

**І.Б. Чернікова**, канд. екон. наук, проф. (*ХДУХТ, Харків*)

**І.О. Гладій**, канд. екон. наук, доц. (*ВТЕІ КНТЕУ, Вінниця*)

## **ОБЛІКОВА СТРАТЕГІЯ У СКЛАДІ ПРОГРАМОВАНОГО (СИСТЕМНОГО) МЕНЕДЖМЕНТУ – ШЛЯХ ДО УСПІХУ НА РИНКУ**

Джерелом потенціалу життєдіяльності будь-якої організаційної структури господарювання в умовах ринкового механізму, зі слів Бенджаміна Дізраеля, є її успіх, який являє не тільки результат, але і шлях досягнення цього результату за умов стабільності.

Вивчаючи різноманітні джерела щодо інформаційної підсистеми управління діяльністю сучасного підприємства, ми дійшли висновку, що успіх існування та стабільного розвитку вітчизняного бізнесу на ринку в майбутньому, полягає у створенні в організаційній структурі підприємства програмованого (системного) менеджменту, який представляє сукупність взаємопов'язаних та взаємопосилюючих виробничо-фінансових й маркетингово-збутових процесів, які базуються на єдиних принципах прийняття та виконання рішень в управлінських інформаційних системах стратегічного обліку.

Дослідження міжнародного досвіду науки та практики програмованого (системного) менеджменту дозволило виділити елементи, які складають систему управління бізнесом: стратегію та бізнес-модель; організаційну структуру; ключові бізнес-процеси; персонал.

Виконання вимог інформаційної системи управління, яка відповідає реаліям вітчизняного ринку, пропонуємо починати з самого короткого й ефективного шляху – удосконалення операційної ефективності, а саме ключових бізнес-процесів та організаційної структури, що повинно привести до швидких та суттєвих результатів. Так, збільшення продажів створює фінансовий потенціал в обліковій стратегії програмованого (системного) менеджменту ринкових структур для проведення подальшої реконструкції за умови зростання вільного часу адміністративної команди управління з метою здійснення стратегічного планування, яке в інформаційному механізмі управління, вважаємо за доцільне, згрупувати за трьома фазами: визначення та розробки стратегії на підставі таких елементів як: місія бізнесу – глобальна мета бізнесу та модель її досягнення; цільового ринку та широти продукції – де і чим підприємство конкурує (ринки, сегменти споживачів, випущена продукція); унікальності – як конкурує підприємство, та як цей спосіб відрізняється від способу, що

застосовується конкурентами; розробки управлінських програм; затвердження оперативних планів.

Таким чином, у програмованому (системному) менеджменті запропоновано універсальну організаційну структуру складових поетапного планування успішного функціонування сучасних суб'єктів господарювання у конкурентному просторі стабільного розвитку на ринку:

- лідерство – основу реального бізнесу, яка орієнтується на сучасну особистість;

- стратегії – чітко вироблену програму дій, направлених на досягнення поставлених цілей, без якої реальний бізнес, що зорієнтовано на успіх, неможливий;

- фінансовий результат – економічний показник, який є на даний момент найбільш застосованим орієнтиром успішного бізнесу підприємств;

- командну роботу та операційну ефективність ринкової структури господарювання – реальну стратегію, яка дає можливість підприємству оперативно передбачати потреби ринку та своєчасно реагувати на його зміни;

- прогнозування, планування, бюджетування – сприяють успішному бізнесу через складання на майбутні періоди прогнозів продажу, розроблених стратегій їх досягнення на ринку, передбачення майбутніх тенденцій в перевагах клієнтів.

- техніку та технології – в успішному бізнесі на ринку сьогодні не виступають точками диференціації, а є точками пріоритету, які з легкістю можна досягти в умовах конкурентного середовища.

- первісні інвестиції – стартовий капітал, який сприяє успішному бізнесу в середовищі ключових ідей та науково-практичних знань;

- людський фактор – правило успішного бізнесу в умовах ринку, згідно якого успіхом правлять не передові технології, а висококваліфікований персонал, котрий займає ключові позиції в системі управління;

- обмеження і бар'єри – законодавчого та нормативного характеру, що мають місце в реальному бізнесі, за межі яких недоцільно виходити, щоб запобігти небажаних наслідків в умовах конкурентної боротьби.