

АНАЛІТИЧНІ ІНСТРУМЕНТИ У СТРАТЕГІЧНОМУ ПЛАНУВАННІ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Обліково-аналітичне забезпечення стратегічного управління представляє собою інтегровану систему стратегічного обліку і стратегічного аналізу, що систематизує інформацію для обґрунтування бізнес-стратегії, координації напрямів стратегічного розвитку підприємства, системної оцінки ефективності реалізації оперативних і стратегічних управлінських рішень.

Метою обліково-аналітичного забезпечення формування стратегії розвитку має стати поєднання процедур стратегічного обліку і аналізу таким чином, щоб сформувані інформації наступного характеру: історичного, що узагальнює результати діяльності; аналітичного, що передують прийняттю обґрунтованих стратегічних управлінських рішень.

Згідно з національними положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку, облікова інформація являє собою інформацію про стан, структуру та рух майна організації і джерела його утворення, господарські процеси та результати фінансової та виробничо-господарської діяльності організації [5].

Відповідно до теорії аналізу господарської діяльності під аналітичною інформацією розуміють відомості про забезпеченість і використання ресурсів підприємства та ефективну організацію його процесів [2]. Аналітичні дані слугують основою для економічного обґрунтування тактичних та стратегічних управлінських рішень підприємства.

Формування аналітичної інформації відбувається на основі даних фінансового та управлінського обліку, а також інформації, отриманої з альтернативних джерел, серед яких найбільш розповсюдженими є:

- видання центральних та регіональних органів управління статистики України. У них наводяться середньогалузеві показники за окремими напрямками діяльності;
- періодичні офіційні видання державних органів та структур, видання Державної комісії з цінних паперів та фондового ринку, відомчі збірники, що містять інформацію про фінансові та економічні показники;
- офіційні сайти державних структур, комітетів та міністерств, на яких публікується річна фінансова звітність тощо [4, с. 235].

За джерелами надходження обліково-аналітична інформація поділяється на зовнішню та внутрішню. Своєю чергою, система зовнішніх інформаційних показників на чотири основні групи:

1. Показники, що характеризують загальноекономічний розвиток країни. Вони слугують основою здійснення моніторингу зовнішнього фінансово-економічного середовища функціонування підприємства при прийнятті стратегічних рішень. Формування системи показників цієї групи ґрунтується на даних, що публікуються органами державної статистики.

Показники, що входять до складу цієї групи, діляться на дві категорії: а) показника макроекономічного розвитку; б) показники галузевого розвитку.

2. Показники, що характеризують кон'юнктуру фінансового ринку. Формування системи показників цієї групи базується на публікаціях періодичних комерційних видань, фондової та валютної біржі, а також на відповідних електронних джерелах інформації.

Показники, що входять до складу цієї групи, діляться на три категорії: показники, що характеризують кон'юнктуру окремих сегментів фондового ринку; показники,

що характеризують кон'юнктуру окремих сегментів кредитного ринку; показники, що характеризують кон'юнктуру окремих сегментів валютного ринку.

3. Показники, що характеризують діяльність контрагентів і конкурентів. Ці показники формуються в розрізі таких блоків: «Банки»; «Страхові компанії»; «Інвестиційні компанії та фонди»; «Постачальники»; «Покупці»; «Конкуренти». Джерелами формування показників цієї групи є дані публічної фінансової звітності, відповідні рейтинги з основними результативними показниками діяльності («Банки», «Страхові компанії»), а також платні бізнес-довідки, що надаються окремими інформаційними компаніями.

4. Нормативно-регулюючі показники. Джерелами формування показників цієї групи є нормативно-правові акти, прийняті різними органами державного управління [3].

Система внутрішніх інформаційних показників формування стратегії розвитку підприємства поділяється на три групи.

1. Показники фінансової звітності підприємства, що широко використовується як зовнішніми, так і внутрішніми користувачами. Вони застосовуються в процесі фінансового та стратегічного аналізу, планування, розробки стратегії і надають найбільш агреговане уявлення про результати фінансово-господарської діяльності підприємства.

2. Показники управлінського обліку підприємства. Вони відображають інформацію про обсяги діяльності, суму і склад витрат та доходів тощо. Ці показники формуються зазвичай за такими блоками: в розрізі видів діяльності підприємства; в розрізі сегментів ринку та груп клієнтів; в розрізі центрів відповідальності (центрів витрат, доходу, прибутку та інвестицій).

3. Нормативно-планові показники пов'язані з фінансовим розвитком підприємства. Вони формуються безпосередньо на підприємстві за такими двома блоками: внутрішні нормативи, що регулюють фінансово-економічний розвиток підприємства (наприклад, нормативи використання окремих видів ресурсів, нормативи співвідношення окремих видів активів і структури капіталу, нормативна питома вага використання витрат); система планових показників фінансово-економічного розвитку підприємства, до складу яких включається сукупність показників операційних та фінансових бюджетів усіх видів [3].

Специфіка стратегічного аналізу на відміну від ретроспективного аналізу полягає у тому, що досить часто достовірної інформації просто немає і доводиться розробляти декілька сценаріїв для найімовірніших варіантів розвитку подій у майбутньому.

Список використаних джерел

1. Безродна Т. М. Обліково-аналітичне забезпечення управління підприємством: визначення сутності поняття [Електронний ресурс]. - Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/VSUNU/2008_10_2/bezrpdf.
2. Довбенко В. І. Обліково-аналітичне забезпечення розвитку підприємства [Електронний ресурс]. - Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/Vnulp/Menegment/2009_647/09.pdf.
3. Зенкина И. В. Учетно-аналитическое обеспечение стратегического управления коммерческой организации [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://www.auditfin.com/fin/2009/2/Zenkina/Zenkina%20.pdf>.
4. Кіндрацька Г. І. Стратегічний менеджмент: навч. посібник/ Г. І. Кіндрацька [2-ге вид., перероб. і доп.] - Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2010. - 406 с.
5. Радченко О. Д. Обліково-аналітичне забезпечення управління фінансами малих підприємств [Електронний ресурс]. - Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/en_oif/2008_5_2/zbirnuk_169.pdf.
6. Редченко К. І. Стратегічний аналіз у бізнесі: навчальний посібник / К. І. Редченко. - Львів: «Новий світ» - 2000, 2003 - 272 с.