

2011. Т. 1. № 6 (7). С. 115-128.

9. Вахтина М.А. Институционализм как отражение социокультурного подхода в экономике // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. 2005. № 11-2. С. 23-25.

10. Третьякова Е.А., Алферова Т.В. Управление устойчивым развитием социально-экономических систем: институциональные аспекты // Актуальные проблемы экономики и права. 2012. № 4 (24). С. 195-201.

11. Шнайдер О.В., Шнайдер В.В., Локтионов Е.Г. Взаимосвязь инвестиционной привлекательности и финансового состояния, с позиций перспективности развития организации // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. 2009. № 7 (10). С. 229-233.

12. Шнайдер В.В., Коростелева Л.А. Проблемы и вопросы инвестиционного направления современных организаций // Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия: Экономика. 2013. № 6 (32). С. 124-128.

13. Вахтина М.А. Особенности российской экономической ментальности // Философия хозяйства. 2011. № 3. С. 158-166.

14. Усольцева И.В., Тунегова В.Н. Аутсорсинг для некоммерческих организаций и возможности применения // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. 2011. № 4. С. 144-147.

15. Шнайдер О.В., Усольцева И.В. Основные средства: проблемы и методы использования // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2013. № 2 (13). С. 64-66.

16. Усольцева И.В., Боровицкая М.В. Условия развития государственно-частного партнерства на примере Самарской области // Молодой ученый. 2013. № 11. С. 481-485.

Статья публикуется при поддержке гранта РГНФ «Целевой конкурс по поддержке молодых ученых» (231-95-1539)

TASKS OF EFFECTIVE MANAGEMENT BY ECONOMIC SUBJECTS

© 2014

S.V. Kroxmaley, postgraduate student

Samara State University of Ways of Report, Samara (Russia)

Annotation: For a home economy a task of effective management economic subjects is to very actual. Providing strong growth to the economic subjects it is necessary constantly to search all new approaches for organization of the activity : providing of conforming to of the produced products the requirements of consumer, at her simultaneous availability; presence of necessary and sufficient dataflows, providing functioning of different services of economic subject etc.

Keywords: economic subject, effective management, timeliness of information, treatment, analysis, functioning.

УДК 336.11

РОЛЬ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЁТА В СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

© 2011

А.А. Кузнецов, аспирант кафедры «Бухгалтерский учет анализ аудит»

Королевский институт управления, экономики и социологии, Королев (Россия)

Аннотация: Система управленческого учета индивидуальна для каждого предприятия, её индивидуальность исходит из специфики предприятия, его структуры и вида деятельности, основываясь на том, какая информация необходима для принятия управленческих решений. Управленческая информация необходима для систематизации и анализа, ее детализации и обработки в принятии эффективных управленческих решений.

Ключевые слова: управленческий учёт, затраты, предприятие, стратегия развития, систематизация, минимизация затрат.

В современных условиях рыночных отношений цели и задачи управленческого учета ориентированы на стратегическое управление предприятием. При этом управленческий учет выступает в виде интегрированной информационной системы предприятия, обеспечивающей сбор, измерение, систематизацию, анализ и передачу данных, необходимых для управления подразделениями предприятия и принятия на основе этих данных оперативных, тактических и стратегических решений.

Система управленческого учета индивидуальна для каждого предприятия, её индивидуальность исходит из специфики предприятия, его структуры и вида деятельности, основываясь на том, какая информация необходима для принятия управленческих решений. Управленческая информация необходима для систематизации и анализа, ее детализации и обработки в принятии эффективных управленческих решений. Единого мнения о конкретной управленческой информации, о её наполненности не существует, что обуславливает дискуссионность этого направления.

С.Л. Мусин пишет, что «информация, используемая в управленческом учете должна опережать принимаемые решения, и соответственно, носить аналитический характер, так как данные управленческого учета нужны в целях рационального использования имеющихся ресурсов в организации» [1].

М.В. Боровицкая считает, что «в системе управленческого учета формируется информация о доходах, расходах и результатах деятельности в необходимых для целей управления аналитических разрезах. В современ-

ных условиях управленческий учет через свои функции выступает в качестве основного информационного фундамента управления внутренней деятельностью предприятия, его стратегией и тактикой. Основное его назначение – подготовка информации для принятия оперативных и стратегических решений» [2].

По мнению А. Апчерча целью управленческого учета является «предоставление полезной информации для оказания помощи в планировании, контроле и принятии решения. Кроме того, управленческий учет должен отражать факты того как планирование, контроль и принятие решений выполняются на стратегическом, тактическом и оперативных уровнях и как, по существу, они касаются будущего» [3].

