

3. Handbook of International Quality Control, Auditing, Review, Other Assurance and Related Services Pronouncements. 2015 Edition. Volume I. – New York: International Federation of Accountants, 2016 – 1249 p.

4. Yakhina T. Differentiation between the NBU regulations as to provisioning for active bank transactions / T. Yakhina, R. Tesolkin // Економіка розвитку. – Харків, 2014. – № 2 (70). – С. 29-34.

5. Рзаєв Г. І. Обліково-аналітичні процедури підтримки безпеки формування доходів, витрат і фінансових результатів / Г. І. Рзаєв, Д. О. Драгочинська // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2019. – № 1. – С. 62-65.

КОНКУРЕНТНА РОЗВІДКА В СИСТЕМІ ФОРМУВАННЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ НА ПІДПРИЄМСТВІ

*Нефедова О. Г., здобувач, Державний вищий навчальний заклад
«Український державний хіміко-технологічний університет»*

Значна інформатизація сучасного простору накладає свій відбиток і на конкурентні відносини між підприємствами. Важливим чинником в яких стає інформація: її обсяги, якість і своєчасність. Одним із сучасних інструментів отримання інформації про конкурентів є конкурентна розвідка.

Під конкурентною розвідкою ми розуміємо збір й аналітичну обробку будь-яких відомостей, що сприятимуть перемозі підприємства у конкурентній боротьбі і захисту від конкурентних атак законними методами.

У загальному вигляді процес формування інформаційного продукту конкурентної розвідки послідовно формують три блоки: блок аналітичної інформації конкурентної розвідки, блок відомостей внутрішньої аналітики і блок внутрішньої керівної інформації (рис. 1). У результаті взаємодії складових кожного з блоків формується інформаційний продукт певного рівня. Зауважимо: чим складнішою є аналітична обробка, тим більш високим є рівень отриманого в результаті інформаційного продукту. На нашу думку, це такі рівні:

- неопрацьований інформаційний продукт (I рівень);
- готовий інформаційний продукт конкурентної розвідки (II рівень);
- аналітичні дані вищого рівня (III рівень);
- готовий інформаційний продукт найвищого рівня (IV рівень).

