

8. Yuryev O.V. Model efficiency audit of operations of trading companies // Actual questions in the scientific and the work education activities: the Scientific collections of material on Labor international scientific conference. - 2013 - Part 4 - P. 258-262.

ДАНИ ПРО АВТОРА

Чабан Вікторія Віталіївна, кандидат економічних наук, викладач кафедри політичної економії
Тірбах Леся Віталіївна, викладач кафедри обліку і оподаткування
 ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди».
 вул. Чайковського 7, м. Переяслав-Хмельницький, Київська обл., 084001, Україна.
 e-mail: lesia.tirbah@mail.ru

ДАНИЕ ОБ АВТОРЕ

Чабан Виктория Витальевна кандидат экономических наук, преподаватель кафедры политической экономики

Тирбах Леся Витальевна преподаватель кафедры учета и налогообложения
 ГБУЗ «Переяслав-Хмельницкий государственный педагогический университет имени Григория Сковороды».

ул. Чайковського 7, г. Переяслав-Хмельницький, Київська обл., 084001, Україна.
 e-mail: lesia.tirbah@mail.ru

DATA ABOUT THE AUTHOR

Chaban Viktoria Vitaliivna candidate of economic sciences, lecturer of Department of political economy,
Tirbakh Lesya Vitaliivna lecturer of Department of of accounting and taxation
 SHEE «Hryhoriy Skovoroda Pereiaslav-Khmelnytsky state pedagogical University».
 7, Chaykovskogo st., Pereiaslav-Khmelnytskyi, Kyiv region, 08401, Ukraine.
 e-mail: lesia.tirbah@mail.ru

УДК 338.4

НАУКОВО-МЕТОДИЧНИЙ ПІДХІД ДО ВИЗНАЧЕННЯ СТРАТЕГІЧНОГО НАБОРУ БУДІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Юрченко Ю.О.

Предметом статті є теоретико-методологічні положення та практичні аспекти визначення стратегічного набору будівельних підприємств. Метою статті є визначення теоретико-методичних положень та обґрунтування практичних рекомендацій щодо визначення та розроблення стратегічного набору для будівельних підприємств. Теоретико-методологічну основу дослідження становили загальнонаукові (діалектичний, структурно-функціональний) і спеціальні методи пізнання досліджуваних економічних явищ і процесів.

У статті на основі проведеного аналізу узагальнені методологічні положення визначення та розроблення стратегічного набору для будівельних підприємств, включаючи характеристику його сутності та процедурних аспектів. Розкрита сутнісна характеристика стратегії та стратегічного набору для будівельних підприємств і обґрунтована необхідність їх розроблення із використанням комплексного системно-ситуаційного підходу. Представлене бачення сутнісної характеристики, функціонального призначення та опис структуроутворюючих елементів стратегічного набору для будівельних підприємств, включаючи обґрунтування необхідності його розроблення.

Підсумовуючи вищезазначене вважається доцільним розглядати стратегічний набір як ієрархічно організовану систему взаємопов'язаних стратегій різних рівнів та типів, які розробляються будівельним підприємством на визначений проміжок часу з урахуванням визначальних особливостей функціонування, потенціалу та перспективних напрямків розвитку будівельного підприємства, а також визначає його стратегічну орієнтацію та позиціонування у зовнішньому середовищі на основі досягнення його стратегічних цілей.

Ключові слова: стратегічне управління, стратегічний набір, стратегічні цілі, стратегія.

НАУЧНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ОПРЕДЕЛЕНИЮ СТРАТЕГИЧЕСКОГО НАБОРА СТРОИТЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Юрченко Ю.А.

Предметом статьи является теоретико-методологические положения и практические аспекты определения стратегического набора строительных предприятий. Целью статьи является определение теоретико-методических положений и обоснование практических рекомендаций по определению и разработке стратегического набора для строительных предприятий. Теоретико-

методологическую основу исследования составили общенаучные (диалектический, структурно-функциональный) и специальные методы познания исследуемых экономических явлений и процессов.

