Правове, методологічне та методичне забезпечення розвитку управлінського обліку

УДК 338.2

Я.П. БАЛАБАН, *студент*[*],
Луцький національний технічний університет

ЗАСТОСУВАННЯ БЕНЧМАРКІНГУ В СИСТЕМІ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ

У ринковій економіці кожен крок та дія суб'єкта господарювання пов'язані з ризиком. Вони можуть спричинити втрати або забезпечити позитивний ефект у ході зміни кон'юнктури ринку та методів господарювання. У такій ситуації важливим стає прийняття обґрунтованих управлінських рішень та їх реалізація з урахуванням кінцевих результатів, що досягається за умов належної системи управлінського обліку. Позитивний кінцевий результат діяльності підприємства не може бути досягнутий без вживання відповідних методів й інструментів управління, які дозволять оцінювати ефективність роботи підприємства на рівні окремих бізнес-процесів і, крім того, проводити оптимізацію бізнес-процесів до максимально ефективного рівня. Одним із таких інструментів управління є бенчмаркінг, який на сьогодні є певною «новинкою» в управлінському обліку.

Усі бізнес-процеси повинні постійно вдосконалюватись. Особливо гостро стоїть проблема управління бізнес-процесами в сучасних умовах економічної кризи, що охопив усі галузі економіки. Це пов'язано, у першу чергу, з тим, що українські підприємства не були готові до різкого зниження попиту на їх продукцію, збільшенню цін на ресурси і якісну зміну кон'юнктури ринку. У таких умовах застосування такої технології управління, як бенчмаркінг дає можливість підприємствам поліпшити результати своєї фінансово-господарської діяльності та прискорити процес подолання наслідків впливу світової економічної кризи.

[*] Науковий керівник: к.е.н., доцент Тлучкевич Н. В.

В практиці вітчизняних підприємств бенчмаркінг поки не завоював належної довіри й дотепер часто асоціюється з методами бізнес-розвідки, або шпигунства. Однак, бенчмаркінг ефективно стали застосовувати великі українські компанії, саме при реалізації елементів управлінського обліку.

Термін «бенчмаркінг» (англ. Bench – місце, marking – відзначати) не має однозначного перекладу українською мовою. Найчастіше його перекладають як «контрольні порівняння». У найбільш загальному значенні benchmark – це щось, що має певну кількість і якість та здатне бути стандартом (еталоном) щодо інших предметів чи сфер діяльності. Під бенчмаркінгом, зокрема, розуміють комплекс засобів, які дають змогу систематично знаходити, оцінювати позитивний досвід інших підприємств, що є лідерами в галузі та використовувати його у своїй роботі [2].

Основний зміст бенчмаркінгу полягає у виявленні еталонних конкурентів у галузі, що досягли значних успіхів у цьому напрямі, ретельному вивченні їх бізнес-процесів і адаптації отриманих знань до власного підприємства з метою істотного поліпшення його діяльності. У цілому, універсальність методів бенчмаркінгу й успішність їх вживання за кордоном дозволяють зупинитися на бенчмаркінгу, як на перспективному управлінському інструменті, що має всі шанси на визнання та широке використання в практиці роботи провідних українських підприємств.

В сучасних умовах поняття «бенчмаркінг» стало більш багатогранним і змістовним. У ньому відображено безліч аспектів діяльності суб'єкта господарювання, що має намір поліпшити свій бізнес, спираючись на творче сприйняття вдалого досвіду інших господарських структур. Бенчмаркінг є процесом, який розвивається в часі та становить частину управлінської діяльності підприємства.

Так, наприклад, С. Пашутін визначає бенчмаркінг як систематичну діяльність, спрямовану на вивчення кращих технологій, виробничих процесів і методів організації виробництва та збуту продукції [3].

В цілому, процес бенчмаркінгу складається з таких етапів:

– аналіз діяльності своєї організації та визначення об'єкта бенчмаркінгу, яким може бути підприємство в цілому, окремі підрозділи, процеси, продукція, товари;

– вибір партнерів з бенчмаркінгу, тобто кращих суб'єктів господарювання, досвід яких стане предметом дослідження;

– збір інформації, що припускає вивчення якісних і кількісних характеристик діяльності партнерів, які пояснюють їх переваги;

– аналіз отриманої інформації, виявлення можливостей поліпшення діяльності свого підприємства, розробка відповідних рекомендацій.

Залежно від вибору партнерів виокремлюють такі види бенчмаркінгу:

– внутрішній - вивчення досвіду власних підрозділів, філій організації;

– конкурентний - дослідження діяльності безпосередніх конкурентів;

– зовнішній - вивчення роботи аналогічних підприємств, що обслуговують інші ринки;

– функціональний - дослідження досвіду організацій, що мають найкращі продукцію, товари, послуги, процеси.

