

- 4. Кондо Й.** Управление качеством в масштабах компании: становление и этапы развития / Й. Кондо / Пер. с англ. Е. П. Маркова, к. т. н. И. Н. Рыбаков; Науч. ред. к. т. н. А. В. Глазунов, д. т. н. В. А. Лапидус, к. т. н. М. Е. Серов. – К. : Издательский дом «АДЕФ-Украина», 2007. – 256 с.
- 5. Конти Т.** Качество: упущенная возможность? / Т. Конти / Пер. с итал. В. Н. Загребельного. – М. : РИА «Стандарты и качество», 2007. – 216 с.
- 6.** Корпорация в системе общественного производства: монография / Л. И. Дмитриченко, Т. С. Чунихина, Л. А. Дмитриченко, А. Н. Химченко. – Донецк : ООО «Східний видавничий дім», 2010. – 220 с.
- 7. Момот А. И.** Экономический механизм управления качеством / А. И. Момот / Донецкий национальный технический университет. – Донецк: Норд-Пресс, 2005. – 384 с.
- 8. Окрепилов В. В.** Всеобщее управление качеством: учебник / В. В. Окрепилов. – СПб. : Изд-во СПб УЭФ, 1996. – 454 с. Кн. 1.
- 9. Фейгенбаум А.** Контроль качества продукции / А. Фейгенбаум / Сокр. пер. с англ. – М. : Экономика, 1986. – 471 с.
- 10. Фомичев С. К.** Основы управления качеством: учебное пособие / С. К. Фомичев, А. А. Старостина, Н. И. Скрябина / Межрегиональная академия управления персоналом. – К. : МАУП, 2000. – 194 с.
- 11. Шаповал М. І.** Менеджмент якості : підручник / М. І. Шаповал. – 3-тє вид., випр. і доп. – К. : Т-во «Знання», КОО, 2007. – 471 с.

REFERENCES

Adler, Yu. P., and Shchepetova, S. E. *Sistema ekonomiki* [The system of economy]. Moscow: Standarty i kachestvo, 2005.

Dolzanskiy, A. M., Ocheretna, N. M., and Lomov, I. M. *Sistemy upravlinnia yakistiu* [Quality Management Systems]. Dnipropetrovsk: Svidler A. L., 2009.

Dmitrichenko, L. I. and others. *Korporatsiya v systeme obshchestvennogo proyzvodstva* [Corporation in the system of social production]. Donetsk: Skhidnyi vydavnychiy dim, 2010.

Feygenbaum, A. *Kontrol kachestva produktsii* [Production quality control]. Moscow: Ekonomika, 1986.

Fomichev, S. K., Starostina, A. A., and Skriabina, N. I. *Osnovy upravleniia kachestvom* [Fundamentals of Quality Management]. Kyiv: MAUP, 2000.

Kalita, P. Ya. *Glavnoe zveno. Delovaia lirika i publitsistika* [The main link. Business poetry and journalism]. Kyiv: Ukrainkaia assotsiatsiia kachestva, 2011.

Kondo, Y. *Upravlenie kachestvom v mashtabakh kompanii: stanovlenie i etapy razvitiia* [Quality management across the enterprise: the emergence and development stages]. Kyiv: ADEF-Ukraina, 2007.

Konti, T. *Kachestvo: upushchennaia vozmozhnost?* [Quality: a missed opportunity?]. Moscow: Standarty i kachestvo, 2007.

Momot, A. I. *Ekonomicheskii mekhanizm upravleniia kachestvom* [The economic mechanism of quality control]. Donetsk: Nord-Press, 2005.

Okrepirov, V. V. *Vseobshchee upravlenie kachestvom* [Total Quality Management]. St. Petersburg: SPb UEF, 1996.

Shapoval, M. I. *Menedzhment yakosti* [Quality Management]. Kyiv: Znannia; KOO, 2007.

УДК 657.006

ОРГАНІЗАЦІЯ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ДІЛОВОЮ РЕПУТАЦІЄЮ ПІДПРИЄМСТВА

ШКРОМИДА В. В.