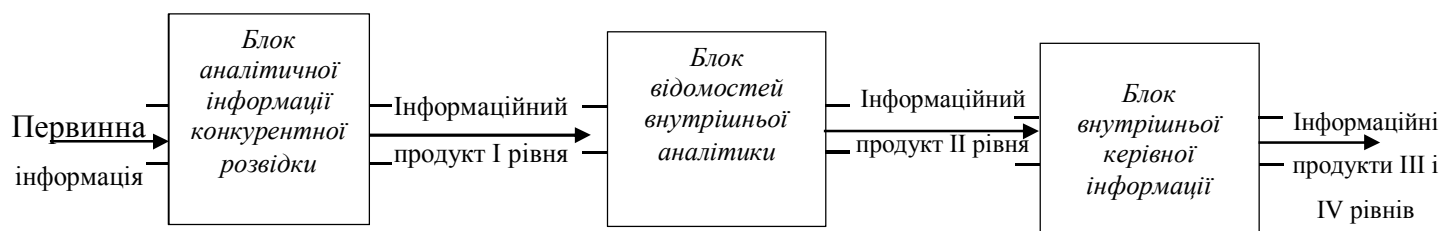


Рис.1 – Схема формування інформаційного продукту на підприємстві

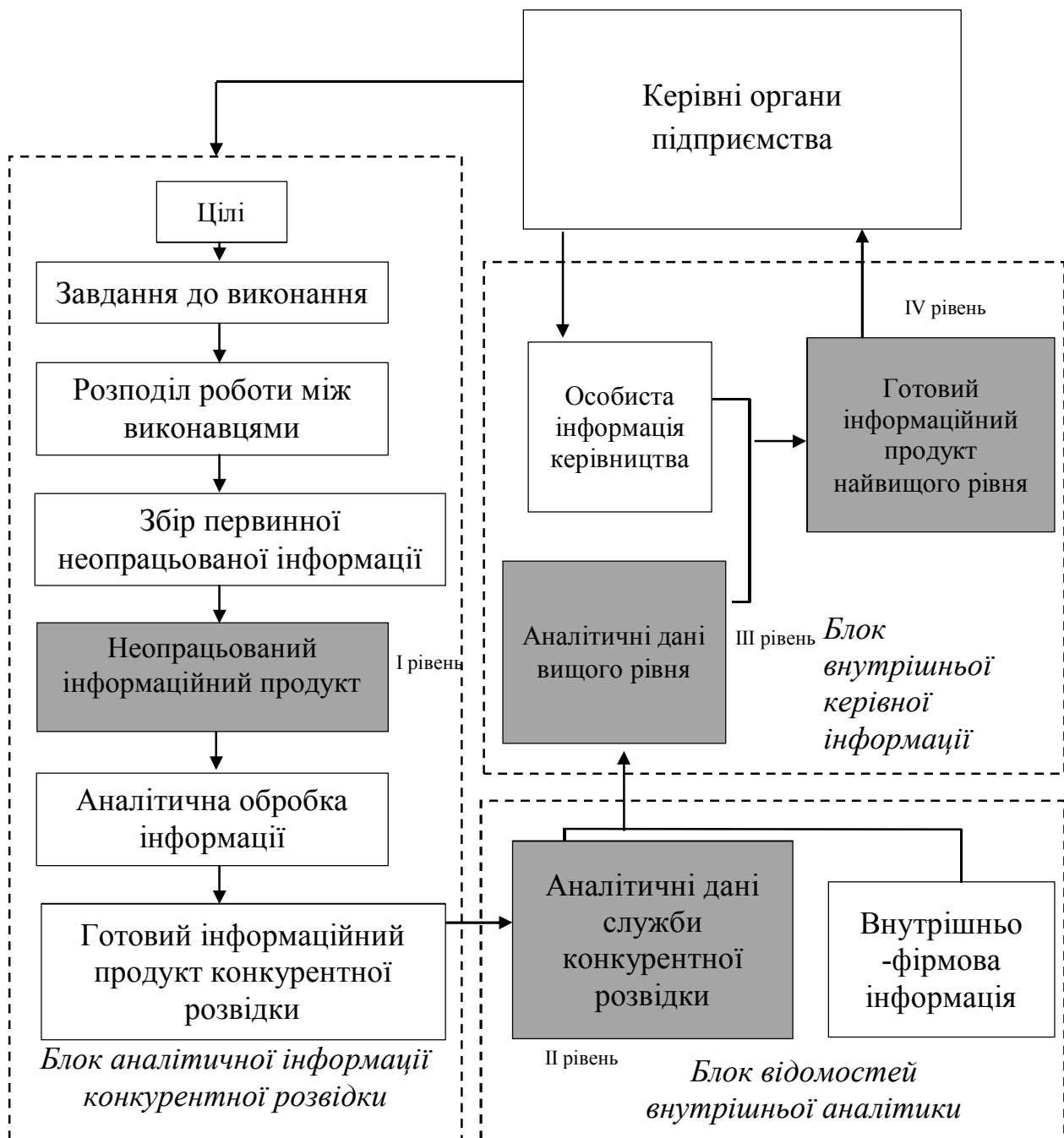


Рис. 2 – Механізм формування внутрішньої керівної інформації на основі даних конкурентної розвідки (розроблено автором)

Будь-які дії конкурентної розвідки підпорядковуються керівним органам підприємства і здійснюються в межах певних цільових настанов. В результаті виконання всієї сукупності розвіддій служба отримує *неопрацьований інформаційний продукт*. Це відомості об'єктивного характеру, що підлягають подальшій обробці аналітичною службою. Важливо зазначити, що одна й та сама первинна інформація може стати джерелом для абсолютно різних висновків: все залежить від поставленої мети. Опрацьована належним чином

інформація стає *готовим інформаційним продуктом* служби конкурентної розвідки. Додаючи внутрішню інформацію й опрацьовуючи її відповідно до наданих даних, отримуємо *аналітичні дані вищого рівня*. Тобто інформацію суто внутрішнього використання високої таємності. Це продукт, що вже може стати підґрунтям для наступних управлінських рішень. Але керівні органи мають власне бачення методів і способів конкурентної поведінки підприємства, а також можуть мати власні джерела інформації, що здані змінити попередній інфопродукт. Об'єднаємо ці відомості під назвою «особиста інформація керівництва». В результаті перетворення інформаційного продукту III рівня за наявності особистої інформації керівництва, отримуємо інфопродукт IV рівня, тобто *готовий інформаційний продукт найвищого рівня*.

Етапи перетворення даних конкурентної розвідки на готовий інформаційний продукт виглядають наступним чином (рис. 2).

Отже бачимо, що ланцюг формування внутрішньої керівної інформації формують послідовно три блоки, кожен з яких має на виході готовий інформаційний продукт свого рівня. Для кожного наступного блоку продукт попереднього рівня є «сировиною» для виготовлення нового продукту більш високого рівня. Блок даних конкурентної розвідки виступає самостійним інформаційним підґрунтям, на основі якого формуються виважені управлінські рішення високого аналітичного рівня.

ОРГАНІЗАЦІЙНО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ

*Олійник Н. М., канд. техн. наук, доцент, Карась О. П., студент,
Херсонський національний технічний університет, Макаренко С. М., канд.
екон. наук, Херсонський державний університет, м. Херсон*

Будь-яка економічна система функціонує в умовах невизначеності, що в свою чергу зумовлює вірогідність ризику. Відсутність повної інформації, існування протидіючих тенденцій, елементи випадковості та інші нові економічні умови господарювання обумовлюють важко-прогнозованість процесу управління, оскільки більшість управлінських рішень підприємства приймається в умовах невизначеності та економічного ризику [1, с. 157]. На тлі зазначеного фінансово-господарська діяльність кожного суб'єкта підприємницької діяльності, як і саме існування, значною мірою залежить від здатності протистояти негативному впливу зовнішнього середовища та контролювати внутрішні процеси з метою найбільш ефективного використання наявних ресурсів для досягнення тактичних і стратегічних цілей [2, с. 205]. Формування безпечних умов розвитку стає можливим завдяки створенню системи фінансово-економічної безпеки. Тому управління фінансово-економічною безпекою підприємства стає важливою передумовою забезпечення його сталого соціально-економічного розвитку.