В статье на основе проведенного анализа обобщены методологические положения определения и разработки стратегического набора для строительных предприятий, включая характеристику его сущности и процедурных аспектов. Раскрыта сущностная характеристика стратегии и стратегического набора для строительных предприятий и обоснована необходимость их разработки с использованием комплексного системно-ситуационного подхода. Представлено видение сущностной характеристики, функционального назначения и описание структурообразующих элементов стратегического набора для строительных предприятий, включая обоснование необходимости его разработки.

В качестве вывода считается целесообразным рассматривать стратегический набор как иерархически организованную систему взаимосвязанных стратегий различных уровней и типов, которые разрабатываются строительным предприятием на определенный промежуток времени с учетом особенностей функционирования, потенциала и перспективных направлений развития строительного предприятия, а также определяют его стратегическую ориентацию и позиционирования во внешней среде на основе достижения его стратегических целей.

Ключевые слова: миссия, стратегическое управление, стратегический набор, стратегические цели, стратегия.

SCIENTIFIC AND METHODIC APPROACH TO DETERMINING THE STRATEGIC SET OF CONSTRUCTION ENTERPRISES

Yurchenko Y.A.

The subject of the article covers theoretical, methodological provisions and practical aspects of the definition of a strategic set of construction enterprises. The aim of the article is to identify the theoretical and methodological provisions and justify the practical recommendations for the definition and development of a strategic set for construction enterprises. Theoretical and methodological basis of the study included general scientific (dialectical, structural and functional) and special methods of studying the examined economic phenomena and processes.

The article on the basis of the conducted analysis summarizes the methodological principles of definition and development of a strategic set for construction enterprises, including description of its essence and procedural aspects. Article also discloses characteristic of the construction enterprises strategy and strategic set and the necessity of its development using an integrated system and situational approach. The author's vision of the essential characteristics, functional purpose and description of the structural components of the strategic set of the construction enterprises is represented, including rationale for its development.

As a conclusion, it is appropriate to consider a strategic set as a hierarchically organized system of interconnected strategies of different levels and types that are developed by the construction enterprise for a certain period of time taking into account functioning, capabilities and perspective directions of development of the construction enterprise, as well as determine its strategic orientation and positioning in the external environment based on the achievement of its strategic objectives.

Key words: mission, strategic management, strategic set, strategic goals, strategy.

У сучасних загальноекономічних умовах функціонування будівельних підприємств, що характеризуються динамічністю, невизначеністю, нестабільністю, складністю кон'юнктури ринку та істотним загостренням конкурентної боротьби, відбуваються зміни у рушійних факторах розвитку і факторах економічного зростання, що обумовлює необхідність використання інструментарію стратегічного управління підприємством, що, в свою чергу, вимагає запровадження науково обґрунтованого підходу до здійснення процесу стратегічного управління діяльністю будівельних підприємств з метою розроблення та обґрунтування стратегій організаційно-економічного розвитку. Саме тому розроблення стратегій будівельних підприємств та їх узгодження в рамках єдиного стратегічного набору є однією з найважливіших умов їх функціонування та ефективного розвитку в довгостроковій перспективі.

Науково-методологічні підходи до визначення та розроблення стратегічного набору для підприємств різних галузей представлені в роботах вітчизняних та зарубіжних вчених Д. Аакера, І. Ансоффа, Дж. Барні, К. Боумана, В. Верби, Т. Головка, Р. Гранта, Б. Карлоффа, Г. Мінцберга, А. Наливайка, К. Омае, М. Портера, Дж. Стоунхауса, А. Дж. Стрікланда, Д. Тіса, А.А.Томпсона, Д. Хассі, А. Чандлера, З. Шершньової, К. Ендрюсаті іт.

Предметом статті є теоретико-методологічні положення та практичні аспекти визначення стратегічного набору будівельних підприємств. Метою статті є визначення теоретико-методичних положень та обґрунтування практичних рекомендацій щодо визначення та розроблення стратегічного набору для будівельних підприємств.