УДК 657.006

Шкромид В. В. Організація управлінського обліку в системі управління діловою репутацією підприємства

Обґрунтовано необхідність процесу управління діловою репутацією підприємства в сучасних умовах ведення бізнесу, визначено важливість його інформаційного забезпечення та необхідність в організації управлінського обліку на підприємстві відповідно до потреб менеджменту. Наведено особливості організації управлінського обліку в контексті формування інформаційної бази для прийняття рішень щодо збереження та покращення ділової репутації господарюючого суб'єкта та визначено можливі варіанти його інтеграції з фінансовим обліком.

Ключові слова: управлінський облік, ділова репутація, бізнес, менеджмент.

Бібл.: 8.

Шкромид Виталій Васильович – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри обліку і аудиту, Прикарпатський національний університет ім. В. Стефаника (вул. Шевченка, 57, Івано-Франківськ, 76018, Україна)

E-mail: secco@i.ua

УДК 657.006

Шкромид В. В. Организация управленческого учета в системе управления деловой репутацией предприятия

Обоснована необхідність процесу управління деловой репутацией предприятия в современных условиях ведения бизнеса, определена важность его информационного обеспечения и необходимость в организации управленческого учета на предприятии в соответствии с потребностями менеджмента. Приведены особенности организации управленческого учета в контексте формирования информационной базы для принятия решений относительно сохранения и улучшения деловой репутации хозяйствующего субъекта и определены возможные варианты его интеграции с финансовым учетом.

Ключевые слова: управленческий учет, деловая репутация, бизнес, менеджмент.

Библ.: 8.

Шкромид Виталий Васильевич – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры учета и аудита, Прикарпатский национальный университет им. В. Стефаника (ул. Шевченко, 57, Ивано-Франковск, 76018, Украина)

E-mail: secco@i.ua

UDC 657.006

Shkromyda V. V. Organisation of Management Accounting in the System of Management of Business Reputation of a Company

The article justifies a necessity of the process of management of business reputation of a company under modern conditions of conduct of business, identifies importance of its information provision and a necessity in organisation of management accounting in a company in accordance with management requirements. It presents specific features of organisation of management accounting in the context of formation of the information base for making decisions with respect to preservation and improvement of business reputation of an economic subject and identifies possible variants of its integration with financial accounting.

Key words: management accounting, business reputation, business, management.

Bibl.: 8.

Shkromyda Vitalij V. – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Associate Professor of Accounting and Audit, Precarpathian National University named after V. Stefanyk (vul. Shevchenka, 57, Ivano-Frankivsk, 76018, Ukraine)

E-mail: secco@i.ua

У період перенасичення ринків різного роду товарами (роботами, послугами) передумовою збереження і нарощення обсягів збуту власної продукції є висока її якість, доступна ціна, корисність, гарантійне і сервісне обслуговування, а також ділові якості підприємства-виробника, такі як позитивний імідж та бездоганна репутація. Неодноразово доведено, що вибір потенційного споживача часто ґрунтується на визнанні торгової марки, рекомендаціях третіх осіб, порядності та уявленнях про компанію. Іншими словами, у сучасних умовах ведення бізнесу ділова репутація підприємства все більше набуває фінансового і стратегічного значення, оскільки впливає на результати господарювання та перспективи розвитку.

Враховуючи багатогранність сутності ділової репутації підприємства, вважаємо, що вказаний нематеріальний актив є специфічний і характеризується непрямим формою контролю та управління. Відсутність можливості відчуження від підприємства і передачі іншим суб'єктам підприємництва, складність формування думок заінтересованих сторін та опосередкованого впливу на їх зміну, суперечливість оціночних та аналітичних процедур перешкоджають формуванню дієвого механізму управління діловою репутацією підприємства. Однак повна відмова від оцінювання репутації фірми та моніторингу її змін у динаміці унеможливує зміцнення і нарощення конкурентоспроможності суб'єкта господарювання, що в довгостроковому періоді є загрозою для сталого його функціонування.

