

10.31. ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ АРХЕТИПЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО КОНТРОЛЯ ЦИКЛОВ ПРОИЗВОДСТВА И ПРОДАЖ ПРОДУКЦИИ БЫТОВОЙ ХИМИИ И КОСМЕТИКИ

Шохнех А.В., д.э.н., профессор кафедры налогообложения и аудита, Волгоградский филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ;
Насонова Т.Ф., аспирант Волгоградского кооперативного института (филиала), АНО ВПО ЦС РФ «Российский университет кооперации»

В статье раскрываются подходы формирования организационных и методических архетипов стратегического контроля циклов производства и продаж, которые строятся на развитии прогнозирования, моделирования, мониторинга, анализа, формализуясь в надзорную систему равновесного течения экономических процессов.

Значительный вклад в валовой внутренний продукт (ВВП) экономики Российской Федерации оказывают экономические субъекты, которые осуществляют производство и продажи продукции повседневного спроса, в том числе: косметические товары и продукты бытовой химии. основополагающими факторами социальной и экономической необходимости функционирования данных хозяйствующих субъектов, являющиеся создание рабочих мест, весомые налоговые отчисления, формирование имущественного комплекса, участие в различных социальных и благотворительных программах.

Примером такого экономического субъекта выступает исследуемая в компания «Хенкель» – крупнейший немецкий химический концерн, насчитывающий 130-летнюю историю, которая разделяет свой бизнес на три крупные составные части:

- чистящие и моющие средства;
- клеи и технологии;
- косметика и личная гигиена.

Штаб-квартира компании «Хенкель» находится в Германии, в Дюссельдорфе. В компании работает свыше 47 000 чел. более чем 120 национальностей по всему миру, в том числе 2 000 сотрудников в Российской Федерации.

В РФ компания «Хенкель» производит и продает следующие бренды:

- чистящие и моющие средства;
- клеи и технологии;
- косметика и личная гигиена.

Несмотря на серьезные проблемы в условиях нестабильной экономической среды, компания «Хенкель» полностью достигла своих амбициозных целей и даже перевыполнила некоторые из них. Продажи и прибыль в 2011 г. были выше чем когда-либо до этого. Залогом столь успешных результатов, по словам президента компании К. Рорстеда, стала экспансия позиции «Хенкель» на новые развивающиеся рынки, где в 2011 г. был отмечен двузначный рост. Выступая в сложной экономической среде, продажи «Хенкель» в 2011 г. составили 15,605 млн. евро, что на 3,4% больше, чем в 2010 г.

Однако условия неопределенности и риска в мировой экономике диктуют необходимость формировать

стратегию хозяйствующим субъектам, ее последующий учет, анализ и контроль.

Особенно актуальным, по мнению авторов, является формирование организационных и методических архетипов стратегического контроля циклов производства и продаж продукции бытовой химии и косметики.

В исследовании «архетипы» определяются как первообраз, многократно используемая модель, которая эволюционировала из глубины веков.

Термин «архетип» (от греч. Αρχέτυπο – «первообраз») введен впервые в аналитической психологии, которую основал К. Юнг, – универсальные изначальные врожденные психические структуры, составляющие содержание коллективного бессознательного, распознаваемые в нашем опыте и являемые, как правило, в образах и мотивах сновидений [6, с. 65].

Применяя термин «архетип», авторы полагают построение стратегического контроля как формализации предметной области надзора – стратегии.

Целесообразно помнить, что часто макроэкономическое окружение имеет различный размах амплитуды, а также периоды их колебаний сбиваются и образуют сложно синтезируемые циклы.

Построение конструкции стратегии, детализация этапных возможностей ее достижения, должно основываться на сложности архитектоники мирового рынка, быстрой динамики современной усложняющейся и ускоряющейся рыночной экономики – глобальной экономики, сетевой экономики.

Стратегический контроль определяет наличие в поставленной стратегии устоявшихся и революционных парадигм, теории, методики, выбора и обоснование экономико-математической основы с новыми конструктами, инструментарием.

Организационные и методические архетипы стратегического контроля конструируются, прежде всего, на философии управления, мышлении, построении идеологии. Целесообразно помнить, что архетипы – это не образы, а схемы образов, их психологические предпосылки, их возможность, которые имеют не содержательную, а формальную характеристику, и содержательную характеристику первообраз получает лишь тогда, когда он проникает в сознание и при этом наполняется материалом сознательного опыта [1, 123].

Необходимы новое мышление, новая философия, которые позволят представлять микро-, мезо- и макропоказатели на гипотетической фазе, предполагая всплески не только показателей, а также их производных, учитывая системный характер современных тенденций в экономике.

Стратегическое поведение хозяйствующих субъектов в экосистеме всегда направлено на улучшение собственного положения, которое в свою очередь может отрицательно влиять на равновесие других хозяйствующих субъектов, а также целостность макроэкономики. Следовательно, стратегический контроль позволит гарантировать наличие качественной стратегии развития, устойчивости, ускоренную адаптацию к внешней среде.

