

ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МАРКЕТИНГОВОГО АУДИТУ В СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ

Сучасні тенденції активізації євроінтеграційних процесів та реалізація парадигми підвищення рівня конкурентоспроможності вітчизняного виробництва нерозривно пов'язана із аграрним сектором, який сьогодні набуває статус пріоритетного та формує потужний експортний потенціал валютних надходжень, вкрай необхідних для стабілізації національної економіки. За таких умов найважливішою площиною діяльності аграрних формувань постає маркетинговий аудит внутрішнього і зовнішнього ринку, який створює необхідні передумови підвищення результативності збутової і управлінської діяльності аграрних формувань. Становлення ефективної системи маркетингового аудиту на підприємствах неможливо без організації відповідного обліково-аналітичного забезпечення, яке формує домінуючий базис для прийняття і реалізації стратегічних управлінських рішень.

Головним завданням системи бухгалтерського обліку є збір, реєстрація та акумулювання аналітичних даних про фактичне становище найважливіших для аграрних формувань об'єктів управління: активів та джерел їх фінансування, розрахунків, фінансових результатів, майна тощо. Метою такого процесу, який у практиці господарювання характеризується як «обліково-аналітичне забезпечення», є своєчасне та повне задоволення системи менеджменту у необхідній інформації для прийняття виважених управлінських рішень [1]. Касич А.О. комплекс дій з організаційно-аналітичного забезпечення розглядає як комплекс поетапних дій, що включає: на I етапі – збір, реєстрацію, накопичення інформації; на II етапі – узагальнення інформації; на III етапі – аналітична обробка облікової інформації [3].

Більшість сучасних вчених мають спільну думку, що система обліково-аналітичного забезпечення не обмежується рамками збору та надання облікової інформації для управлінського процесу. Пархоменко О.В. до складу цієї системи як невід'ємний елемент відносить аудит [5]. Кірейцев Г.Г. до складу обліково-аналітичного забезпечення додає сукупність методів аналітичної обробки інформації та персонал, що виконує аналітичні завдання [4]. Інші вчені систему обліково-аналітичного забезпечення пропонують доповнити організаційним, методичним, технічним та програмним забезпеченням [2].

Погоджуючись із загальним визначенням сутності та набором складових системи обліково-аналітичного забезпечення, що запропоновані науковцями, вважаємо доцільним звернути увагу на принциповий аспект господарської діяльності будь-якої бізнес-структури, яка накладає відбиток на всі компоненти і методи обліку, аналізу і аудиту – стратегічний вектор розвитку. Вся інформація, яка міститься в обліково-аналітичних потоках, має бути орієнтована на досягнення генеральної мети функціонування аграрного формування у довгостроковій перспективі.

За таких умов обліково-аналітичне забезпечення в сучасних реаліях системно доповнюється аналітичною складовою, яка містить сукупність індикаторів розвитку суб'єкта господарювання, що необхідні для розробки ефективної стратегії функціонування підприємства в довгостроковій перспективі. Проміжний етап

оцінювання ступеня виконання поставних стратегічних завдань в аграрних формуваннях покликаний забезпечити аудит та система зовнішнього і внутрішнього контролю. Динамічні зміни, які сьогодні відбуваються у зовнішньому та внутрішньому середовищі господарського управління, зміщують головні акценти та змінюють кінцеві результативні показники діяльності аграрних підприємств. Прибуток, як головний критерій та результат функціонування підприємства, поступово доповнюється іншими результативними параметрами. Ресурсно-функціональний методичний підхід до управління господарською діяльністю в умовах ринку об'єктивно доповнюється вартісними концепціями фінансового менеджменту, за яких базовим орієнтиром виступає не розмір отриманого чистого прибутку, а процеси капіталізації підприємства, вартість бізнесу в цілому як готового об'єкта купівлі-продажу на ринку діючих бізнес-проектів. У відповідності з цим, відповідних змін набуває й система обліково-аналітичного забезпечення аграрних формувань, яка покликана надавати інформацію про всі аспекти діяльності підприємства, які впливають на вартісну оцінку аграрного бізнесу.

Динамічні зміни внутрішнього та зовнішнього ринкового середовища діяльності аграрних формувань висувають нові вимоги до системи обліково-аналітичного забезпечення системи управління. За умов активного аграрного ринку головним завданням системи обліково-аналітичного забезпечення маркетингового аудиту постає надання оперативної та достовірної аналітичної інформації про основні елементи ринкового оточення. В розрізі складових маркетингового середовища функціонування аграрних формувань система обліково-аналітичного забезпечення маркетингового аудиту спрямована на проведення поглибленої аналітичної оцінки у розрізі основних напрямів: аудит макросередовища, аудит мікросередовища, аудит організації маркетингу на підприємстві (рис. 1).