З таких міркувань важливим завданням керівництва сучасних підприємств є розробка і прийняття ефективних управлінських рішень у напрямку формування позитивного іміджу та бездоганної ділової репутації. Визначено, для досягнення останніх існує ряд новітніх бізнес-технологій, використання яких потребують належного інформаційного забезпечення. Збір, обробка і систематизація необхідних даних передбачають чітку організацію управлінського обліку на підприємстві відповідно до потреб керівництва суб'єкта господарювання.

Проведений огляд наукових праць і публікацій свідчить, що питаннями формування і управління діловою репутацією підприємства як на теоретичному, так і на практичному рівнях займалися ряд вітчизняних і зарубіжних вчених, серед яких можна віднести Василенка О. В., Даулінга Г., Горіна С. В., Корінська М. Д., Мниха Є. В. та ін. Спільною рисою більшості зарубіжних досліджень є складність адаптації їх результатів до вітчизняних умов господарювання, які характеризуються відсутністю розвинених фондових ринків, нестабільністю законодавства, динамічністю ринкової кон'юнктури тощо. Наукові напрацювання вітчизняних вчених-економістів свідчать про новизну об'єкта дослідження, де існують розбіжності поглядів щодо сутності ділової репутації підприємства, її наповнення, факторів формування, методів оцінки та ін. Поряд з цим, упущено проблематику обліково-інформаційного забезпечення системи прийняття рішень у напрямку збереження і покращення ділової репутації підприємства.

Внаслідок проведених досліджень встановлено, що в ході ведення бізнесу об'єктивно і достовірно оці-

нити ділову репутацію підприємства є досить складно. У теорії і на практиці існують ряд способів і методів оцінювання величини ділової репутації фірми. Їх умовно можна поділити на кількісні та якісні, які одночасно мають властиві їм як переваги, так і недоліки. Крім того, доведено: результати використання декількох методів оцінювання одночасно свідчать про значну варіацію між ними, а отже суперечать один одному. Тобто це є підставою для пошуку науково доведених і практично обґрунтованих методик оцінювання, які б підсилили систему прийняття рішень у заданому напрямку.

Встановлено, що результативність та ефективність системи управління на підприємстві залежить від низки чинників, зокрема достовірності, повноти охоплення та своєчасності інформаційного забезпечення. Невід'ємною складовою в цьому аспекті є облікова інформація, яка ґрунтується на фактах, що відбулись, і супроводжується документальним оформленням. У той самий час процес збору облікових даних, їх обробку та систематизацію можна налаштувати відповідно до потреб менеджменту.

У традиційному розумінні управлінський облік покликаний інформувати апарат управління підприємства про величину понесених витрат, їх доцільність та ефективність здійснення. Однак в умовах гострої конкурентної боротьби та впливу агресивного зовнішнього середовища на результати діяльності виникає необхідність перегляду традиційних функцій управлінського обліку. Враховуючи сучасні реалії ведення бізнесу, об'єктами останнього повинні бути всі операції та процеси, що призводять до змін в активах підприємства та його зобов'язаннях. З таких міркувань, організація управлінського обліку в аспектах інформаційного забезпечення системи управління діловою репутацією підприємства є актуальною та необхідною.

У вітчизняній обліковій практиці ділова репутація підприємства розглядається як нематеріальний актив та зараховується як об'єкт обліку тільки тоді, коли існує можливість ідентифікації, а також одержання майбутніх економічних вигод, пов'язаних з його використанням, та вартість може бути достовірно визначена. Тобто національні П(С)БО передбачають можливість обліку тільки гудвілу, який виникає на основі перевищення справедливої вартості понад балансову внаслідок придбання підприємства або його частки [7, 8]. Походження слова «гудвіл» (від англ. *good will*) трактується як «добра воля» покупця сплатити суму понад балансову вартість фірми.