Поставлена мета обумовлює необхідність вирішення наступних завдань: узагальнення існуючих науково-теоретичних положень стосовно економічної сутності та визначальних особливостей стратегічного набору для будівельних підприємств; опис структури та структуроутворюючих елементів стратегічного набору будівельних підприємств та обґрунтування напрямків його розроблення в сучасних економічних умовах функціонування будівельних підприємств.

Теоретико-методологічну основу дослідження становили загальнонаукові (діалектичний, структурно-функціональний) і спеціальні методи пізнання досліджуваних економічних явищ і процесів.

У сучасних динамічних соціально-економічних умовах успішна діяльність будівельного підприємства передбачає його інтенсивний розвиток і зміцнення конкурентних позицій на ринку, що можливо здійснити лише на основі прийняття стратегічних рішень, розбудови комплексної системи стратегічного управління та виваженого використання інструментарію стратегічного управління.

Розгляд економічної сутності стратегічного набору доцільно розпочати із дослідження поняття стратегії як основи прийняття стратегічних рішень.

Багатосапектність, багатовимірність та комплексність стратегії пояснює наявність сукупності різноманітних підходів до її визначення у вітчизняній та зарубіжній науковій літературі. Теоретична основа стратегії будівельних підприємств не визначена однозначно: це система цілей, набір правил, план, напрямок. У той же час існуючі визначення погоджуються в тому, що стратегія має довгостроковий і цілеспрямований характер, тобто спрямована на досягнення конкретних цілей в довгостроковій перспективі. Основними характеристиками стратегії є: цілеспрямованість, системно-ситуаційний підхід, довгострокова перспектива, плановість.

Стратегію будівельного підприємства пропонується розглядати як комплексний інструмент стратегічного управління, сукупність стратегічних управлінських рішень, які визначені у комплексній програмі дій, яка визначає пріоритети та стратегічні напрямки діяльності будівельного підприємства і спрямована на досягнення визначених довгострокових цілей за умови оптимального використання внутрішнього потенціалу та адаптації до зовнішнього середовища. За своєю сутністю стратегія будівельного підприємства є довгостроковим плановим документом, в якому наводиться також деталізація заходів та інструментарію щодо її досягнення.

З методологічної точки зору стратегія будівельного підприємства характеризується наступними визначальними особливостями:

- окреслює основні перспективні цільові вектори функціонування та розвитку будівельного підприємства та шляхи їх досягнення в довгостроковій перспективі на основі найбільш оптимального використання потенціалу підприємства та поєднання наявних ресурсів;

- має складну внутрішню структуру та функціонує у вигляді системи стратегій (стратегічного набору);

- основою функціонування та взаємодії будівельного підприємства із динамічним зовнішнім середовищем;

- постійно уточнюється на основі результатів здійснення безперервного моніторингу та стратегічного контролю з метою адаптації до викликів зовнішнього середовища та оптимального використання потенціалу підприємства;

- є науково-обґрунтованим інструментарієм розвитку, інтеграції та досягнення синергії діяльності будівельного підприємства;

- має комплексний, багатоаспектний та багатовимірний характер і розробляється вищим керівництвом на основі використання системно-ситуаційного підходу;

- відповідає наступним вимогам: реальність, тобто відповідність стану розвитку зовнішнього середовища, потенціалу будівельного підприємства, логічність її внутрішньої структури, гнучкість, синергія, внутрішня цілісність, наукова обґрунтованість.

Процес розроблення стратегії будівельного підприємства передбачає вибір та обґрунтування такого плану дій на ринку, який дозволить після здійснення діагностики внутрішнього та зовнішнього середовища будівельного підприємства, сформулювати чіткі практичні ефективні рекомендації щодо вибору тих чи інших альтернатив і розробити детальні заходи щодо забезпечення переважно інтенсивного розвитку будівельного підприємства. Формулювання стратегії будівельного підприємства – це процес, що характеризується визначенням стратегічних цілей розвитку будівельного підприємства, аналізом альтернативних методів та засобів їх досягнення, створенням портфеля альтернативних стратегій, вибором оптимальної системи стратегій (стратегічного набору), розроблення деталізованих заходів з її реалізації, постійним моніторингом та коригуванням.

