

Руслан БРУХАНСЬКИЙ

д.е.н., професор,
завідувач кафедри обліку та економіко-правового
забезпечення агропромислового бізнесу
Західноукраїнський національний університет

ДОЦІЛЬНІСТЬ ОДНОЧАСНОГО ЗАСТОСУВАННЯ ДЕКІЛЬКОХ МЕТОДІВ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ

Стратегічна векторизація управлінського обліку дозволяє виділити широкий спектр інструментів: Activity based costing (калькулювання на основі діяльності); Competitor cost assessment (оцінка конкурентних витрат); Attribute costing (атрибутивне калькулювання); Brand value budgeting (бюджетування вартості бренда); Benchmarking (бенчмаркінг); Brand value monitoring (моніторинг вартості бренда); Competitive position monitoring (моніторинг конкурентних позицій); Competitor performance (оцінка стану конкурентів); Life cycle costing (калькулювання на основі життєвого циклу виробу); Environmental Management Accounting (управлінський облік навколишнього середовища); Customer accounting (облік споживачів); Strategic costing (стратегічне калькулювання); Quality costing (калькулювання на основі якості); Strategic pricing (стратегічне ціноутворення); Target costing (таргет-калькулювання); Value chain costing (калькулювання на основі лан-цюжків вартості) та ін.

Враховуючи той факт, що на рівні підприємства або стратегічної бізнес-одиниці має бути здійснений вибір методу стратегічного управлінського обліку, одночасне комплексне використання всіх методів є неможливим як з позиції економічної доцільності, так і через відсутність такої потреби на рівні суб'єктів прийняття стратегічних управлінських рішень. Це пов'язано з тим, що значна кількість методів частково збігається, що передбачає дослідження одних і тих же аспектів функціонування внутрішнього і зовнішнього середовищ підприємства, проте дещо під іншим кутом зору, в різних розрізах надаючи інформацію стратегічного характеру. До того ж існуючі методи значно відрізняються між собою за обсягом охоплення явищ, наприклад, система збалансованих показників (Balanced Scorecard) охоплює діяльність підприємства загалом, а управлінський облік брендів (Brand Management Accounting) стосується лише торговельних марок підприємства.

Потребує обґрунтування доцільність одночасного застосування декількох методів стратегічного управлінського обліку. Зокрема, варто з'ясувати, чи не буде заважати одночасне їх використання на підприємстві ефективності функціонування системи стратегічного менеджменту через переважання суб'єктів прийняття рішень зайвою обліковою інформацією стратегічного характеру.

Відповідь на це запитання спробували дати хорватські науковці Б. Рамляк та А. Рогошіч, дослідивши діяльність 400 найбільших хорватських компаній. Автори висунули наукову гіпотезу, що синергетичний ефект від реалізації різних методів стратегічного управлінського обліку має позитивний вплив на управління витратами та їх зменшення. За результатами дослідження [1, с. 99], дана гіпотеза була підтверджена, зокрема було емпірично доведено, що існує позитивний синергетичний ефект у результаті одночасного застосування декількох методів стратегічного управлінського обліку, виникає краще розуміння діяльності з позиції стратегічних перспектив, підвищується ефективність стратегічного контролю витрат.

Таким чином, на підприємстві одночасно можуть використовуватись декілька методів стратегічного управлінського обліку за умови, якщо вони охоплюють різні етапи побудови, реалізації або контролю виконання стратегії. Однак, остаточне рішення щодо доцільності застосування одного або декількох методів стратегічного управлінського обліку має бути прийняте не на рівні бухгалтерської служби, а вищим керівництвом підприємства.

Список використаних джерел

1. Ramljak Br., Rogošić A. Strategic Management Accounting Practices in Croatia. The Journal of International Management Studies. 2012. Vol. 7, No 2, October. P. 93-100.