Аналогічна ситуація простежується у міжнародних стандартах обліку, де ділова репутація розглядається в двох аспектах – внутрішньо створена підприємством [5] та утворена внаслідок об'єднання підприємств [6]. У першому випадку внутрішньо створена ділова репутація підприємства не підлягає визнанню як об'єкт обліку, оскільки не може бути ідентифікована окремим активом та достовірно бути оцінена. У той час, як МСФЗ регламентує необхідність і порядок обліку ділової репутації як утвореного активу внаслідок об'єднання підприємств.

Таким чином, можна стверджувати, що система бухгалтерського обліку передбачає реєстрацію ділової

репутації, яка уже створена та ідентифікована внаслідок купівлі/продажу підприємства, а також подальше її списання у вигляді амортизаційних відрахувань протягом корисного терміну використання. З огляду на це, залишається поза увагою інформаційне забезпечення і оперативний супровід системи поточного контролю та управління виробничо-фінансовою діяльністю підприємства, де ділова репутація є присутня від моменту створення суб'єкта господарювання.

Відомо, процес управління діловою репутацією підприємства передбачає вирішення ряд завдань у такій послідовності:

- ✦ визначення рівня довіри та напрацьованої ділової репутації;
- ✦ відстеження змін, пов'язаних з діловою репутацією підприємства, у динаміці;
- ✦ збереження напрацьованих позицій ділової репутації фірми;
- ✦ розробка заходів та їх втілення у напрямку зміцнення і покращення ділової репутації підприємства на перспективу.

Зрозуміло, для реалізації кожного з наведених завдань потребується різна інформація, від якої залежатиме міра володіння ситуацією, що склалася, та адекватність прийнятих управлінських рішень. Як бачимо, сюди слід віднести як статичні, так і динамічні дані. Так, для встановлення рівня лояльності споживачів і довіри партнерів до підприємства достатньо розового дослідження та збору інформації, яка відображатиме фактичний стан справ на відповідну дату. Одночасно, враховуючи властивості ділової репутації фірми, зокрема її мінливість і динамічність, звісно потребується комплексний підхід, який передбачає вивчення об'єкта дослідження у часі, тобто в динаміці. Це дозволяє виявити зміни, які пов'язані з діловою репутацією підприємства, відстежити тенденції і можливі закономірності, а також співставити понесені витрати з метою встановлення ефективності їх здійснення у напрямку розвитку «доброго ім'я» підприємства.

Організація управлінського обліку у контексті формування інформаційного забезпечення системи управління діловою репутацією підприємства повинна виконуватись, виходячи з складу та структури необхідної інформаційної бази. Зрозуміло, остання залежатиме від багатьох факторів, починаючи від галузевої приналежності підприємства, особливостей місцевого ринку та специфіки ведення бізнесу до встановленого кола заінтересованих осіб (цільових) аудиторій), властивих їм пріоритетів та мотивацій. Тобто початком організаційних заходів впровадження управлінського обліку на підприємстві у заданому напрямку є ідентифікація його ділової репутації як складової комерційного успіху, визначення чинників, які її формують, та встановлення ймовірних ризиків і загроз репутаційного розвитку фірми. Мається на увазі, для керівництва вищого рівня управління підприємства необхідно розробити і затвердити перелік показників, які відобразатимуть вищевказане та слугуватимуть індикаторами для здійснення моніторингу ситуацій, що складаються.

Звісно, такий підхід вимагатиме встановлення необхідних джерел інформації, а це, у свою чергу, розробку форм первинної документації та зведених реєстрів. Чіткий документообіг дозволить сформувати необхідні потоки облікових даних і забезпечити інформацією систему прийняття рішень. Традиційно у вказаній процедурі слід визначити центри відповідальності за пріоритетними напрямками репутаційного розвитку фірми та встановити порядок контролю за ними.