А. Чмель, Б. Нидлз, О.Е. Николаева, Т.В. Шишкова считают, что: управленческий учет обеспечивает сбор, регистрацию, систематизацию только учетной информации или управленческий учет – это часть, подсистема бухгалтерского учета; объектами управленческого учета являются только затраты и результаты; информация управленческого учета используется только для принятия оперативных решений; информация управленческого учета предназначена для управления структурными подразделениями [4].

Грамотная система управленческого учета дает возможность точно определить что именно предприятию приносит доход, на сколько эффективно то или иное управленческое решение, где возникают необоснованные затраты и т.д. Помимо этого, управленческий учет позволяет планировать деятельность, оценивать работу

сотрудников и является достаточно тонким инструментом мотивации.

На всех этапах процесса разработки, принятия и реализации стратегических управленческих решений информация управленческого учета, так или иначе, воздействует на процесс. Принятие решения происходит при осуществлении любой из функций управления.

Выживание и успех в современных экономических условиях во многом определяются умением руководителя оперативно влиять на деятельность своей организации путем принятия верных и быстрых управленческих решений. В процессе практической финансово – хозяйственной деятельности организаций можно выделить основные направления принятия управленческих решений, такие как анализ безубыточности производства, определение структуры производства, принятие решений по инвестиционным проектам, принятие решений по ценообразованию и т.д.

Н.И. Королева считает, что «принятие решения – это выбор того, как и что планировать, организовывать, мотивировать и контролировать. Именно принятие решений составляет основное содержание деятельности руководителя» [5].

По мнению Н.И. Королевой стратегические решения – это управленческие решения, которые ориентированы на будущее и закладывают основу для принятия оперативных управленческих решений, сопряжены со значительной неопределенностью, т. к. учитывают неконтролируемые внешние факторы, воздействующие на предприятие, связаны с вовлечением значительных ресурсов и могут иметь чрезвычайно серьезные, долгосрочные последствия для предприятия. [5].

В режиме постоянной инфляции и жестких рыночных отношений (конкуренции) работа организации в России подвержена значительными предпринимательскими и финансовыми рисками. В данных условиях учет в организациях становится не только важнейшим и единственным пока источником сверхважной информации, но и основным инструментом стратегического планирования и прогнозирования деятельности. Необходимость привлечения к управлению предприятием в первую очередь специалистов, руководителей и менеджеров всех уровней на первое место выводит значение подсистемы управленческого учета.

Стратегические решения обладают рядом особенностей:

- направлены на долгосрочную перспективу, на возможности предприятия, на будущее;
- необратимы и обладают долгосрочными последствиями;
- не обладают жесткими временными рамками;
- обладают высокой степенью риска.

Чтобы выжить в условиях современной конкуренции, организация должна разработать определенную стратегию, которая будет обеспечивать эффективное планирование. Для этого существуют достаточно число моделей принятия стратегических управленческих решений, таких как:

- модель максимизации прибыли;
- модель максимизации продаж;
- модель максимизации роста;
- модель максимизации добавленной стоимости (японская модель);
- модель управленческого поведения и др.

Катко рассмотрим каждую модель в отдельности.

Цель любого предприятия – извлечение прибыли. В нынешней экономике нет ограничений в размере получаемой предприятием прибыли, поэтому поведение организации может быть описано с помощью модели максимизации прибыли.

Принципы, которые легли в основу модели максимизации прибыли дают понятие о том, какую выбрать стратегию управления предприятием. Модель помогает нам проанализировать будущее поведение организации.

Однако, у модели максимизации прибыли существует и обратная сторона: максимизация прибыли – это не самое эффективное решение, предпринимающее управление; кроме того, управляющий не располагает полной информацией, которая необходима для максимизации прибыли; в настоящее время у предприятия, кроме извлечения прибыли, существует много других целей; стратегия, направленная только на максимизацию ведет непосредственно к увеличению риска, нестабильности. Поэтому, если управляющий всеми путями пытается уйти от риска, то не будет вести политику максимизации прибыли.

Сторонники стратегии максимизации прибыли выдвигают следующие аргументы:

- если существует конкуренция, то предприятие, которое не максимизирует свою прибыль, погибает;
- если управляющие отвергают концепцию максимизации прибыли, но действуют так, чтобы ее максимизировать, то модель справедлива;
- существует достаточно мало исследований, которые отвергают концепцию максимизации прибыли.

Следующая модель стратегического управленческого решения – это модель максимизации продаж.

