

Калічак М.І., здобувачка вищої освіти ступеня доктора філософії кафедри обліку та аналізу Науковий керівник: **Пилипенко Л.М.** д-р екон. наук, професор
Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів, Україна

РОЛЬ І МІСЦЕ СТРАТЕГІЧНОГО АНАЛІЗУ В СИСТЕМІ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВ

Ключові слова: стратегічний аналіз, підприємство, обліково-аналітичне забезпечення, інформація, управління.

Сучасному бізнес-середовищу притаманні швидкі зміни, що обумовлює необхідність впровадження динамічного і гнучкого управління діяльністю підприємства. За таких умов менеджерам важливо розуміти стратегічні напрями, на які зорієнтований розвиток підприємства. Жодне важливе рішення, особливо менеджера найвищого рівня управління, не повинно прийматися на підставі суб'єктивних чи необґрунтованих оцінок, а має базуватися на аналізі ринку та потенціалу підприємства [1]. Тобто, важливим рішенням в управлінні підприємством має передувати стратегічний аналіз його діяльності.

Використовуючи методи, прийоми, інструменти стратегічного аналізу, зокрема, такі як SWOT-аналіз, аналіз PESTEL, конкурентної спроможності та інші, можна завчасно ідентифікувати можливості та загрози підприємства, а також визначити його сильні та слабкі сторони, що є основою для прийняття стратегічних управлінських рішень про розвиток підприємства загалом [2]. Стратегічний аналіз повинен передувати запуску кожної нової, особливо довготермінової та капіталомісткої інвестиції, насамперед щодо розширення асортименту продукції, виходу на новий ринок збуту тощо.

Обліково-аналітичне забезпечення відіграє важливу роль у формуванні актуальної та достовірної інформаційної бази для прийняття управлінських рішень на підприємстві, зокрема й стратегічного характеру. Система обліково-аналітичного забезпечення охоплює процеси збору, опрацювання й аналізу як фінансової, так і іншої інформації. Однією з основних функцій обліково-аналітичного забезпечення є інформаційна функція, завдання якої полягає в наданні достовірної обліково-аналітичної інформації для планування, прогнозування й управління. Ця інформація є основою для забезпечення ефективного управління підприємством і прийняття стратегічних рішень [2, 3]. Зокрема, аналіз фінансових звітів є інформаційною основою для оцінювання фінансового потенціалу реалізації стратегії, тоді як інформація про ринок та конкурентів може бути використана для аналізу зовнішнього середовища, в якому функціонує підприємство.

Визначаючи місце стратегічного аналізу в системі обліково-аналітичного забезпечення управління підприємством, варто врахувати структурну побудову цієї системи. Науковці стверджують, що ця система складається із трьох підсистем – бухгалтерського обліку, аналізу та контролю. За своїм змістом і призначенням стратегічний аналіз є частиною підсистеми аналізу в системі обліково-аналітичного забезпечення управління підприємством. Водночас, підсистема бухгалтерського обліку формує інформаційну базу для стратегічного аналізу, а підсистема контролює – забезпечує верифікацію як вхідної інформації, так і результатів проведення цього аналізу [4].

Роль стратегічного аналізу в системі обліково-аналітичного забезпечення менеджменту підприємств є надзвичайно важливою і не може бути недооціненою. Інтеграція стратегічного аналізу в систему обліково-аналітичного забезпечення створює основу для ефективного довготермінового управління та розвитку підприємства. Дані системи обліково-аналітичного забезпечення, яка містить в собі стратегічний аналіз, сприяють ефективному реагуванню на виклики і можливості ринку, дають змогу узагальнити позицію підприємства та конкретизувати напрями його розвитку на перспективу.

Список використаних джерел: 1. Барановська С.П. Обліково-аналітичне забезпечення як невід'ємна складова управління підприємством. *Вісник національного університету «Львівська політехніка»*. 2012. № 722. С. 8–11. 2. Подольчак Н. Ю. Стратегічний менеджмент: навч. посіб., 2-ге

вид., зі змінами та доп. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2016. 424 с. 3. Яремко І. Й. Обліково-аналітичне забезпечення як інструментарій управління економічним розвитком підприємства. *Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління.* 2022. № 6. URL: <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2022-6-09-02> (дата звернення: 01.11.2023). 4. Загородній А.Г., Партин Г.О. Обліково-аналітичне забезпечення менеджменту підприємства: монографія. 2022. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 248 с.

УДК 338.001.36

Огородник С.О., здобувач вищої освіти ступеня доктора філософії

Науковий керівник: **Шадура-Никипорець Н.Т.**, канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри економіки, обліку і оподаткування

Національний університет «Чернігівська політехніка», м. Чернігів, Україна

АНАЛІЗ СТРАТЕГІЧНИХ ІНСТРУМЕНТІВ РОЗВИТКУ АВТОМОБІЛЕБУДІВНИХ КОРПОРАЦІЙ

Ключові слова: корпорація, ринок, автомобілебудування, стратегії, продажі.

Нині технології швидко вдосконалюються. Те, що раніше сприймалося як неймовірне та технічно недосяжне – стає звичайним у повсякденності. Наприклад сьогодні суспільство навіть не замислюється, наскільки складними стали сучасні автомобілі. Для того, щоб «утриматись на плаву» та займати лідируючі позиції на галузевому ринку автомобілів, корпораціям-виробникам доводиться розробляти нові стратегії поведінки з урахуванням зростаючих очікувань споживачів та суспільства загалом [1].

Автомобільна промисловість є важливою базовою складовою сучасної світогосподарської економіки. Вона складається з широкого кола організацій і компаній, котрі займаються проектуванням, розробкою, маркетингом, виробництвом та продажами автомобілів. Компанії, які входять до першої десятки найкращих та найпопулярніших виробників світу, суттєво відрізняються як за обсягами продажу автомобілів, так і за потенціалом впливу на ринок. Із них, зокрема, два виробники-лідери (табл. 1) стверджують, що зберігати лідерські позиції вони можуть лише за рахунок правильно обраної менеджментом компаній стратегії розвитку [2].

Таблиця 1

Поточний стан та перспективи розвитку автомобілебудівних корпорацій-лідерів*

	<i>Поточний стан:</i>	<i>Перспективи розвитку:</i>
Toyota Motor Corporation	виклики, пов'язані з випадками викидів, вплинули на репутацію та конкурентоспроможність, поступове відновлення після переосмислення стратегії та великих інвестицій в електромобілі.	випуск нових моделей електрокарів і розвиток цифрових сервісів, співпраця з іншими гравцями галузі, щоб зменшити витрати та підвищити конкурентоспроможність.
Volkswagen AG	сильна конкуренція в традиційному та гібридному сегментах ринку, стабільна рентабельність завдяки масштабності виробництва та високій якості продукції.	посилення досліджень в області водневих технологій і розширення лінійки гібридних і електрокарів, глобальна стратегія впровадження інтегрованих технологій для підвищення конкурентоспроможності.

* Побудовано автором за даними [2, 3, 4, 5]

Аналіз поточного стану та перспектив розвитку автомобілебудівних корпорацій-лідерів ринку (табл. 2) за 2020-2025 рр., демонструє, що протягом аналізованого періоду вони віддають перевагу інноваційним стратегічним рішенням, котрі сприяють підвищенню рівня їх економічної ефективності та забезпечують стабільну першість на ринку.