуцентейло // Інноваційна економіка. – 2015. – № 1 (56). – С. 194–198.

9. Пуцентейло, П.Р. Аналітичне забезпечення діяльності підприємства [Текст] / П.Р. Пуцентейло // Сталый розвиток економіки. – 2015 – № 1 (26). – С. 168–174.



**Заверуха Тетяна**

студентка

*Науковий керівник: к.е.н., доцент Новодворська В.В.*

Вінницький національний аграрний університет

м. Вінниця

## **ФОНДОВИЙ РИНОК В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЙОГО РОЗВИТКУ**

Розвиток цивілізованого інвестиційного процесу в економіці України та подальше проведення ринкових реформ перш за все неможливо без створення ефективно працюючого фондового ринку, який у свою чергу має забезпечувати реалізацію національних інтересів України та сприяти зміцненню її економічної незалежності. Це підтверджує і досвід розвинутих країн, де високі стандарти життя громадян досягаються завдяки налагодженню їхніми урядами конкурентоспроможних механізмів залучення інтелектуального, інформаційного та фінансового ресурсів для створення значної частки доданої вартості товарів і послуг.

Вагомий внесок у дослідження проблем становлення та розвитку фондового ринку в Україні присвячено багато праць вітчизняних науковців. Дослідження теоретико–методологічних засад та різних аспектів теорії і практики стосовно даної проблематики було висвітлено в численних працях таких вчених, як Н. Бєдіна, В. Огородник, А. Калач, О. Квасова та ін.

Варто зазначити, що сучасний стан розвитку фондового ринку України є досить важливим питанням, оскільки ефективно функціонуючий фондовий ринок міг би стати фундаментом для забезпечення економічної стабільності та проведення структурних реформ в Україні, що є досить актуально у такий складний час для України. Тому нами був здійснений детальний аналіз щодо розвитку фондового ринку в Україні, зокрема протягом січня–лютого 2016 року.

Загальний обсяг випусків емісійних цінних паперів зареєстрованих Національною комісією з цінних паперів та фондового ринку у січні–лютому 2016 року становив 14,85 млрд.грн., що на 1,02 млрд. грн. більше у порівнянні з відповідним періодом за 2015 рік (13,83 млрд. грн.) [4].

Протягом січня–лютого 2016 року Комісією зареєстровано 16 випусків акцій на суму 10,63 млрд.грн. (табл. 1). Порівняно з аналогічним періодом 2015 року обсяг зареєстрованих випусків акцій збільшився на 375,69 млн.грн.