Модель максимизации продаж — это, вероятно, наиболее широко известная альтернатива модели максимизации прибыли. Она легко доступна для понимания и подтверждается интуитивно привлекательными примерами из жизни. Строгие эмпирические испытания, однако, не подтверждают справедливости гипотезы максимизации продаж. Особенно это касается долгосрочных задач фирмы [6].

Специалисты приводят несколько положительных аргументов в пользу модели максимизации продаж:

- управленцы считают, что если предприятие не будет увеличивать свои продажи, то этот акт может привести к сокращению влияния предприятия на рынке и сделать ее менее конкурентоспособной;
- так как в ряде случаев управляющие являются наемными работниками, а не собственниками предприятия, то в их интересах вести политику максимизации объема продаж;
- изменение в объемах продаж ведет за собой изменения в методах организации торговли и технологии производства, следовательно это будет оправдано равновесными изменениями в прибыли организации.

Сторонники модели максимизации продаж признают, что некоторый минимальный уровень прибыли необходим, однако они уверены, что фирма, стремящаяся к максимизации продаж, предпочтет пожертвовать некоторыми либо всеми своими прибылями выше определенного минимума для того, чтобы увеличить объем продаж [6].

Рассмотрим следующую модель максимизации роста. Рост организации и ее потенциал служат составляющей успеха ее финансового состояния. Сущность модели максимизации роста заключается в том, что если предприятие достигло уровень выпуска продукции, который обеспечивает максимизацию прибыли, то выпуск продукции должен быть постоянным до тех пор, пока остаются постоянными затраты и уровень спроса.

Модель добавленной стоимости — это долгосрочная концепция, направленная на максимизацию выгоды всех участников: управляющих, рабочих, поставщиков и акционеров. Ее исходная философия состоит в том, что основная цель коммерческой организации состоит в вознаграждении своих работников (как управляющих, так и рядовых сотрудников). Вознаграждение включает в себя не только увеличенную заработную плату и дополнительные привилегии, но также и удовлетворение, получаемое от изготовления высококачественного продукта. Заработная плата управленческого аппарата, заработная плата сотрудников и другие затраты на содержание персонала являются неотъемлемой частью полной добавленной стоимости. Тем самым управление и труд не

будут противниками, напротив, они будут партнерами, преследующими общую цель — максимизацию добавленной стоимости [6].

Если же интересы управленца и рабочего направлены на повышение конкурентоспособности предприятия, то их общей целью становится максимизация добавленной стоимости. Следовательно, все участники будут стремиться к уменьшению затрат и увеличению продаж. Для этого необходимо проектировать и производить инновационную продукцию и выходить на мировой рынок.

Модель добавленной стоимости берет свое начало в Японии, базой для нее служит культура этой страны. В ее основе лежат гармоничные и согласованные отношения между рабочими, управленцами и правительством. Такие отношения требуют создания корпоративной среды, корпоративных целей, а, следовательно, и мотивацию и стимуляцию всех работников предприятия.

Наконец модель управленческого поведения представляет собой разделение обязанностей между управляющими и владельцами предприятия. Модель управленческого поведения состоит из модели управленческой выгоды, модели управленческого благоразумия и агентскую модель. Все эти виды моделей были созданы на базе следующих предположений:

- и акционеры и управленцы пытаются, в первую очередь, максимизировать свою личную выгоду;
- интересы владельцев и акционеров противоречивы, следовательно, управляющие, пытаясь максимизировать свою прибыль, уменьшают выгоду владельцев.

Любое решение должно основываться на конкретных данных. Выбор конкретного стратегического варианта должен сопровождаться ясным обоснованием его использования.

Процесс принятия стратегического управленческого решения определенно связан с проблемами, которые возникают при планировании конкретных действий, касающихся производственно – хозяйственной деятельности предприятия. Когда руководитель не может четко определить проблему, может возникнуть ситуация, когда принимается одно решение, а реализуется совершенно другое. Для того, чтобы подобных ситуаций не возникало, руководству организации необходимо понимать сущность проблемы и уметь выявлять факторы, влияющие на процесс принятия решений.

Существуют и мнения о том, что стратегическое планирование — это набор действий, решений, принятых руководством, которые ведут к разработке специфических стратегий, предназначенных для достижения целей [7].

На наш взгляд, стратегическое планирование представляет собой определенные действия и решения, направленные и предназначенные для достижения поставленной стратегической цели. Процесс стратегического планирования – это инструмент для принятия управленческого решения.

