

**Кабрусь М. В.**, здобувачка вищої освіти 3 курсу, група ОА-181  
Науковий керівник – **Хоменко І. О.**, д.е.н., професор  
*Національний університет «Чернігівська політехніка» (м. Чернігів, Україна)*

## **АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ**

На сьогоднішній день аналіз діяльності підприємства застосовується у всіх галузях економіки України. Адже саме аналіз дозволяє прийняти такі рішення, які в майбутньому підвищують ефективність діяльності підприємства, а також дозволяють в повній мірі забезпечити виконання його основних цілей.[2]

Економічний аналіз на підставі спеціальних прийомів та первинних даних дозволяє отримувати інформацію та систему показників, які можуть використовуватись в управлінні виробництвом.[6]

Економічний аналіз та планування, організація, облік, контроль, координація (регулювання) та мотивація є функціями управління. [6] Як функція управління, в центрі уваги економічного аналізу оцінка виконання зобов'язань та стану підприємства, визначення та реалізація виробничих резервів, а головне, раціональність управлінських рішень.

Перш ніж приймати рішення, слід провести аналітичні розрахунки, тому кожен представник управління повинен володіти теорією та методами економічного аналізу.

Дію механізму взаємозв'язку етапів функціонування системи аналізу в управлінні підприємством можна пояснити наступним чином. Необхідність прийняття управлінського рішення ставить перед системою аналізу та його відповідними елементами конкретні управлінські завдання, які, в свою чергу, зумовлюють цільове спрямування аналізу. Дія описаного механізму має безперервний характер, адже ключовим принципом роботи підприємства є сталість його діяльності.[5]

Розвинена ринкова економіка вимагає поділу аналізу на зовнішній фінансовий аналіз та внутрішній управлінський аналіз. Внутрішній управлінський аналіз відіграє велику роль в корпоративному управлінському обліку, оскільки це процес інформаційно-аналітичного забезпечення керівництва підприємства та адміністрації в рамках системи управлінського обліку.

Розглянемо випадки в яких необхідний внутрішній управлінський облік. В першу чергу в процесі формування стратегій корпоративного розвитку та впровадження ефективного управління в цілому, оскільки це важливий етап циклу управління. Також, щоб оцінити привабливість компанії з точки зору зовнішніх інвесторів для визначення позиції компанії в національних та інших рейтингах. Внутрішній управлінський аналіз може виявити резерви та можливості компанії та визначити напрямок, в якому внутрішні можливості компанії пристосовуються до змін зовнішніх умов навколишнього середовища. При внутрішньому аналізі компанії можна визначити деякі ключові моменти, а саме: недооцінює чи переоцінює себе підприємство; недооцінює чи переоцінює своїх конкурентів; які вимоги ринку для підприємства занадто значимі, а які навпаки.

Економічний аналіз необхідний на всіх етапах підприємницької діяльності: від задумів і формування підприємства до реалізації кожного етапу його функціонування, дотримуючись принципів етапності самого аналізу.[1] Сформований у процесі аналізу набір стратегічних рішень має на меті забезпечити конкурентну перевагу досліджуваного об'єкта та його довгострокову прибутковість. Як бачите, економічний аналіз впливає на всі напрямки роботи підприємства.

### **Список використаних джерел**

1. Олег Пархоменко, Роль економічного аналізу у підвищенні ефективності діяльності підприємства [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://oldconf.neasmo.org.ua>
  2. Ярошенко А.С., Економічний аналіз як важливий елемент управління підприємством – 2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://docx.lib-i.ru>
  3. Економічний аналіз в управлінні виробництвом [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://pidru4niki.com>
  4. Дмитрів Анастасія, Роль економічного аналізу в управлінні підприємством/Криворізький економічний інститут – 2016 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://sophus.at.ua>
  5. О. І. Олійничук, Система аналізу в управлінні підприємством, спрямована на досягнення економічної безпеки, Тернопільський національний економічний університет – 2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua>
  6. Грабовецький Б. Є., Економічний аналіз в управлінні виробництвом [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ukrtxtbook.com/>
  7. Хоменко І.О., Ільчук В. П. Кластеризація у формуванні виробничого потенціалу підприємств реального сектору економіки. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2016. № 4 (8). С. 7-15.
  8. Хоменко І.О., Концева В.В., Бойко Н.В. Методичні аспекти превентивного антикризового управління та оцінювання фінансового стану суб'єктів господарювання. *Фінансові дослідження*. 2016. № 1 (1). С. 105-117.
  9. Хоменко І. О., Грищенко Е.Н. Основні засади економічної безпеки підприємств в системі національної безпеки // *Юність науки – 2020: соціально-економічні та гуманітарні аспекти розвитку суспільства*: збірник тез Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів і молодих вчених (м. Чернігів, 23-24 квітня 2020 р.) Чернігів: ЧНТУ, 2020. С. 35-37.
- 

**Каштальян О. О.**, здобувач вищої освіти гр. ЕП-171  
Науковий керівник – **Зосименко Т. І.**, к.е.н., доцент.  
*Національний університет «Чернігівська політехніка» (м. Чернігів, Україна)*

### **E-BUSINESS, ADVANTAGES, DISADVANTAGES AND ITS IMPACT ON TRADITIONAL ENTREPRENEURIAL PROSPECTS**

Electronic business became a new branch of development in traditional entrepreneurship. Since marketplace is changing extremely rapidly, internet sales, marketing and other E-Systems became an unalienable part of modern companies.

It's relevant to mention how considerably e-business has replaced traditional business, that online commerce grown from 1336 to 4206 billion U.S. dollars since 2014. In the EU-27, during the period 2010 to 2019, the percentage of enterprises that had e-sales increased by 6 percentage points, from 15 % in 2010 to 21 % in 2019. Similarly, the enterprise turnover generated from e-sales increased by 7 percentage points during the same period, namely from 13 % in 2010 to 20 % in 2019 E-commerce statistics [2].

Nevertheless, its influence can be divided into positive and negative effects.

The major benefits are:

1. Approximation to perfect competition, due to low margins and brand differentiation.
2. It created a lot of new forms of e-services, including all the process in stages of presales, sales and post sales.
3. It gave producers an ability to customize websites and products, which led to improving in quality and increasing the variety of products.