

Екатерина Новохацкая
Калужский филиал ФГОУ ВО "Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации"
Калуга, Россия

ВЗАИМОСВЯЗЬ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА И МАРКЕТИНГОВОГО АНАЛИЗА

***Аннотация.** Статья посвящена вопросам взаимодействия стратегического управленческого учета и маркетингового анализа, а также использования информации, полученной в результате анализа, для составления бюджетов организации. Раскрываются понятия, цели и задачи указанных систем. Результаты исследования подтверждают необходимость использования анализа и планирования для принятия стратегических решений на долгосрочную перспективу для эффективного управления организацией.*

***Ключевые слова:** стратегический управленческий учет, маркетинговый анализ, бюджет продаж, процесс бюджетирования, планирование.*

В условиях рыночной экономики организация нуждается в решении задач управления на новом уровне. Использование традиционных инструментов бухгалтерского и управленческого учета не позволяет в полной мере обосновывать то или иное управленческое решение, имеющее для организации долгосрочное стратегическое значение. Таким образом, подтверждается актуальность формирования в учетно-аналитическом контуре организации подсистемы стратегического управленческого учета, позволяющего осуществлять планирование, анализ и контроль деятельности организации на пути к достижению стратегических целей, а также своевременно корректировать стратегию при выявлении отклонений от намеченных целей либо осуществлять их пересмотр при диагностировании невозможности достижения в изменившихся условиях внешней среды.

В данной статье под стратегическим управленческим учетом понимается комплексное направление управленческого учета, нацеленное на предоставлении информации, необходимой для оценки и анализа внутреннего состояния организации и ее внешней среды с целью принятия стратегически важных решений руководителями организации.

Целью стратегического учета является предоставление высшему звену руководства информации о состоянии внутренней и внешней

среды организации для определения видения и миссии организации, стратегических целей, разработки стратегии на долгосрочную перспективу, а также для контроля за выполнением стратегии. Поэтому эффективная деятельность организации невозможна без четкой организации маркетингового анализа, в результате которого создается информационная база для разработки планов и выбора наиболее целесообразных управленческих решений [5].

Под маркетинговым анализом понимается система комплексного исследования организации производства и сбыта продукции, работ, услуг, ориентированных на удовлетворение потребностей конкретных потребителей, с целью получения прибыли на основе использования различных аналитических инструментов изучения и прогнозирования рынка.

Роль системы маркетингового анализа состоит в том, чтобы собрать всю финансовую информацию, показать движение средств, финансовых ресурсов, счетов и активов организации в максимально универсальной и сопоставимой форме, и затем представить соответствующие показатели хозяйственной деятельности в наиболее приемлемом виде для принятия эффективных управленческих решений - в бюджетах организации.

Бюджет - это количественный план в денежном выражении, подготовленный и принятый до определенного периода времени, обычно показывает величину дохода, которая должна быть достигнута и (или) расходы, которые должны быть понесены в течение указанного периода и капитал, который необходимо привлечь для достижения данной цели.

Стратегическое управленческое планирование находится в тесной взаимосвязи с бюджетом продаж. Он содержит информацию о части финансово-экономических показателях, характеризующих эффективность бизнес-процесса «Продажи». На основе бюджета продаж определяются данные для составления остальных бюджетов. Составление главного бюджета организации начинается с прогнозирования (в физическом и стоимостном выражении) объема продаж на предстоящий бюджетный период. Рассчитаем среднюю цену продукции с учетом наращивания денежной массы по формуле:

$$P(1+i)^n,$$

где P - первоначальная сумма, i - годовая ставка %, n - число лет. Предположим, что годовая ставка процентов составляет 10%.

Таблица 1

Пример формата бюджета продаж

Статьи бюджета	2015г.	2016г.	2017г.	2018г.	2019г.	2020г.
Объем продаж (шт.)						
Объем продаж по группе 1	5 230	5 450	5 523	5 580	5 610	5 625
Объем продаж по группе 2	8 820	8 836	8 875	8 880	8 915	8 920
Средняя цена продукции (т.р.)						
Средняя цена по группе 1	1 095	1204,5	1457,45	1939,87	2840,16	4574,11
Средняя цена по группе 2	872	959,2	1160,63	1544,8	2261,74	3642,56
Выручка от реализации (т.р.)						
Выручка от реализации по группе 1	5726850	6564525	8049496,3	10824474,6	15933297,6	25729368,75
Выручка от реализации по группе 2	7691040	8475491,2	10300591,25	13717824	19895962,1	32491635,2
Итого выручка (т.р.)	13417890	15010016,2	18350087,55	24542298,6	35829259,7	58221003,95

Главное отличие такого формата отчета от обычного бюджета является в том, что он составляется на долгосрочный период (от 5 лет

и более). Поэтому при его расчете необходимо учитывать не только дисконтирование денежной массы, но и различные риски, которые могут повлиять на рассчитываемые показатели в будущем. Среди них можно выделить такие риски: внешнеэкономический - может возникнуть в процессе взаимодействия с зарубежными партнерами по бизнесу; валютный - риск убытков вследствие неблагоприятного изменения курсов иностранных валют; налоговый - это возможность понести финансовые и иные потери, связанные с уплатой налогов или вероятность доначисления налогов, пеней, штрафов и другие риски.

