

Секція 4

КОНЦЕПЦІЇ ПОБУДОВИ УПРАВЛІНСЬКОЇ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Н.С. Акімова, канд. екон. наук, проф. (*ХДУХТ, Харків*)

РОЗВИТОК УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ТОРГІВЛІ: СУЧАСНИЙ ПОГЛЯД

Стратегічний управлінський облік покликаний надавати обліково-аналітичну інформацію стратегічного характеру, забезпечуючи стратегічний менеджмент підприємства необхідними інформаційними ресурсами. Головною метою стратегічного аналізу є дослідження і підготовка інформації корисної для ухвалення управлінських рішень при обґрунтуванні стратегії розвитку організації, її структурних підрозділів, видів бізнесу і сфер діяльності.

Перспективними моделями управлінського обліку і аналізу, які можуть знайти успішне застосування на підприємствах торгівлі, є в першу чергу "Директ-костинг", "СVP-аналіз", "Just In Time", SWOT-аналіз, STEP+M-аналіз.

Проведені дослідження підтвердили, що до умов реально-очікуваного (беззбиткового) сценарію розвитку оптового торгового підприємства найкраще підходить модель управлінського обліку "СVP-аналіз". За допомогою цієї моделі менеджмент оптового торгового підприємства зможе визначити взаємозв'язки і взаємозалежності між цінами, об'ємом і структурою продажів товарів, валовими доходами, витратами обігу і фінансовими результатами. Крім того, використання моделі управлінського обліку "СVP-аналіз" дозволяє визначити поріг рентабельності, тобто точку беззбитковості - визначення моменту, починаючи з якого валові доходи оптового торгового підприємства повністю покривають його витрати обігу і починають формувати прибуток.

Слід зазначити, що при застосуванні СVP-аналізу на підприємствах оптової торгівлі, передусім, необхідно звертати увагу на поведінку таких показників, як маржинальний дохід, поріг рентабельності (точка беззбитковості), операційний важіль і запас

міцності. В той же час в ході проведених досліджень необхідно сформулювати правило, згідно з яким на підприємствах оптової торгівлі при проведенні CVP- аналізу, замість показника "Виручка" доцільно використати показник "Валовий дохід від продажу товарів", який є різницею між покупною і продажною вартістю реалізованих товарів.

Істотне значення для успішної організації управлінського обліку на підприємствах оптової торгівлі має застосування моделі обліку "ЛІТ" (just - in - time, т. е. точно в строк, або точно вчасно). Модель "ЛІТ" як ефективна управлінська технологія сприяє оптимізації логістики бізнесу, маршрутів постачань. Суть моделі на підприємствах оптової торгівлі зводиться до відмови від закупівель і постачань товарів великими партіями. Замість цього створюється безперервно-поточковий предметний ланцюжок. При використанні моделі обліку "ЛІТ" оптово-складська форма руху товару по-суті перетворюється на транзитну (сплачений транзит), коли товари від постачальників до покупців поступають, не затримуючись на складах оптових торгових підприємств.

У зв'язку з вищевикладеним для обліку товарів на підприємствах оптової торгівлі пропонується використати можливість забалансового рахунку 023 "Матеріальні цінності на відповідальному зберіганні". Надходження товарів від постачальників рекомендується відображати по дебету цього рахунку, а продаж товарів покупцям і замовникам - по кредиту.

Проведені дослідження показали, що організація і розвиток управлінського обліку на підприємствах оптової торгівлі неможливі без застосування в їх діяльності таких моделей аналізу, як "SWOT-аналіз" і "STEP+M-аналіз". При проведенні SWOT-аналізу необхідно користуватися послугами бенчмаркінга (benchmarking), при якому відбувається порівняння основних показників у підприємств, що конкурують між собою. При зіставленні основних показників діяльності з'являється можливість виявлення уразливих і найбільш сильних сторін в діяльності підприємств оптової торгівлі. Такий аналіз необхідно проводити для порівняння показників аналізованого підприємства з показниками конкурентів і світових лідерів в аналогічних областях бізнесу. В результаті можна буде знайти не зайняті ще ринкові ніші, домовитися з вірогідними партнерами по кооперації і визначати можливі переваги від об'єднання з іншими організаціями.

В результаті проведення SWOT-аналізу і виявлення потенційних можливостей і загроз підприємства, а також його сильних

і слабких сторін можна порівняти можливості аналізованого підприємства з тими можливостями, які йому надає ринок, напрями і шляхи розвитку бізнесу підприємства, доцільний розподіл ресурсів по групах товарів і клієнтів. SWOT-аналіз необхідно деталізувати у форматі STEP+M-аналізу, формуючи майбутній продуктивний портфель оптового торгового підприємства.

Згідно з представленими моделями усі бізнес-операції оптового торгового підприємства знаходитимуться в системі координат "конкурентний статус підприємства на цьому ринку" і "привабливість ринку".

С.Я. Бабінська, асист. (*Національний університет «Львівська політехніка»*)

ОРГАНІЗУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЄКТІВ

Для підвищення темпів економічного зростання та зміцнення конкурентних позицій підприємства важливу роль відіграє організування інформаційного забезпечення інноваційних проєктів. Багато фахівців стверджують, що саме цей процес впливає на ефективність та успішність реалізації інноваційних проєктів. Оскільки, саме інформаційне забезпечення є чинником, який є необхідним не лише для реалізації інноваційного проєкту, але й для управління економічними процесами, прийняття управлінських рішень та ефективного функціонування підприємства загалом.

Так, Л.Л. Антонюк вважає, що «формуванню інноваційної політики як на рівні держави, так і на рівні господарюючих суб'єктів сприяє багатостороннє, спеціалізоване інформаційне забезпечення. Його роль неocenенна, оскільки воно, окрім свого основного призначення, застерігає від «винаходу велосипеда» [1].

Під організуванням інформаційного забезпечення інноваційних проєктів доцільно розуміти сукупність процесів, які необхідно здійснити для надання користувачам (учасникам інноваційного проєкту) необхідної інформації. При цьому інформація, для того щоб оцінити міру її достовірності і придатності для використання в інших проєктах, має містити опис умов, в яких її отримано. Крім того, для