Беручи до уваги багатоплановий та різноаспектний характер діяльності будівельних підприємств, на практиці постає необхідність у розробленні сукупності ієрархічно взаємопов'язаних стратегій, що у своїй цілісності формують так званий «стратегічний набір» [2, 6, 7].

Стратегічний набір являє собою ієрархічно організовану систему взаємопов'язаних стратегій різних рівнів та типів, які розробляються будівельним підприємством на визначений проміжок часу з урахуванням визначальних особливостей функціонування, потенціалу та перспективних напрямків розвитку будівельного підприємства, а також визначає його стратегічну орієнтацію та позиціонування у зовнішньому середовищі на основі досягнення його стратегічних цілей. Сутнісна характеристика стратегічного набору виявляється в наступних його визначальних особливостях [1, 3-5, 7]:

- спрямованість на досягнення реальних обґрунтованих взаємопов'язаних стратегічних цілей;

- ієрархічний характер та підпорядкованість елементів внутрішньої структури, оскільки розробляється загальнокорпоративна стратегія, та інші різновиди стратегій, включаючи продуктово-товарні стратегії окремих підрозділів, основні та забезпечуючі стратегії (ресурсні та функціональні) для кожної зі скалярних стадій в ланцюзі прийняття рішень, які мають субпідрядний характер;

- досягнення ефекту синергії діяльності будівельного підприємства на основі ефективного поєднання активів, ресурсів, потенціалу та бізнес процесів у їхній сукупності та взаємозв'язку;
- всебічна обґрунтованість, зваженість;
- узгодженість напрямків і цілей різних функціональних підсистем будівельного підприємства з метою досягнення загальнокорпоративних стратегічних цілей діяльності;
- гнучкість і динамічність на основі використання системно-ситуаційного підходу з метою всебічного врахування динаміки та вектору змін у зовнішньому та внутрішньому середовищі, що відображається в змінах у стратегічних пріоритетах діяльності і змісті окремих елементів стратегічного набору.

Складність розроблення стратегічного набору будівельного підприємства пов'язана з необхідністю врахування сукупності динамічних, нечітких, не завжди формалізованих цілей, врахування впливу динамічного внутрішнього та зовнішнього середовища та прогнозування динаміки та вектору його змін.

Найбільш часто розробляють наступні різновиди стратегій, які утворюють «стратегічний набір» [1-5, 7].

- загальнокорпоративна для всього будівельного підприємства в цілому;
- загальні конкурентні за окремими бізнес-напрямами;
- функціональні для кожної з функціональних підсистем будівельного підприємства;
- ресурсні для створення належного ресурсного забезпечення з метою досягнення стратегічних орієнтирів загального, функціонального типів стратегій та стратегій бізнес-напряму.

Загальнокорпоративна стратегія описує розвиток будівельного підприємства як єдиного цілого, формується на вищому рівні та є обов'язковою для всіх підрозділів організації, незалежно від ступеня їх автономії та децентралізації. При цьому загальнокорпоративна стратегія не є простою сумою стратегій її підрозділів, а комплексний інструмент досягнення нового рівня розвитку. Розроблення загальнокорпоративної стратегії охоплює визначення комбінації та масштабів видів та напрямків діяльності будівельного підприємства, формування портфеля видів бізнесу, визначення ключових ринків збуту та головних пріоритетів діяльності, найм менеджерів на ключові посади, пріоритетність розподілу ресурсів за визначеними напрямками та видами діяльності будівельного підприємства.

За умови комплексної структури будівельного підприємства та наявності самостійних видів бізнесу та автономних бізнес-одниць (підрозділів будівельного підприємства, які виконують повний цикл – маркетинг, виробництво, збут) розробляються також бізнес-стратегії.

