

РОЗШИРЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО СПЕКТРУ ОБЛІКОВОЇ СИСТЕМИ ПІДПРИЄМСТВА

Стрімкий рівень розвитку технологій і загострення конкурентної боротьби як на вітчизняному, так і на світовому ринках змушують менеджмент сучасних підприємств здійснювати моніторинг розширеного спектру характеристик виробництва і збуту власної продукції (собівартість, якість, ціна, асортимент та ін.), звертаючи не останню увагу на сприйняття цінності товару для споживача. З цієї точки зору доцільно наголосити на багатоаспектності досліджень економічної сутності категорії «цінність», які свого часу здійснювали Дж. С. Мілль і Дж. Мак-Куллох з позиції теорії затрат виробництва, М. Туган-Барановський в аспекті граничної корисності товару, М. Портер з погляду ланцюжка створення вартості, Ф. Котлер у контексті споживчої цінності.

Традиційна система бухгалтерського обліку переважно зосереджує увагу на інформаційному відображенні сукупності бізнес-процесів підприємства (від розрахунків із постачальниками до реалізації готової продукції). Однак з точки зору стратегічного менеджменту моніторинг затрат з моменту придбання ресурсів не дозволяє повною мірою використовувати в своїх інтересах зв'язки з постачальниками, а закінчення моніторингу фактом реалізації продукції не забезпечує повноцінної інформації про потреби покупців, що є доволі важливим для прийняття рішень стратегічного характеру. У межах обліково-аналітичного забезпечення стратегічного менеджменту підприємства ефективне управління затратами потребує більш широкого спектру облікового моніторингу з виходом за межі конкретного підприємства.

Для визначення стану і перспектив підприємства в конкурентному середовищі переважно застосовують концепцію стратегічного позиціонування, яка передбачає два класичних шляхи конкурентної боротьби: 1) лідерство на основі затрат; 2) лідерство на основі якості. Зважаючи на критичну поляризацію цих підходів, яка не спроможна забезпечити довготривалий успіх сільськогосподарського підприємства, орієнтуючись лише на низькі витрати (без врахування якості продукції) або ж високу якість (за рахунок надмірних витрат), в умовах вітчизняного аграрного виробництва вважаємо доцільним застосовувати обґрунтовану інтеграцію двох класичних концепцій лідерства з точки зору поєднання їх позитивних характеристик і формування алгоритму результату діяльності за співвідношенням «ціна-якість». Пропонований варіант стратегічного позиціонування діяльності аграрних підприємств потребує: оптимальних розмірів землеволодіння; раціонального рівня спеціалізації та кооперації; асортименту продукції, орієнтованого на споживача; обґрунтованих обсягів виробництва; відповідального ставлення до збереження якісних показників земельних ресурсів; розгалуженої мережі збуту продукції; застосування ресурсозберігаючих технологій

і екологічного землеробства; чіткого обліку і контролю всіх видів витрат. Домінантою у даній стратегії є виробничий процес.

Концепція моніторингу факторів впливу на витрати передбачає їх виявлення, класифікацію і дослідження ступеня релевантної дії на результат діяльності. З цих міркувань фактори впливу на витрати доцільно поділяти на дві групи: 1) структурні фактори, пов'язані переважно зі структурою і технологією виробництва (розмір землеволодіння, обсяг діяльності, асортимент продукції, застосовані технології, доцільність інвестицій, ефективність інтеграції тощо); 2) функціональні фактори, пов'язані з організацією бізнесу (ефективність використання ресурсів, управління співвідношенням «ціна-якість», надійність стосунків з бізнес-партнерами, репутація підприємства). Відповідно до розмежування вказаних факторів на дві групи, на практиці переважно поляризуються і думки представників адміністративного апарату сільськогосподарських підприємств: одна частина менеджерів наполягає на пріоритетності структурних факторів впливу на витрати бізнесу, визнаючи інші несуттєвими і надуманими; інша визнає перевагу функціональних, оскільки вважає висновки, зроблені на основі структурних факторів, застарілими. Ці точки зору мають право на існування, однак ефективну модель прийняття стратегічних рішень забезпечить лише їх синтез, тобто поєднання раціонального господарювання і виваженого управління.

Сучасна система обліково-інформаційного забезпечення стратегічного менеджменту підприємств, побудована на основі поєднання підсистем фінансового й управлінського обліку, має надавати інформацію для прийняття управлінських рішень дещо під іншим кутом зору, ніж це реалізовано в діючій моделі бухгалтерського відображення фактів господарського життя. Зокрема, для налагодження багатоаспектної обліково-інформаційної бази прийняття обґрунтованих управлінських рішень стратегічного характеру доцільно провести синтез базових принципів побудови та функціонування облікової системи підприємств із концепціями цінності, стратегічного позиціонування та моніторингу стратегічних факторів впливу на затрати. Базовими елементами формування обліково-аналітичного забезпечення системи стратегічного менеджменту підприємства доцільно вважати такі стратегічні імперативи: 1) позиціонування підприємства у зовнішньому середовищі, яке передбачає дослідження унікальності діяльності, конкурентних переваг та інших позицій, що впливають на вибір стратегії бізнесу, особливості обліково-аналітичного забезпечення її формування і реалізації; 2) обліковий моніторинг внутрішнього середовища підприємства, метою якого є виявлення сильних і слабких сторін діяльності; 3) обліковий моніторинг зовнішнього середовища підприємства шляхом використання стратегічних облікових інструментів з метою виявлення фактичних і потенційних загроз і можливостей діяльності; 4) застосування ефекту синергії, сутність якого полягає в забезпеченні інтеграції окремих елементів управлінських обліково-інформаційних систем з метою отримання консолідованого результату вищої продуктивності.