Мы считаем, что стратегическое управление – это совокупность процессов, приемов разработки и реализации определенных стратегий предприятия для осуществления отложенного регулирования и своевременного реагирования на процессы изменения в организации, отвечающих требованиям внешнего окружения и составляющих конкурентное преимущество.

В последнее время наблюдается возрождение интереса к роли ресурсов компаний в качестве основания для построения организационной стратегии.

Мобильность, воспроизводимость ресурсов и способностей являются также одним из ключевых вопросов в стратегическом управлении современных предприятий.

Как правило, считается, что угроза для стратегии исходит из внешней среды компании в силу изменений в технологиях или в поведении конкурентов. Несмотря на то, что внешние изменения могут представлять проблему, гораздо более серьезная угроза часто таится именно

внутри организации.

Стратегическое управление предприятием взаимосвязано с управленческим учетом. Управленческий учет служит инструментом для достижения стратегических целей организации. Общая система управленческого учета должна непременно соответствовать стратегиям организации. В таком случае, система учета принесет максимальную пользу и обеспечит конкурентное преимущество. Место управленческого учета в стратегическом управлении предприятием показано на рисунке 1.



Рисунок 1 - Место управленческого учета в стратегическом управлении предприятием

В данной статье затронут только ряд проблем, связанных с организацией управленческого учета для целей принятия стратегических решений. Грамотное использование данных управленческого учета позволит топ-менеджерам высшего звена управления давать обоснованную оценку результатам деятельности предприятия, его перспектив на будущее и подверженность рискам. А достоверная и оперативная управленческая отчетность будет индикатором к принятию стратегических управленческих решений.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Никифорова Е.В., Мусин С.Л. Аналитический инструментальный управленческого учета повышения конкурентоспособности продукции // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. 2011. № 1. С. 250-254.
2. Боровицкая М.В. Роль управленческого учёта и отчётности в выборе стратегии деятельности организации. Вестник Самарского государственного университета путей сообщения. – Самара: Самарский гос. Ун-т путей сообщения. – Вып. 6 (18). – Том 1, 2009 – 195 с.
3. А. Апчерч. Управленческий учет: принципы и практика. – М.: Финансы и статистика, 2002 г.
4. <http://www.dis.ru/library/fm/archive/2005/3/4022/html>
5. Королева Н.И. Стратегический менеджмент учебное пособие / Н.И.Королева. –Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2007. – 138 с.
6. Хорин А.Н. Стратегический анализ: учебное пособие / А.Н. Хорин, В.Э. Керимов. – М.: Эксмо, 2006. – 288 с. – (Высшее образование).
7. Васильчук О.И. Использование данных управленческого учета при принятии управленческих решений // Карельский научный журнал. 2013. № 2. С. 8-10.
8. Вахтина М.А. Институционализм как отражение социокультурного подхода в экономике // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. 2005. № 11-2. С. 23-25.
9. Мамушкина Н.В. Внутренний аудит как эффективный метод управления организацией // Вестник НГИЭИ. 2013. № 1 (20). С. 48-63.
10. <http://www.grandars.ru/student/marketing/strategicheskoe-planirovanie.html#a1>
11. Никифорова Е.В., Бердникова Л.Ф., Авинова В.А. Содержание и источники информации стратегического анализа внешней и внутренней среды организации. Вектор науки Тольяттинского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2012. № 1. С. 79-81.
12. Васильчук О.И., Голиков О.И., Филатова Е.В.

Управленческий учет на предприятиях химической промышленности. Тольятти, 1999.

13. Вахтина М.А. Особенности российской экономической ментальности // Философия хозяйства. 2011. № 3. С. 158-166.

14. Никифорова Е.В., Шнайдер О.В. Бухгалтерская финансовая отчетность как основной источник инфор-

мации инвестиционной привлекательности. Вектор науки Тольяттинского государственного университета. 2013. № 1 (23). С. 217-219.

Статья публикуется при поддержке гранта РГНФ «Целевой конкурс по поддержке молодых ученых» (231-95-1539)

THE ROLE OF MANAGEMENT ACCOUNTING IN THE STRATEGY OF MANAGEMENT OF THE ENTERPRISE

© 2014

A.A. Kuznetsov, postgraduate student of the Department "Accounting, analysis, audit The Royal Institute of management, Economics and sociology, G. Korolev (Russia)

Annotation: the System of management accounting is individual for each company, its individuality comes from the nature of the enterprise, its structure and activity, based on what information necessary for making managerial decisions. Managerial information necessary for the systematization and analysis of detail and processing in making effective management decisions.