Наступним рівнем деталізації загальнокорпоративної стратегії у стратегічному наборі виступають функціональні стратегії. Функціональна стратегія будівельного підприємства є забезпечувальною стратегією, яка визначає стратегічну орієнтацію та спрямованість певної функціональної підсистеми управління підприємством, яка забезпечує їй досягнення визначених цілей, а також сприяє досягненню та керуваності процесами реалізації загальнокорпоративної стратегії та місії будівельного підприємства на рівні функціональних підсистем будівельного підприємства.

Функціональні стратегії мають підпорядкований характер по відношенню до загальнокорпоративної стратегії, тому повинні бути узгоджені з її цілями на напрямками з метою досягнення стратегічних цілей діяльності будівельного підприємства. За функціональними видами діяльності будівельного підприємства виділяють: виробничу стратегію, ресурсну стратегію, інноваційну стратегію, логістичну стратегію, маркетингову стратегію, фінансову стратегію, інвестиційну стратегію, стратегію продажу, стратегію соціальної відповідальності підприємства.

Основою функціональних стратегій виступає фінансова стратегія, яку можна визначити як комплексний довгостроковий план організації будівельним підприємством системної діяльності по досягненню його фінансових цілей шляхом формування, розподілу (перерозподілу) та використання фінансових ресурсів.

Роль фінансової стратегії будівельного підприємства полягає в наступному:

- фінансове забезпечення реалізації стратегій усіх рівнів: фінансова стратегія відповідає за пошук достатньої кількості ресурсів для діяльності будівельного підприємства;
- забезпечення ефективного використання ресурсного потенціалу будівельного підприємства: розпорядження фінансовими ресурсами таким чином, щоб отримати максимальну віддачу та максимізувати вартість підприємства;
- забезпечення реалізації кредитно-інвестиційних можливостей: пошук і створення (шляхом переговорів і поліпшення інвестиційної привабливості підприємства) способів запозичення і інвестування фінансових ресурсів найбільш вигідним для підприємства способом;
- проактивне реагування на зміну факторів зовнішнього середовища: аналіз економічної ситуації (в т.ч. поведінки конкурентів), прогноз її зміни і розробка плану дій по отриманню максимальної користі з змін зовнішнього середовища;
- ефективне управління капіталом: забезпечення оптимального обсягу та структури капіталу з урахуванням стратегічних перспектив розвитку;
- управління фінансовими ризиками: аналіз та оцінка фінансових ризиків підприємства, своєчасне вжиття заходів щодо їх нейтралізації.

Вважається доцільним виділення стратегії управління інтелектуальним капіталом, яка спрямована на створення будівельним підприємством доданої вартості із обсягу явних і неявних знань, закладених у нематеріальних активах людського, організаційного капіталу і капіталу відносин, поєднуючи різноманітні

аспекти підвищення конкурентоспроможності, інноваційного розвитку і зростання параметрів ефективності діяльності підприємств у галузі будівництва на основі нових форм і методів управління.

Товарно-ринкова або виробнича стратегія будівельного підприємства описує, які продукти, в яких обсягах будуть проводитися і для яких груп споживачів та ринків. При цьому, слід зазначити, що при розробленні товарно-ринкової стратегії необхідно враховувати особливості будівельної продукції як товару, яка принципово та істотно відрізняється від продукції промислового масового або серійного виробництва, що обумовлює специфіку її просування. До зазначених особливостей слід включити:

- тривалий життєвий цикл будівельної продукції, який є значно довшим у порівнянні із товарами промислового виробництва, включаючи тривалий виробничо-комерційний цикл її створення, строк її експлуатації вимірюється десятиліттями;
- висока капіталомісткість будівельної продукції;
- висока вартість будівельної продукції як товару, не кожний споживач може дозволити собі її придбати, що істотно обмежує коло потенційних покупців об'єктів нерухомості;
- не є товаром повсякденного придбання, покупець рідко виходить на ринок за новою продукцією, його частіше цікавить її відновлення, модернізація, ремонт та реконструкція;
- стаціонарність та нерухомість будівельної продукції впродовж її життєвого циклу як в період створення, так і протягом всього строку експлуатації;
- залежність від зовнішньоекономічних чинників: стаціонарність будівельної продукції обумовлює залежність від ринку землі; зовнішньоекономічна ситуація впливає на попит покупців та можливості здійснення виробництва; стан фінансового ринку визначає можливості кредитування придбання будівельної продукції;
- проектне управління створенням будівельної діяльності;
- високі вимоги до якості будівельної продукції та проектних рішень;
- складність виробничо-комерційний циклу створення будівельної продукції, що вимагає обґрунтування та прогнозування чіткої процедури фінансування із врахуванням фактору часу, наявності інформації, чіткі розрахунки грошових потоків з метою доведення до завершення об'єкта будівництва;
- створення будівельної продукції є результатом залучення великої кількості учасників, договірних та субпідрядних відносин;
- істотний рівень індивідуалізації будівельної продукції, яка не є товаром серійного виробництва, а базується на індивідуальних проектних рішеннях.

Інноваційна стратегія характеризує інноваційну політику будівельного підприємства, які інновації та в яких підрозділах компанії будуть розроблятися і здійснюватися, вибір ключових напрямків розробки нових продуктів, терміни і витрати на їх розробку і впровадження, шляхи залучення і типи інновацій. Логістична стратегія будівельного підприємства розробляється з метою визначення загальної логістичної моделі будівельного підприємства, оптимальні маршрути та потоки постачання ресурсів, найбільш ефективні варіанти складування запасів і товарів.

Маркетингова стратегія будівельного підприємства є різновидом функціональних стратегій будівельного підприємства, яка визначає стратегічну орієнтацію та спрямованість маркетингової підсистеми управління підприємством та визначає сегментацію ринку споживачів, цінову політику, відносини з клієнтами, поведінку по відношенню до конкурентів, рекламу і просування товарів і інші характеристики, що забезпечують ефективну виробничо-збутову діяльність будівельного підприємства і зростання. Формулювання маркетингової стратегії будівельного підприємства є комплексним, безперервним процесом розроблення маркетингових цілей розвитку і функціонування підприємства на певний проміжок часу, а також деталізація шляхів її реалізації та способів використання засобів для досягнення поставленої мети. Формулювання маркетингової стратегії будівельного підприємства характеризується визначенням стратегічних маркетингових цілей розвитку будівельного підприємства, аналізом альтернативних методів та засобів їх досягнення, створенням портфеля альтернатив, вибором оптимальної стратегії, розроблення деталізованих заходів з її реалізації, включаючи їх ресурсне забезпечення, розроблення маркетинг-міксу, моніторингом та коригуванням.

Ресурсна стратегія визначає, які види ресурсів будуть використовуватись в процесі здійснення будівельної діяльності, потреби в обсягах ресурсів, альтернативні ресурси та можливості їх використання, структура постачальників, способи економії ресурсів і інші їх техніко-економічні характеристики.

Підсумовуючи все вищезазначене можна зробити висновок, що стратегічний набір являє собою ієрархічно організовану систему взаємопов'язаних стратегій різних рівнів та типів, які розробляються будівельним підприємством на визначений проміжок часу з урахуванням визначальних особливостей функціонування, потенціалу та перспективних напрямків розвитку будівельного підприємства, а також визначає його стратегічну орієнтацію та позиціонування у зовнішньому середовищі на основі досягнення його стратегічних цілей. За своїм функціональним призначенням стратегічний набір має заповнити «стратегічний розрив» підприємства, який характеризує невідповідність або інтервал між поточною позицією та можливостями будівельного підприємства, які зумовлені наявними тенденціями внутрішнього та зовнішнього середовища функціонування будівельного підприємства та бажаними стратегічними орієнтирами його розвитку, необхідними для розв'язання нагальних проблем, забезпечення зростання та зміцнення конкурентоспроможності будівельного підприємства в довгостроковій перспективі. Стратегічний розрив – це простір стратегічних рішень, які має прийняти керівництво

будівельного підприємства, спрямованих на вирішення виявлених проблем з метою перетворення наявного потенціалу та тенденцій розвитку в бажаний стан.

