

2. Валебникова Н.В., Василевич И.П. Современные тенденции управленческого учета/ Валебникова Н.В.// Бухгалтерский учет. – 2010. – № 18. – С. 53-58.

3. Апчерч А. Управленческий учет: принципы и практика: Пер. с англ. / Под ред. Я.В. Соколова, И.А. Смирновой – М.: Финансы и статистика, 2002. – 952 с.

Пугачевська Катерина Йозефівна,
к.е.н., доцент кафедри менеджменту та
управління економічними процесами,
Мукачівського державного університету

СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ПОСИЛЕННЯ КОНКУРЕНТНОЇ БОРОТЬБИ

Кожне підприємство на етапі активного розвитку та стабільної ділової активності починає розширювати горизонт господарських зв'язків і має ціль збільшення власної присутності на існуючих ринках. Тому для збільшення обсягу продажу продукції та більш ефективного використання виробничих потужностей підприємствам потрібно закріплювати позиції на освоєних ринках, а також шукати нові потенційні ринки збуту і за рахунок цього оптимізувати власну діяльність.

Стратегія розвитку посідає важливе місце в стратегічній діяльності підприємства та забезпечує його стратегічну конкурентоспроможність. В умовах загострення кризових явищ, посилення невизначеності зовнішнього середовища, зростання конкуренції, зниження стійкості і ефективності функціонування підприємств, застосування стратегічного планування є необхідною складовою для утримання існуючих позицій, а також виходу підприємства на нові ринки.

Погляди науковців на поняття стратегій змінювалися у міру ускладнення господарських зв'язків між підприємствами. Становлення теорій стратегій розвитку пройшло у своєму розвитку три етапи, кожен з яких характеризується притаманними лише йому особливостями, поглядами науковців та результатами досліджень. На особливості розвитку на кожному з зазначених етапів також значною мірою впливали економічні та політичні події у світі.

За специфічних умов розвитку України із заявленою та здійснюваною ринковою орієнтацією трансформації соціально-економічної системи процеси сприйняття, осмислення, впровадження та підвищення культури стратегічного менеджменту в теоретичному аспекті, і в плані практичного застосування відбувається за трьома, не обов'язково строго послідовними етапами [1, с.86]:

1. Ознайомлення з матеріалами й здобутками науковців з економічно розвинених країн, оцінка рівня ефективності теорії і практики стратегічного управління в цих країнах, накопичення власного первісного досвіду; загалом це етап представлення та оцінки існуючої загальної позитивної моделі стратегічного управління підприємством. Вибірково-випадкове використання тих чи інших методів і прийомів стратегічного аналізу без враховування, з одного боку, особливостей та чинників їх появи на Заході, та з іншого боку – без зважання на наявність чи відсутність необхідних передумов для ефективного впровадження в Україні приносить тільки шкоду і зумовлює появу розчарувань в досягненнях західної менеджментської наукової та практичної діяльності;

2. Активні теоретичні дослідження зі створення та формування умов для поширеного застосування адаптованої до існуючих економічних потреб позитивної моделі розробки та впровадження стратегії підприємства; така модель повинна мати більш якісну теоретичну базу в аспекті зменшення її залежності від емпіричних чи ретроспективних підходів;

3. За результатами глибоких та всебічних науково-теоретичних досліджень економіки перехідного періоду в цілому і функціонуючих конкретних підприємств, процесу входження й участі у світогосподарських зв'язках, визнання та осмислення «правил гри» у глобалізованій економічній системі здійснення

розробки та використання разом з позитивною і нормативною моделі, що дозволило б ефективно підвищити передбачувальні та випереджаючі якості стратегічного управління підприємством.

На підставі результатів аналізу досягнень теорії стратегії підприємств за її змістом та структурною розвиненістю та намагаючись накреслити шляхи її подальшого розвитку, М. Портер вважає за необхідне розмежувати теорію стратегії на два напрямки: так звану горизонтальну стратегію, яка розглядає домінуючу конкурентну позицію через ринковий успіх за певний період, та вертикальну стратегію як певний динамічний процес, що приводить до створення певної конкурентної позиції [2]. І якщо у напрямку розуміння та узагальнення горизонтальної стратегії має місце значний прогрес, то в осмисленні, теоретичному та практичному опануванні динамічного розвитку підприємства, внаслідок якого підприємство досягає переважної ринкової позиції, тобто в опануванні вертикальної стратегії просування вперед, він майже відсутній.

У зазначеній праці М. Портер значну увагу зосередив на теоретико-методологічних основах формування стратегій. На його думку, з урахуванням природи й сутності економічної конкуренції, можна визначити чотири вихідні положення побудови теорії стратегії підприємства, зокрема вибір підходу до побудови теоретичного підґрунтя; вибудова ланцюга причинності; визначення часового горизонту; доведення правильності теорії через емпіричні докази.

Кожне підприємство, створене для досягнення певного успіху, із самого початку своєї діяльності цільовими орієнтирами обирає розвиток і зростання. Однак реальне життя коригує ці основні настанови, оскільки нерідко створюються умови, за яких дотримання високих темпів зростання є не найкращим рішенням. Об'єктивні та суб'єктивні причини спонукають підприємство збільшувати або зменшувати темпи зростання продажу, інших кількісних та якісних показників, а отже, обсягів прибутку і можливостей реінвестування їх у виробництво для подальшого розвитку.

Список використаної літератури:

1. Наливайко А.П. Теоретичні засади стратегії підприємства: дис... д-ра екон. наук: 08.06.01 / Київський національний економічний ун-т. - К., 2002. – 373с.
2. Porter M. E. Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance, The Free Press, New York, 2005. – 557 p.
3. Минцберг Г., Кунин Дж. Б., Гошал С. Стратегический процесс / Пер. с англ. под ред. Ю.Н. Каптуревского. – СПб: Питер, 2001. – 688 с.

Стойка Богданна Богданівна,
магістр зі спеціальності «Облік і оподаткування»
Науковий керівник: к.е.н., доцент кафедри обліку і
оподаткування та маркетингу **Максименко Д.В.**
Мукачівського державного університету

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

Розвиток підприємства в ринкових умовах визначають стратегічними цілями та завданнями. На сьогодні у зв'язку зі змінами, які відбуваються як у внутрішньому, так і в зовнішньому середовищах, підприємству для реалізації стратегії необхідно постійно коригувати свою поведінку на ринку та створити гнучку, адаптивну систему управління, що є одним із вирішальних факторів прибутковості та конкурентоспроможності. Очевидно, що традиційних методів бухгалтерського обліку вже недостатньо. Сучасні методи управління вимагають більш детальної облікової інформації, насамперед підвищення її гнучкості, аналітичності, об'єктивності та оперативності. Саме управлінський облік призначений для надання достовірної, повної інформації для прийняття