Разом з тим, розрізняють бенчмаркінг за складністю поставлених завдань (простий й складний), спрямованістю (внутрішній й зовнішній), рівнем, на якому передбачається здійснювати бенчмаркінг (стратегічний й операційний). Зокрема, бенчмаркінг процесів (операційний бенчмаркінг) – спрямований на конкретні функціональні сфери діяльності підприємства в поточному періоді та визначення досягнення в статусі «кращий у класі» у конкретній предметній галузі. У свою чергу, стратегічний бенчмаркінг є інструментом стратегічного планування для забезпечення цілеспрямованого та прибуткового розвитку підприємства. Знання про методи роботи кращих підприємств галузі та вимоги споживачів продукції, отримані в процесі стратегічного бенчмаркінгу, є важливою інформацією, необхідною для розвитку підприємства та забезпечення підвищення його конкурентоспроможності [1].

Однак, бенчмаркінг не повинен розглядатись тільки як інструмент для збору інформації, адже в ньому задіяна значна кількість кваліфікованих співробітників підприємства, досягається можливість одержання великої кількості корисних пропозицій, використання яких може змінити не тільки тактичні, але й стратегічні цілі.

Використання бенчмаркінгу в системі управлінського обліку підприємства дозволяє:

– подивитись підприємству на себе з боку – об'єктивно проаналізувати свої сильні і слабкі сторони;

– вивчати підприємства, які є галузевими лідерами, визначитися зі стратегічними орієнтирами для ліквідації відставання та виходу на провідні позиції;

– сформувати нові ідеї як у виробничій сфері, так і в сфері збуту;

– регулярно «тримати руку на пульсі» конкурентів, діяти активно та приймати ефективні управлінські рішення;

– володіти альтернативою традиційного стратегічного планування від досягнутого;

– застосовувати поточне планування (бюджетування) на основі переваг конкурентів та власних недоліків.

Разом з тим, важливе значення в бенчмаркінгу відіграє не лише зовнішнє інформаційне забезпечення (дані конкурентів), а й внутрішнє, яке формується саме в управлінському обліку, так як дані фінансового обліку не несуть в собі такого роду інформаційного забезпечення. Особлива увага має приділятися системі збору достовірної інформації (оперативної, поточної, стратегічної) та її відображення у внутрішній звітності, що дозволить порівнювати дані підприємства з даними конкурентів, виявити переваги і недоліки та приймати рішення щодо подальшої роботи. Однак, проблемою залишається і отримання зовнішньої інформації конкурентів.

Отже, бенчмаркінг сприяє формуванню іншого стилю роботи, нової стимулюючої та конкурентної внутрішньої культури ведення бізнесу. Технології бенчмаркінгу дають змогу підприємству об'єктивно оцінювати результати своєї поточної діяльності,

ретельно вивчати досвід конкурентів та партнерів і визначати напрями вдосконалення бізнес-процесів, у тому числі пов'язаних із вдосконаленням управління в цілому.

Список використаних джерел

1. Аренков И.А. Бенчмаркинг и маркетинговые решения / И.А. Аренков, Е.Г. Багиев. – СПб.: СПбУЭФ, 2007. – 56 с.
2. Вахрушев Е.А. Развитие бизнес-процессов в промышленности в условиях мирового экономического кризиса / Е.А. Вахрушев // Вестник Удмуртского университета. – 2009. – № 1. – С. 28-32.
3. Пашутин С. Бенчмаркинг на выживание. Роль конкурентного анализа в создании преимуществ на рынке / С. Пашутин // Маркетолог – 2006. – № 6(80). – С. 24-28.
4. Федулова Л.І. Сучасні концепції менеджменту: навч. посіб. / за ред. Л.І. Федулової. – К. : Центр навч. літ-ри, 2007. – 533 с.

УДК 657.1.47

І.М. БЕЛОВА, *к.е.н., доцент,*
Тернопільський національний економічний університет

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ В РОСЛИННИЦТВІ

Особливо актуальною і водночас, складною проблемою в сучасних умовах господарювання є посилення управлінської орієнтації обліку саме на сільськогосподарських підприємствах рослинницького напряму. Ця проблема перш за все стосується організації розробки на підприємствах та забезпечення належного функціонування системи управлінського обліку, як окремої ланки, а отже, вимагає зміни концепції всього господарського обліку. Загалом, від того наскільки оптимально буде побудована система управлінського обліку на сільськогосподарському підприємстві, наскільки об'єктивно вона відображатиме його діяльність, буде залежати процес ефективного управління підприємством.