Як відомо, для управлінського обліку на підприємстві існує два варіанти його організації та ведення. Щодо першого, управлінський облік організовується у структурі системи фінансового обліку, тобто є компонентною складовою з виокремленням як синтетичних, так і аналітичних рахунків бухгалтерського обліку, які кореспондують з фінансовою бухгалтерією. На практиці, як правило, такий підхід супроводжується відкриттям аналітичних рахунків та субрахунків нижчого порядку в межах затребуваної внутрігосподарської інформації для прийняття управлінських рішень. Другий варіант передбачає організацію управлінського обліку як окрему обліково-аналітичну систему, яка здатна генерувати необхідну інформацію для прийняття тактичних і стратегічних рішень. Зазвичай, у цьому випадку ігнорується складання кореспонденцій рахунків обліку. Проте, з метою встановлення можливих розбіжностей доведено важливість використання рахунків, за допомогою яких поєднуються дані фінансової та управлінської бухгалтерій.

У нашому випадку буде більш прийнятний другий варіант організації управлінського обліку. Це пов'язано з властивими ознаками ділової репутації, які випливають з внутрішнього та зовнішнього середовищ функціонування підприємства. Однак, вважаємо, слід намагатися максимально інтегрувати управлінський облік у систему фінансового, що дозволить мінімізувати трудомісткість обліково-аналітичних процедур на підприємстві в цілому.

У цілому інформація, що формується на основі управлінського обліку, повинна відповідати вимогам, які є загальноприйнятими для облікових даних, а саме:

- ✦ *цілісність*, тобто інформація повинна бути комплексною та системною;
- ✦ *оперативність*. Відомо, несвоєчасне прийняття управлінських рішень значною мірою зменшує їх ефективність. Важливе значення у цьому випадку відіграє рівень автоматизації обліково-аналітичних процедур. Як свідчить практика, найбільш відомим способом вирішення питань автоматизації управлінського обліку є використання власних розробок шляхом адаптації існуючих програмних комплексів або створення додатків до них. Поясненням цього є висока вартість спеціалізованого програмного забезпечення, невизначеність терміну його окупності та постійна зміна інформаційних запитів керівництва господарюючих суб'єктів;
- ✦ *корисність*. Облікові дані повинні містити змістовну і доречну інформацію, яка слугуватиме для оцінки ситуацій, що складаються;

- ✦ *гнучкість*, яка передбачає в повному обсязі задоволення інформаційних запитів апарату управління підприємства відповідно до мінливості ринкового середовища;
- ✦ *релевантність*. Збір і систематизація облікових даних повинні забезпечувати простоту сприйняття та, на основі прийнятих управлінських рішень, можливість впливу на ситуації, що виникають в процесі господарювання;
- ✦ *аналітичність*, тобто облікова інформація повинна містити аналітичні (розгорнуті) дані, які можуть слугувати для проведення подальшого аналізу в просторі та часі;
- ✦ *конфіденційність*, яка притаманна обліковим даним та, відповідно, потребує належних ступенів захисту.

Також процес ведення управлінського обліку для прийняття рішень у напрямку збереження і покращення ділової репутації підприємства вимагатиме значної інформації зовнішнього середовища функціонування. Тому важливим у вказаному контексті є дотримання вимоги економічності, яка ґрунтується на співвідношенні «витрат – доцільності» обліково-аналітичних процедур. Мається на увазі, понесені витрати на підготовку облікової інформації не повинні перевищувати економічний ефект від її використання.

Підсумовуючи, слід зазначити, що для правильної організації управлінського обліку в системі управління діловою репутацією підприємства необхідно сформулювати та вирішити ряд важливих питань, яких можна систематизувати у напрямках:

- ✦ організаційних;
- ✦ методичних;
- ✦ технічних.

Результатами вирішення організаційних питань є встановлення порядку ведення управлінського обліку у напрямку інформаційного забезпечення системи прийняття рішень щодо збереження і покращення «доброго ім'я» господарюючого суб'єкта, визначення необхідних обсягів і змісту облікових даних і напрямків їх потоків, формування центрів відповідальності, а також системи внутрігосподарського контролю. Вважаємо, присутність і дієвість останньої дозволяє забезпечити ефективність ведення управлінського обліку.