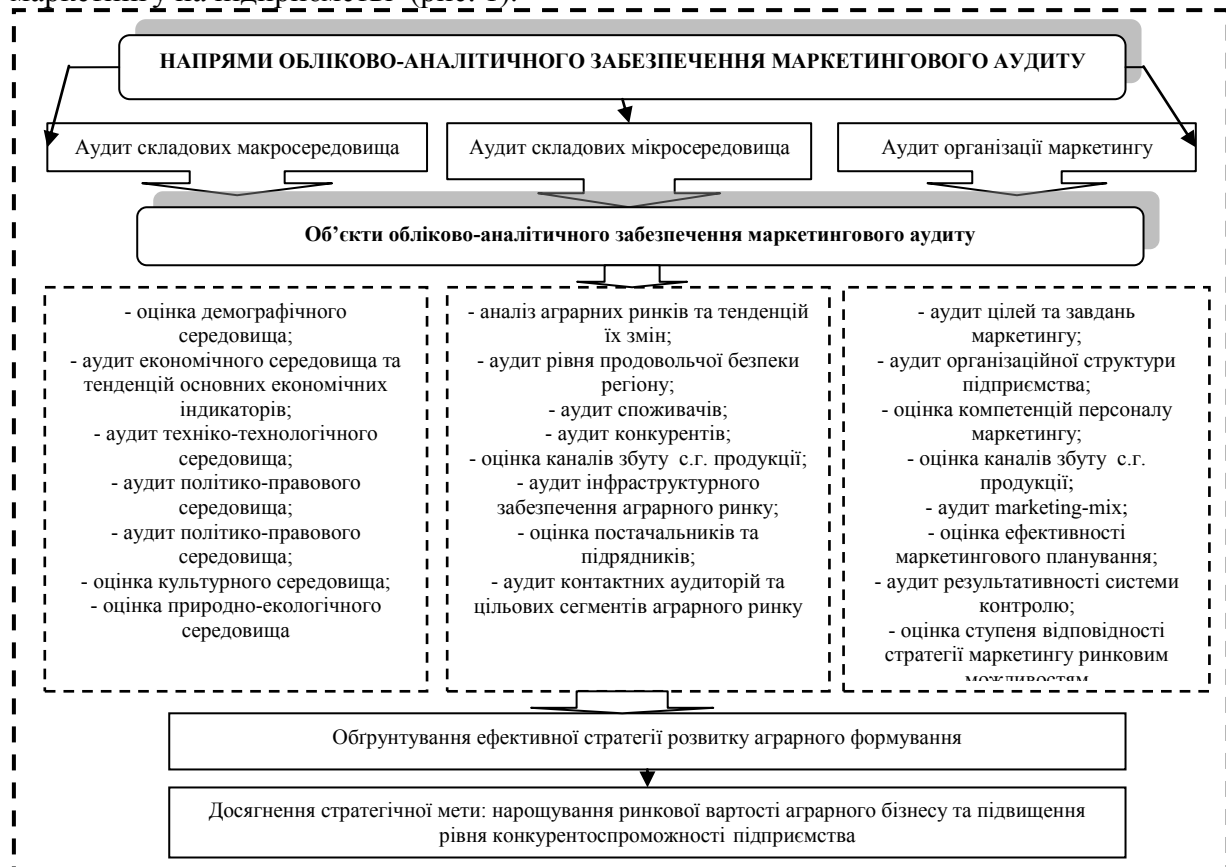


Рис. 1. Напрями обліково-аналітичного забезпечення маркетингового аудиту аграрних формувань

Доповнення науково-методичних засад організації обліково-аналітичного забезпечення маркетингового аудиту неможливе без визначення основних його функцій, що розкривають гносеологічний зміст та функціональну спрямованість такого процесу. Систематизація поглядів науковців та врахування специфіки функціонування підприємств аграрного сектору дозволили доповнити основні функції системи обліково-аналітичного забезпечення у сфері маркетингового аудиту та представити їх у наступній компліментарності:

1) інформаційна – надання своєчасної, повної та достовірної інформації, яка необхідна керівництву аграрних формувань для вирішення головних завдань маркетингової діяльності та задоволення потреб у інформаційних потоках зовнішніх і внутрішніх користувачів;

2) облікова – повне та неупереджене відображення всіх аспектів маркетингової діяльності та функціонально пов'язаних з нею господарських операцій у первинній та консолідованій звітності аграрних бізнес-структур;

3) контрольна – перевірка правильності ведення господарської діяльності та реєстрації її фактів у первинних та зведених інформаційно-облікових носіях;

4) аналітична – всебічна та комплексна аналітична оцінка всіх аспектів маркетингової діяльності підприємства на основі використання повної та неупередженої облікової інформації;

5) прогнозна – визначення перспектив розвитку та потенційних можливостей функціонування аграрного формування в певному сегменті аграрного ринку;

6) стратегічна – розробка та реалізація ефективної маркетингової стратегії розвитку аграрних формувань;

7) превентивна – надання повної та своєчасної інформації про стан зовнішнього та внутрішнього маркетингового середовища, що є необхідною передумовою для прийняття комплексу заходів, які носять превентивний характер та формують захисний механізм сільськогосподарських підприємств від реальних або латентних ризиків і загроз аграрного ринку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Волошук Л.О. Обліково-аналітичне забезпечення управління інноваційним розвитком підприємства / Л.О. Волошук // Праці Одеського політехнічного університету. – 2011. – Вип. 2(36). – С. 329-333.

2. Гудзинський О.Д. Теоретичні аспекти формування обліково-аналітичного механізму менеджменту / Гудзинський О.Д., Кірейцев Г.Г., Пахомова Т.М. // Облік і фінанси АПК. – 2008. - № 3. - С. 89 – 93.

3. Касич А.О. Науково-методичні основи обліково-аналітичного забезпечення управління прибутком підприємства / А.О. Касич, Р.М. Циган, О.І. Карабан // Проблеми економіки. – 2013. - № 1. – С. 191-196.

4. Кірейцев Г.Г. Розвиток бухгалтерського обліку: теорія, професія, міжпредметні зв'язки [монографія] / Г.Г.Кірейцев. – Житомир: ЖДТУ, 2007. – 236 с.

5. Пархоменко О.В. Інформаційно-аналітичне забезпечення процесу прийняття рішень в системі науково-технічної інформації: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.02.02 “Економіка та управління науково-технічним прогресом” / О.В. Пархоменко. – Київ, 2006. – 24 с.