



Запропонований підхід до класифікації стратегій (табл. 1) базується на пірамідальній структурі видів стратегій, коли кожен наступний рівень є сукупністю типів стратегій нижчого рівня.

Література:

1. Арутюнова Д. В. Стратегический менеджмент : уч. пособ. / Д. В. Арутюнова – Таганрог : Изд-во ЮФУ, 2010. – 122 с.
2. Бруханський Р. Ф. Облік і аналіз у системі стратегічного менеджменту аграрного підприємництва : монографія / Р. Ф. Бруханський. – Тернопіль : ТНЕУ, 2014. – 384 с.
3. Бруханський Р. Ф. Аналіз вимог системи стратегічного менеджменту до побудови стратегічно орієнтованої системи бухгалтерського обліку / Р. Ф. Бруханський // Вісник Житомирського державного технологічного університету. – 2014. – № 1 (67). – С. 163-169.
4. Мінцберг Г. Зліт і падіння стратегічного планування / Генрі Мінцберг. – К. : Вид-во О. Капусти, 2008. – 412 с.

Марущак Володимир

студент групи ОПЗм-51

Тернопільський національний економічний університет

ІДЕНТИФІКАЦІЯ БІЗНЕС-СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА З ПОЗИЦІЙ ОБЛІКОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МЕНЕДЖМЕНТУ

Незважаючи на те, що найвищим рівнем стратегій є корпоративна стратегія, яка стосується всього підприємства, вона розглядається дослідниками крізь призму бізнес-стратегії, що пов'язана з функціонуванням стратегічних бізнес-одиниць – підрозділів, що випускають однотипну продукцію і можуть розробляти власну конкурентну стратегію. Відповідно корпоративна стратегія описує підходи до управління загальною сукупністю (портфелем) стратегічних бізнес-одиниць, описує комплекс дій і заходів, спрямованих на їх оптимізацію та загалом орієнтованих на покращання конкурентних переваг підприємства.

На думку Р. Ф. Бруханського бізнес-стратегії слід розглядати як план управління стратегічною бізнес-одиницею та її стратегічною бізнес-зоною, що передбачає розробку і реалізацію конкурентної стратегії, швидке реагування на



появу галузевих змін, координацію стратегічних бізнес-ініціатив, вирішення стратегічних проблем підприємства тощо. Кожна стратегічна бізнес-одиночка як базисний елемент окремої бізнес-стратегії повинна мати свою унікальну місію, лінійку продуктів і ринки відносно інших стратегічних бізнес-одиночок.

Серед вчених існує єдність у поглядах щодо розуміння сутності стратегічної бізнес-одиночки, тому більшість існуючих визначень є подібними. Наприклад, Дж. Джонсон, К. Шоулз та Р. Уїткінгтон визначають стратегічну бізнес-одиночку як частину організації, для товарів чи послуг якої існує окремий зовнішній ринок, відмінний від інших ринків стратегічної бізнес-одиночки [4, с. 38].

Як зазначає І. Ансофф, з початку 1970-х рр. екстраполяція результатів діяльності втратила свою надійність і не дозволяла оцінити можливі зміни умов середовища в їх різноманітті. Відповідно довелося навчитися «погляду ззовні», вивчати середовища фірми з точки зору окремих тенденцій, небезпек, можливостей, які впливають зі стану цього середовища [1, с. 32].

Сучасний підхід до стратегічного менеджменту підприємства передбачає проведення сегментації підприємства шляхом виділення у його складі набору окремих бізнес-стратегій зі своїми зовнішніми середовищами.

Одиночкою здійснення такого аналізу на рівні підприємства є стратегічна бізнес-одиночка, а в частині його зовнішнього середовища – стратегічна бізнес-зона. І. Ансофф визначає останню як окремий сегмент середовища, на який фірма має (або хоче отримати) вихід [1, с. 32].

Різні стратегічні бізнес-одиночки в більшості випадків стосуються різних стратегічних бізнес-зон, однак іноді для декількох стратегічних бізнес-одиночок може існувати декілька стратегічних бізнес-зон, хоча кожна стратегічна бізнес-одиночка завжди має домінуючу або єдину конкурентну стратегію, що є способом отримання стійких конкурентних переваг у кожній стратегічній бізнес-одиночці підприємства в результаті здійснення конкурентної боротьби, задоволення зростаючих потреб споживачів краще порівняно із конкурентами.

Виділення стратегічної бізнес-одиночки та стратегічної бізнес-зони є необхідною передумовою для побудови системи обліково-аналітичного забезпечення стратегічного менеджменту підприємства, що дасть змогу прийняти ефективні стратегічні рішення.

Таким чином, для ефективного формування і реалізації корпоративної стратегії та бізнес-стратегій підприємства необхідна однакова фінансова інформація в розрізі стратегічних бізнес-одиночок та відповідних їм стратегічних



бізнес-зон. Відповідно до цього для розробки системи інформаційної підтримки прийняття стратегічних рішень підприємства необхідною є розробка системи обліково-аналітичного забезпечення управління стратегічною бізнес-одиноцею та релевантної стратегічної бізнес-зони.

Література:

1. Ансофф И. Стратегическое управление / Игорь Ансофф. – М. : Экономика, 1989. – 303 с.
2. Бруханський Р. Ф. Методика ведення стратегічного фінансового обліку на підприємствах: інжиніринговий аспект / Р. Ф. Бруханський // Бухгалтерський облік і аудит. – 2014. – № 8. – С. 18-28.
3. Бруханський Р. Ф. Побудова методики стратегічного управлінського обліку на підприємствах / Р. Ф. Бруханський // Бухгалтерський облік і аудит. – 2014. – № 9. – С. 27-36.
4. Джонсон Дж. Корпоративная стратегия. Теория и практика / Джерри Джонсон, Кивен Шоулз, Ричард Уиттингтон. – [7-е изд.]. – М. : Изд. дом «Вильямс», 2007. – 800 с.

Музичук Юлія

студентка групи ОПЗм-51

Тернопільський національний економічний університет

ПЕРЕОСМИСЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЯК ФАКТОР РОЗВИТКУ ОБЛІКОВОЇ СИСТЕМИ

Для прийняття управлінських рішень на рівні кожного підприємства має бути побудована система інформаційного забезпечення менеджменту, що допомагає управлінському персоналу в розробці проектів та безпосередньому процесі прийняття рішень, їх здійсненні та контролі за виконанням рішень. Однією з основних складових управлінської інформаційної системи підприємства є бухгалтерський облік, який забезпечує неперервне, суцільне і документально оформлене відображення фактів господарського життя, що відбуваються у внутрішньому середовищі підприємства. Його основною метою є задоволення потреб користувачів облікової інформації, зокрема менеджменту підприємства. Основними етапами бухгалтерського обліку є збір, накопичення,