Розв'язання питань методичного характеру передбачає встановлення сукупності засобів, прийомів і методів реєстрації необхідних облікових даних, збору, їх систематизації та передачі визначеним користувачам. Правильний вибір методики ведення управлінського обліку визначає достовірність, своєчасність та аналітичність інформаційного забезпечення системи прийняття рішень.

Вирішення питань технічного спрямування покликані визначити технологію обробки облікової інформації, встановити форми первинних і зведених документів, порядок документообігу, а також розробити робочий план рахунків управлінського обліку. Також слід не забувати про належне зберігання облікової інформації та забезпечення її конфіденційності.

ВИСНОВКИ

Внаслідок проведених досліджень встановлено, що вітчизняним підприємствам у сучасних умовах гос-

подарювання необхідно значну увагу приділяти діловій репутації як одному з основних чинників конкурентоздатності та приймати ефективні рішення в напрямку збереження «доброго ім'я» та покращення іміджу власного бізнесу. Для забезпечення інформативності процесу управління пропонується активне впровадження обліково-аналітичних процедур, однією з яких є належна організація управлінського обліку. Поряд з тим, постійна боротьба за споживача і незмінне бажання зміцнити конкурентні позиції на ринку вимагає перегляду та розширення функцій і завдань останнього, що явно переходять межі традиційних підходів. Вважаємо, що добре організований управлінський облік відповідно до існуючих викликів ринкових тенденцій і потреб менеджменту дозволить на достатньому рівні налагодити інформаційне забезпечення системи прийняття рішень щодо збереження і розвитку ділової репутації підприємства. ■

ЛІТЕРАТУРА

1. **Василенко О. В.** Менеджмент устійчивого розвитку підприємств : монографія / О. В. Василенко. – К. : Центр учебной литературы, 2005. – 648 с.

2. **Даулинг Г.** Репутация фирмы: создание, управление и оценка эффективности / Г. Даулинг. – М. : ИМИДЖ-Контакт, 2003. – 368 с.

3. **Горин С. В.** Деловая репутация организации / С. В. Горин. – М. : Изд-во «Феникс», 2006. – 256 с.

4. **Коринько М. Д.** Контроль та аналіз діяльності суб'єктів господарювання в умовах її диверсифікації: теорія, методологія, організація : монографія / М. Д. Коринько. – К. : Інформ.аналіт. агентство, 2007. – 395 с.

5. МСБО 38 «Нематеріальні активи» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://buhgalter911.com/Res/MSBO>

6. МСФЗ 3 «Об'єднання бізнесу» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/929>

7. ПСБО 8 «Нематеріальні активи» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws>

8. ПСБО 19 «Об'єднання підприємств» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.nau.ua/doc/?uid=1037.365.0>

REFERENCES

Dauling, G. *Reputatsiia firmy: sozdanie, upravlenie i otsenka effektivnosti* [Reputation of the firm: the creation, management and performance evaluation]. Moscow: IMIDZh-Kontakt, 2003.

Gorin, S. V. *Delovaia reputatsiia organizatsii* [Goodwill]. Moscow: Feniks, 2006.

Korinko, M. D. *Kontrol ta analiz diialnosti sub'iektiv hospodariuvannia v umovakh ii dyversyfikatsii: teoriia, metodolohiia, orhanyzatsiia* [Control and analysis of business entities in terms of diversification: theory, methodology, organization]. Kyiv: Inform.-analit. ahentstvo, 2007.

"Nematerialni aktyvy [Intangible assets]". <http://buhgalter911.com/Res/MSBO>

"Nematerialni aktyvy [Intangible assets]". <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws>

"Ob'iednannia biznesu [A business combination]". <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/929>

"Ob'iednannia pidpriemstv [Association of Enterprises]". <http://zakon.nau.ua/doc/?uid=1037.365>

Vasilenko, O. V. *Menedzhment ustoichivogo razvitiia predpriiaty* [Management of sustainable development of enterprises]. Kyiv: Tsentr uchebnoy literatury, 2005.