Представленный бюджет позволяет решить следующие перспективные задачи: планирование стратегических операций - помогает контролировать производственную ситуацию, без плана управляющий как правило реагирует на обстановку, вместо того, чтобы ее контролировать; координирование различных видов деятельности и подразделений организации; стимулирование - наличие в бюджете показателей, определенных для центров ответственности, побуждает (стимулирует) руководителей к достижению целей их центров ответственности и, следовательно, целей всей организации; оценка - сравнение фактических и бюджетных данных является главным фактором оценки деятельности каждого центра ответственности и его руководителя; контроль текущей дисциплины. Бюджет является главной основой для оценки выполнения плана, которая дает возможность определения отклонений фактических показателей от запланированных. В дальнейшем это позволяет оперативно выявлять и анализировать причины отклонений и принимать необходимые меры по их устранению.

Необходимость адекватного и своевременного выполнения участниками регламентированных функций и обеспечения их эффективного взаимодействия обуславливают создание автоматизированной системы бюджетирования. В настоящее время на рынке уже существуют подобные системы, которые можно условно разделить на две группы:

- программно-методические разработки, состоящие из набора шаблонов для MS Excel;
- специализированное программное обеспечение («1С:финансовое планирование», «ИНТАЛЕВ: Корпоративные финансы» и др.).

К сожалению, не все сейчас понимают важность бюджетирования, а, если и понимают, то во многих организациях

просто нет квалифицированных специалистов по разработке бюджетов, или же не хватает денежных средств. Но не стоит забывать, что бюджет - это большее, чем счет денег. Он является планом деятельности организации, играет мотивирующую роль в ведении бизнеса, стимулирует стремление к выполнению доходной части финансового плана, активизирует процесс осмысления и переосмысление бизнеса и постановки задач.

Подводя итог, можно сказать, что на основе результатов маркетингового анализа разрабатываются и обосновываются стратегические управленческие решения. Данный анализ предшествует решениям и действиям, обосновывает их и является основой научного управления производством, обеспечивает его объективность и эффективность. Утверждение бюджетов на основе анализа для организации представляет собой принятие решений, которые обеспечивают развитие производства в будущем планируемом отрезке времени. Таким образом, маркетинговый анализ занимает важное место в системе управления организацией, а его связь с бюджетированием предоставляет организации эффективный инструмент управления.

Литература

1. Виханский О.С. Стратегическое управление. / М.: Гардарики, 2014. - 569с.
 2. Данько Т. П. Управление маркетингом: Учебник / Т.П. Данько. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: ИНФРА-М, 2013. - 363 с.
 3. Казакова Н. А. Маркетинговый анализ: Учебное пособие / Н.А. Казакова. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 240 с.
 4. Канаева, Л.А. Формирование системы стратегического управленческого учета [Текст]// Управленческий учет и финансы.- 2013.- №3. - с.198
 5. Керимов В. Э. Стратегический учет [Текст]: Учеб. пособие / под. ред. В. Э. Керимова. - М.: Омега-Л, 2014. - 168 с.
- Шеремет А. Д. Управленческий учет: Учебник / А.Д. Шеремет, О.Е. Николаева, С.И. Полякова. Под ред. А.Д. Шеремета. - 4-е изд., перераб. и доп. - М.: ИНФРА-М, 2013. - 429 с.

УДК 65.012

Тетяна Лугова, Анастасія Городніченко
Одеський національний політехнічний університет
Одеса, Україна

ВИДОВИЙ СКЛАД ДОКУМЕНТІВ НА СТАДІЯХ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ ПРОЕКТУ У СФЕРІ PROJECT MANAGEMENT

В статті розглянуто основні етапи життєвого циклу проектів у сфері Project Management, а також проаналізовано видовий склад документів, що супроводжують реалізацію проекту протягом всього життєвого циклу.

Ключові слова: проект, життєвий цикл проекту, стадії проекту, документ, видовий склад документів.

В статье рассмотрены основные этапы жизненного цикла проектов в сфере Project Management, а также проанализирован видовой состав документов, сопровождающих реализацию проекта в течение всего жизненного цикла.

Ключевые слова: проект, жизненный цикл проекта, стадии проекта, документ, видовой состав документов.

The article describes the main stages of the life cycle in the field of Project Management of projects, as well as analyzed the species composition of the documents accompanying the project throughout the life cycle.

Keywords: project, project life cycle, stage of project, document, document the species composition.

На сучасному етапі розвитку Україна у відповідь на глобальні виклики світової фінансової та економічної кризи вступила на модернізований шлях, який вимагає якнайшвидшого впровадження передової техніки, сучасних технологій і методів управління в усіх сферах життя суспільства і держави. Провідна роль в модернізації належить проектній діяльності. Людство безперервно проходить однієї ті ж етапи проектування: задум, планування, впровадження, контроль та завершення. При цьому кожна стадія УП відповідає певному набору документів, що забезпечують правову, фінансову, кадрову, інформаційну та іншу підтримку заходів. Незважаючи на важливість проектного способу виконання певних завдань як для держави, так і для підприємницького середовища, система документаційного забезпечення проектного менеджменту не розроблена, на даний момент немає остаточного набору документів, що спроможний