



Оксана ЧЕРЕШНЮК

кандидат економічних наук
доцент кафедри фінансового контролю та аудиту
Західноукраїнський національний університет

Тетяна ЛЕСЬКІВ

магістр
кафедри фінансового контролю та аудиту
Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль, Україна

АНАЛІЗ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА З МЕТОЮ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ

Стратегічне планування діяльності підприємства являє собою багаторівневий механізм дослідження зовнішнього та внутрішнього середовища потенціалу підприємства, їх взаємодії з метою визначення вектора розвитку. Стратегічний аналіз фінансової звітності – це процес, який дозволяє узагальнити позицію підприємства та деталізувати напрями його розвитку в майбутньому. Стратегічний аналіз можна розглядати як інструмент обґрунтування перспективних рішень, він враховує внутрішні можливості підприємства і стан зовнішнього середовища при прогнозуванні можливих змін та ризиків, які у зв'язку з цим виникають. Зміст такого аналізу полягає у використанні специфічних методів і прийомів, які дозволяють діагностувати потенційні та наявні загрози підприємства, виявити можливості в управлінні ним. Об'єктом такого аналізу виступає підприємство загалом, результат роботи якого відображений у фінансовій звітності [3].

Внутрішні та зовнішні користувачі інформації пред'являють досить розширені вимоги до достовірності і надійності фінансової звітності. З урахуванням українських економічних умов, основною характеристикою яких є нестабільність, такі вимоги стають ще більш жорсткими. Для отримання необхідної інформації стейкхолдерам недостатньо інтерпретації даних у звітності, натомість їх цікавить можливість довготривалого функціонування підприємства та співпраця з ним.

Тому розуміння звітності для таких підприємств значно відрізняється від традиційного українського підходу, орієнтованого на інтереси контролюючих органів. Протягом складання звітів об'єднується фінансове планування, бюджетування, фінансовий та управлінський аналіз з орієнтацією на стратегічну складову. Водночас стратегічний аналіз дозволяє створити систему основних індикаторів довгострокового розвитку підприємства.

Формуванню якісних показників сприяє також концептуальний принцип відображення інформації не стільки за формальними критеріями, скільки за реальним економічним змісту. Застосування цього положення на практиці МСФЗ значно покращує якість фінансових показників [4].

Для підвищення точності стратегічного прогнозування обсягів продажів аналітикам та менеджерам підприємства необхідно постійно вивчати ринок, визначати зміни потреб споживача. Чим точніша така інформація, тим точнішим буде прогноз. Схема прогнозування показників фінансової звітності та її взаємозв'язок із складовими елементами бізнесу є основою для визначення методологічних підходів та узгодженості звітності (рис. 1).

Згідно з прогнозом обсягу продажів та попиту споживачів виробничий відділ готує плани обсягів та видів виробництва продукції, забезпечення виробничих витрат, собівартості



продукції; а відділ продажів планує продажі. Робота фінансового відділу полягає у формуванні системи фінансових показників, прогнозуванні фінансової звітності та розробці стратегії розвитку. Згідно з цією стратегією використовуються прогнозні моделі складових бізнесу.

Одним із найпоширеніших на сьогоднішній день методів підтримки прийняття рішень – це метод аналізу ієрархій і мереж, розроблений Сааті. Така комп'ютерна система замінила відомому у минулому програму ЕхпертСноісе. Її основна мета – розрахунок відносної ефективності (вагомості) альтернатив на основі їхньої багатокритеріальної оцінки. Графа ієрархії критеріїв у загальному випадку містить чотири підпункти: переваги (B – benefits), можливості (O – opportunities), витрати (C – costs) та ризики (R – risks) [2].