Keywords: management accounting, costs, company development strategy, systematization, cost minimization.

УДК 330.1

К ВОПРОСУ ВЗАИМОСВЯЗИ ОБЩИХ ФУНКЦИЙ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

© 2014

Е.Г. Локтионов, аспирант кафедры «Бухгалтерского учёта, анализа и аудита» Тольяттинский государственный университет, Тольятти (Россия)

Аннотация: На современном этапе развития экономики управление предприятием находит свое выражение в реализации определенных функций управления – направлениях управленческой деятельности, позволяющих в совокупности осуществлять управляющее воздействие и создавать необходимые условия для решения задач финансово-хозяйственной деятельности организации.

Ключевые слова: функции управления, принципы управления, взаимосвязи, эффективность, повышение показателей деятельности.

В фундаментальном смысле «управление» – это всеобщая человеческая деятельность, внутрипроизводственные отношения, которые представляют собой сложный комплекс устойчивых взаимосвязей и взаимодействий людей и коллективов в процессе управленческого воздействия при осуществлении финансово-хозяйственных процессов. Эти связи показаны на рисунке 1 и отражают совместный труд участников управления и производства.

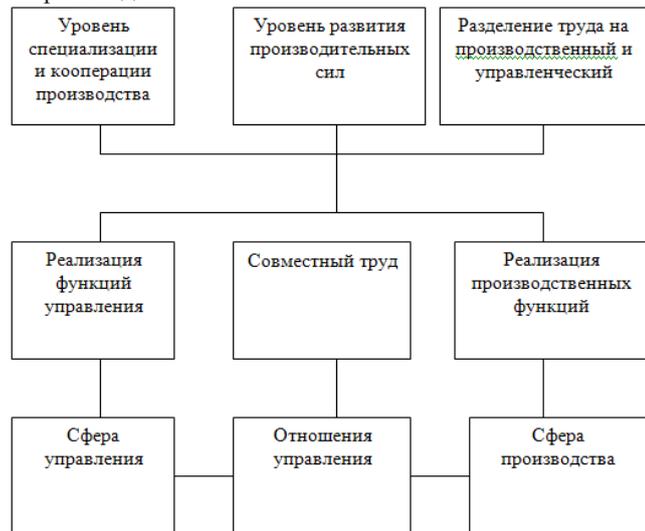


Рисунок 1 - Принципы отношений управления

Управление – это направление со стороны управляющего органа воздействие на объект управления с целью получения установленного результата, согласования и корректировки действий исполнителей. Оно включает предвидение, планирование, организацию, контроль и регулирование процессов исполнения работ [1, с.140].

Управление предприятием находит свое выражение в реализации определенных функций управления – направлениях управленческой деятельности, позволяющих

в совокупности осуществлять управляющее воздействие и создавать необходимые условия для решения задач финансово-хозяйственной деятельности организации.

Функция – широко распространенное и многозначное понятие. Функция (лат. *functio*) – это обязанность, круг деятельности, назначение, роль. Это понятие широко используется во всех областях знаний и во всех сферах деятельности.

В производственно-экономических системах понятие «функция» также широко применяется к системе в целом, объекту и субъекту управления, отдельным подсистемам и видам деятельности.

Наиболее распространена классификация, при которой к ним относятся функции планирования, организации, мотивации, координации, ревизии и контроля. Эти функции характерны для любого процесса управления, вне зависимости от особенностей той или иной организации (её размера, профиля, деятельности, формы собственности и т. д.) [2-7]. Взаимосвязь общих функций, иллюстрирующая содержание процесса управления, представлена на рисунке 2.

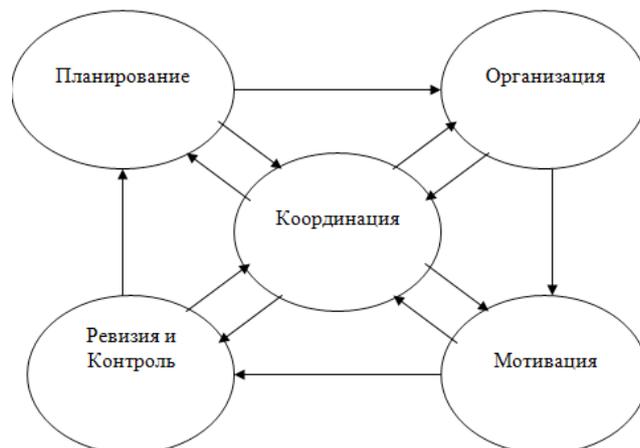


Рисунок 2 - Взаимосвязь общих функций управления