

## ЗНАЧЕННЯ УПРАВЛІНСЬКОГО АНАЛІЗУ В ПРОЦЕСІ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ

*І.Д. П'ятничук*

*Івано-Франківський університет права імені Короля Данила Галицького*

У світовій обліковій практиці прийнято підхід до визначення поняття бухгалтерського обліку у нерозривному зв'язку із управлінським аспектом. Так, зокрема, у сформульованому Американською асоціацією бухгалтерів визначенні зазначено, що бухгалтерський облік – це процес ідентифікації інформації, обчислення й оцінка показників та надання даних користувачам інформації для підготовки, обґрунтування і прийняття рішень [1].

Однак вітчизняна облікова система, яка була побудована ще в умовах планової (командно-адміністративної) економіки, орієнтується в основному на контрольну функцію, а перехід її на управлінську, на сьогоднішній день, залишається проблематичним та повільним. Це зумовлене тим, що бухгалтерською службою підприємств, виконується в основному робота, пов'язана із формуванням і поданням у відповідні органи звітності (фінансової, податкової, статистичної).

Тому, в умовах розвитку ринкових відносин та загострення конкурентної боротьби, важливим є активізувати процес інтеграції облікової та управлінської систем з метою забезпечення менеджерів різних ієрархічних рівнів якісною інформацією для прийняття дієвих рішень. Тобто, з огляду на практичну необхідність активізуються пошуки розвитку управлінському обліку, який окрім облікової, планової та контрольної функцій, виконував би ще і аналітичну. У зв'язку з цим актуальним є проведення управлінського аналізу для реалізації останньої.

Вважаємо справедливим твердження науковців Білицької Н.Р. та Гречини І.В., які під управлінським аналізом розуміють сукупність аналітичних процедур, що ґрунтуються на загальнодоступній та внутрішньогосподарській інформації, призначених для оцінки поточного стану бізнесу, підвищення якості та ефективності системи управління суб'єкта господарювання [2].

Таким чином, основну мету управлінського аналізу можна розглядати як з позиції більш широкого його значення, так і з вузького. Так, зокрема, у широкому значенні метою цього аналізу є орієнтація управлінського процесу на реалізацію як оперативних, так і стратегічних цілей різних рівнів управління.

У вузькому, більш конкретизованому значенні, основною метою управлінського аналізу є забезпечення управлінського апарату аналітичною інформацією, необхідною для прийняття обґрунтованих та дієвих рішень, які пов'язані із оцінкою: забезпеченості підприємства різними видами ресурсів; виробництва та реалізації окремих видів продукції, які одночасно виготовляються; якості продукції; поведінки витрат; визначення порогу рентабельності; пошук та використання внутрішніх резервів та ін.

Таким чином, встановлено, що використання управлінського аналізу, аналітичним забезпеченням якого виступає управлінський облік, дає змогу здійснювати комплексне діагностування проблемної ситуації та досягнути більш ефективного прийняття рішень.

### **Список використаних джерел.**

1. Хорнгрен Ч.Т. Бухгалтерский учет: управленческий аспект [Текст]; пер. с англ. / Ч.Т. Хорнгрен, Дж. Фостер ; под ред. Я.В. Соколова. – М. : Финансы и статистика, 2000. – 416 с.
2. Біліцька Н. Р. Взаємозв'язок фінансового та управлінського аналізу [Електронний ресурс] / Н. Р. Біліцька, І. В. Гречина // Publishing house Education and Science s.r.o. Архів наукових публікацій. – 2014. – Режим доступу : [http://www.rusnauka.com/7\\_NITSB\\_2014/Economics.htm](http://www.rusnauka.com/7_NITSB_2014/Economics.htm).

**УДК 336**

## **СТРАТЕГІЧНИЙ АНАЛІЗ В РАМКАХ МАРКЕТИНГОВОГО ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ В УКРАЇНІ**

***В. Ю. Хмарський***

*ДНУ ім. Олесь Гончара, проспект Гагаріна, 72, м. Дніпропетровськ, Україна, e-mail: vhmarsky@gmail.com*

**Вступ.** Важливе місце в плануванні діяльності будь-якого банку посідає аналіз своєї діяльності, показників результативності, власних можливостей та конкурентних переваг і т.д. Отримані результати стають базою для створення ефективної маркетингової стратегії.

**Основний матеріал.** Стратегічний аналіз займає найважливіше значення при формуванні маркетингової стратегії не лише банку, але й будь-якого суб'єкта господарювання. При ньому необхідно аналізувати не лише маркетингове середовище, його кон'юнктуру та динаміку, але й власне положення комерційного банку на ринку, його конкурентоспроможність та частку ринку.

Загалом можна виділити наступні головні блоки при проведенні стратегічного аналізу комерційного банку для формування маркетингової стратегії:

1. Аналіз місії та існуючих цілей банку;
2. Аналіз зовнішнього середовища;
3. Аналіз внутрішнього середовища та стратегічного потенціалу;
4. Стратегічний моніторинг [1].

### **Аналіз місії та існуючих цілей банку.**

Головною задачею на цьому етапі є оцінювання адекватності діючої місії і цілей комерційного банку виду діяльності та специфіці виробленої продукції та послуги.

Головними інструментами є:

1. «Дерево цілей» банку.
2. Модель стратегічного управління М. Мескона [1, 3].

### **Аналіз зовнішнього середовища.**

Аналіз зовнішнього середовища комерційного банку необхідний для оцінювання стратегічного клімату або стратегічних умов, які створюються зовнішнім середовищем: оцінювання можливостей та загроз. Головними підходами до його аналізу є:

1. Модель ADL/LC (аналіз життєвого циклу галузі)
2. PEST - аналіз
3. П'ять конкурентних сил Портера
4. Карта стратегічних груп конкурентів
5. Ключові фактори успіху [1, 5].