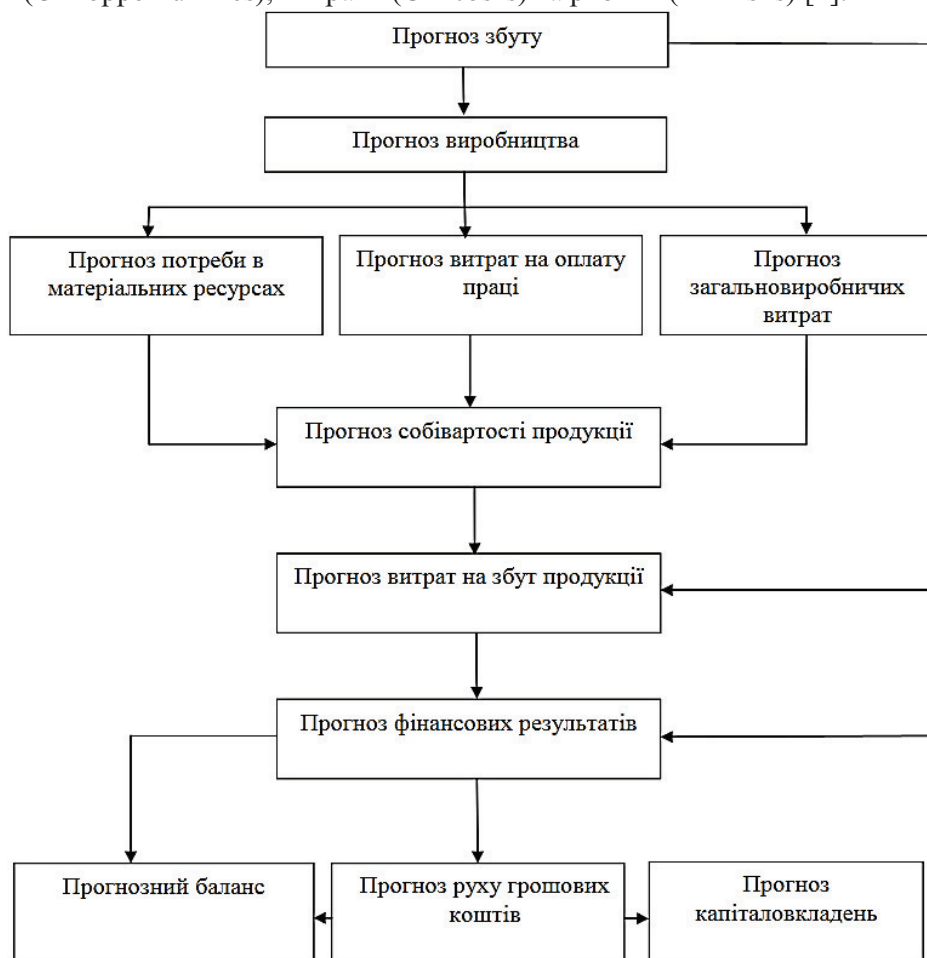


Рис. 1. Схема прогнозу показників фінансової звітності та їх зв'язок з складовими елементами бізнесу [1]

Вага кожної з доступних альтернатив та важливість критеріїв визначаються експертами шляхом парного порівняння за основною шкалою або безпосередньою оцінкою. Після цього оцінки агрегуються методом зваженої суми. Оцінки за критеріями, що відповідають вигодам та можливостям, приймаються зі знаком плюс, а оцінки за критеріями, що визначають витрати та ризики – зі знаком мінус. Спектр конкретних сфер застосування системи дуже широкий [1].

Отже, стратегічний аналіз та планування є основою довготривалої, перспективної та безперервної діяльності підприємства. Саме на основі результатів стратегічного аналізу фінансової звітності розробляються подальші концепції та плани діяльності підприємства.



Список використаних джерел

1. Демиденко С. Л. Методичні підходи до стратегічного аналізу показників фінансової звітності. Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки, 2015. № 27. С. 218-225.
2. Каденко С. В., Циганок В. В., Андрійчук О. В., Карабчук О. В. Аналіз інструментарію підтримки прийняття рішень у контексті вирішення задач стратегічного планування. Реєстрація, зберігання і обробка даних, 2020, Т. 22, № 2. С. 77-91
3. Лаврова О. О., Погоріла Т. М. Стратегічний аналіз та планування в умовах нестабільності податкової системи. Економіка і управління. 2018. № 3. С. 53-58.
4. Черешнюк О. М. Стратегічний аналіз інноваційної діяльності промислових підприємств. Проблеми обліку, контролю та аналізу в економіці на сучасному етапі: матеріали Міжнародної наук.-практ. конф. Одеса: ГО «Центр економічних досліджень та розвитку, 2014. С. 70-72.

Оксана ЧЕРЕШНЮК

кандидат економічних наук
доцент кафедри фінансового контролю та аудиту
Західноукраїнський національний університет

Анастасія ОПРИШКО

магістр
кафедри фінансового контролю та аудиту
Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль, Україна

АНАЛІЗ РЕАЛІЗАЦІЇ ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ

Сучасна економічна ситуація, в якій перебувають вітчизняні виробники, характеризується нестабільністю економічної ситуації, значним зменшенням платоспроможності населення, значним впливом посередника. Тому якісний аналіз ринкової ситуації заслуговує на пріоритет для того, щоб оцінити особливості внутрішнього ринку, його умови, інфраструктуру та способи реалізації продукції та наскільки ефективні вибрані канали збуту. Також доцільно вивчити цінову ситуацію, яка по суті відображає ефективність різних каналів збуту залежно від виду продукції, що продається на ринку.

Ефективність господарської діяльності підприємства залежить від функціональності системи управління підприємством. Управлінський аналіз виробництва та збуту спрямований на оцінку як минулих, так і майбутніх результатів, він супроводжує управлінський облік, базується на його інформації та забезпечує прийняття управлінських рішень. Останнім часом багато вітчизняних та зарубіжних економістів у своїх роботах приділяють підвищену увагу вивченню теоретичних та практичних аспектів управлінського аналізу та бухгалтерського обліку з метою забезпечення функціонування маркетингової системи [3, с. 211].

У вітчизняній практиці реалізації продукції кінцевому споживачу відбувається двома способами, а саме через систему посередницької діяльності або безпосередньо споживачу у власних місцях продажу. Обидва способи отримання продукції включають проведення маркетингової діяльності, логістики та безпосередньо збуту [4, с. 239]. В системі реалізації продукції саме маркетинговий аналіз займає найважливішу роль інформаційного підкріплення, адже саме він створює цілу взаємодію елементних складових системи (рис. 1).