Список використаних джерел

1. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия / И. Ансофф. – Санкт-Петербург : Питер, 1999. – 416 с.
2. Мескон М. Основы менеджмента / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури – Санкт-Петербург-Київ: Вильямс, 2008. – 672 с.
3. Каплан Р. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию / Р. Каплан, Д. Нортон. – Москва : Олимп-Бизнес, 2008. – 214 с.
4. Белошапка В.А. Стратегическое управление: Принципы и международная практика / В. Белошапка, Г. Загорий. – Київ : Абсолют-В, 1998. – 352 с.
5. Наливайко А. Теорія стратегій підприємства. Сучасний стан та перспективи розвитку : [Монографія] / А. Наливайко. – Київ : КНЕУ, 2001. – 227 с.
6. Томпсон А.А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии. / А.А. Томпсон, А.Дж. Стрикленд. – Москва : Банки и биржи, ЮНИТИ. – 1998. – 576 с.
7. Шершньова З.Є. Стратегічне управління / З.Є. Шершньова, С.В. Оборська, Ю.М. Ратушний. – Київ : КНЕУ, 2004. – 699 с.

References

1. Ansoff I. Novaya korporativnaya strategiya [New corporate strategy]. – SPb.: Piter, 1999. – 416 p.
2. Meskon M., Albert M., Hedouri F. Osnovyi menedzhmenta [Basic concepts of anagement]. – SPb-Kiev: Vilyams, 2008. – 672 p.
3. Kaplan R., Norton D. Sbalansirovannaya sistema pokazateley. Ot strategii k deystviyu [Balanced system of indicators. From strategy to action]. – M.: Olimp-Biznes, 2008. – 214 p.
4. Beloshapka V.A., Zahoryy H.V. Stratehicheskoe upravlenye: Pryntsyipi I mezhdunarodnaya praktyka [Strategic management: principles and international practice]. – K.: Absolyut-V, 1998. – 352 p.
5. Nalyvayko A. Teoriya stratehiy pidpryyemstva. Suchasnyy stan ta perspektyvy rozvytku [Theory of strategy of enterprises. Current state and development perspectives]. – K.: KNEU, 2001. – 227 p.
6. Tompson A.A. Stratehicheskyy menedzhment. Iskusstvo razrabotky i realizatsii stratehii [Strategic management. Art of strategy development and implementation]. – M.: Banky y byrzhzy, YuNITI. – 1998. – 576 p.
7. Shershnova Z.E. Strategichne upravlinnia [Strategic management]. – K.: KNEU, 2004. – 699 p.

ДАНИ ПРО АВТОРА

Юрченко Юлія Олександрівна, кандидат економічних наук, доцент кафедри економічної теорії, Київський національний університет будівництва і архітектури.
e-mail: yuliia.yurchenko@gmail.com

ДАННЫЕ ПРО АВТОРА

Юрченко Юлия Александровна, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономической теории, Киевский национальный университет строительства и архитектуры.
e-mail: yuliia.yurchenko@gmail.com

DATA ABOUT THE AUTHOR

Yurchenko Yuliia Aleksandrovna, Ph.D. in economics, Associate Professor
Kyiv University of Construction and Architecture
e-mail: yuliia.yurchenko@gmail.com

Рецензент: Лич В.М., д.е.н., професор, завідувач кафедри економічної теорії, Київський національний університет будівництва і архітектури.

УДК 657.432

ФОРМУВАННЯ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОЇ ІНФОРМАЦІЇ В УПРАВЛІННІ ДЕБІТОРСЬКОЮ ЗАБОРГОВАНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Яременко Л.М.

Предметом дослідження виступають теоретичні, методичні та практичні аспекти обліку дебіторської заборгованості.

Мета дослідження полягає у формуванні обліково-аналітичної інформації в управлінні дебіторською заборгованістю підприємства.

Методологія проведення роботи. Робота виконана за результатами дослідження сучасних вітчизняних і зарубіжних поглядів на особливості обліку дебіторської заборгованості.