Отсутствие научных разработок направленных на организационные и методические архетипы стратегического контроля сбалансированной, устойчивой и долгосрочной доходной хозяйственной жизни определили тему исследования.

Выявление внешних и внутренних критических значений направлено на предвидение изменения структуры, что должно являться основополагающими организационными и методическими архетипами стратегического контроля.

Интуиция на структурные скачки, критические события, обвалы, падения, катастрофы, природные циклоны, катаклизмы – строится на архетипном подходе памяти прошлого.

Развитие прогнозирования, моделирования, мониторинга, анализа формализуются в систему, которая становится в современном понимании надзорной составляющей равновесного течения экономических процессов. По мнению авторов, стратегический контроль позволит гарантировать наличие качественной стратегии развития, обеспечивающей ускоренную адаптацию к внешней среде, а также увеличение возможности экономического роста хозяйствующего субъекта. Контрольные процедуры являются инструментарием, позволяющим квалифицировано осуществлять стратегический контроль.

Потенциальные возможности хозяйствующего субъекта контролируются по бюджетной схеме, в которой закладываются теории и методики принятых управленческих решений о необходимости стратегической направленности и обосновании целей выбора. Возможности достижения поставленных целей строятся в тесной взаимосвязи внешних условий, гипотетически определяющих выбор стратегии управления. Полученные информационные ячейки сопоставляются в оценке возможности или невозможности реализации намеченной стратегической цели.

Бюджетное управление возможностью достижения стратегии может рассматриваться как процесс обеспечения связей между стратегическими целями, с одной стороны, и стратегическим планированием, учетом, контролем, анализом, с другой стороны [3, 32].

Также бытует мнение, что подход к бюджетному управлению стратегией основывается на механизме согласованности и рассматривается как бюджетирование на основе действий, т.е. коллективный процесс управления системой бюджетов предприятия, позволяющий согласовать деятельность и подчинить ее общей стратегической цели [4, 15].

Авторы разделяют точку зрения о том, что бюджетное управление стратегией формируется на контрольных методах, увязывающих бюджетные статьи и аналитические разрезы бюджетной модели с факторами, влияющими на достижение цели [5].

Организационные и методические архетипы стратегического контроля процесса управления бюджетом стратегии основываются на четырех формах:

- обеспечение обратной связи стратегических амбиций;
- обеспечение согласованности в стратегическом управлении;
- применение контрольных процедур;
- оперативно-стратегического направления финансово-хозяйственной деятельности.

Стратегический контроль формирования циклов производства и продаж:

- определяет пути достижения миссии организации, через планирование, бюджетирование, сбыт;
- формирует основу для распределения материальных и финансовых ресурсов;
- ставит перед подразделениями конкретные цели, увязывая их с общими задачами.

Проводится оценка капитальных вложений (инвестиции) и расчетов прогнозной величины прибыли от этих

вложений, анализируется стратегическое управление развитием бизнеса через организацию и анализ портфельных инвестиций, государственных заказов, договоров поставки продукции и конкурентоспособностью, устанавливаются рабочие пределы подсистем и их оптимальное функционирование в таких пределах [2].

Стратегический контроль применяется в области долгосрочного, конкурентного, производственного, маркетингового, продуктово-товарного развития.

Выявление и анализ фазы производственного цикла предполагают процедуры на основании следующих параметров:

- генезис производства (зарождение);
- построение процесса производства (внедрение, освоение);
- рост спроса и потребления на продукцию (рекламная агрессия);
- рост и стабилизация производственных мощностей (стабилизация);
- завершение жизни производства (упадок);
- возрождение и перерождение производства (реанимация);
- упадок и ликвидация производства (экономическая смерть продукции).

Стратегический контроль ориентируется на фазовое состояние развития хозяйствующего субъекта, которому может быть присвоена следующая качественная оценка:

- интенсивное динамическое развитие;
- устойчивое динамическое развитие;
- низкое динамическое развитие;
- стагнация.

Продолжение анализа в стратегическом контроле определяется таким ключевым моментом, как стратегия продаж.

Подходы к контролю процесса стратегии продаж формализуются на всех фазах цикла производственного процесса, как основа исследования спроса, потребления; уровня цен и конкуренции.

Философия о заинтересованности потребителей в производимой и реализуемой продукции определяет возможность экономического роста.

Реструктурирование функциональных сфер деятельности, особенно сферы продаж готовой продукции, направлено на обеспечение внедрения и сохранения доли рынка, рост превосходства над конкурентами.

Стратегический контроль продаж продукции включает количественную оценку по качественным показателям:

- принятой стратегии рекламы в соотношении с фазами производства;
- рекламных расходов и направлений рекламных воздействий;
- нормативных документальных данных;
- зависимости объема продаж от уровня и направлений рекламных мероприятий;
- расходов на маркетинговые исследования.

Делая выводы необходимо отметить, что эффективный стратегический контроль формирования циклов производства и продаж выявит направления оптимизации процедур планирования, контроля выполнения планов сбыта, системы коммерческого кредитования и процедур контроля заказчиков.

Шохнех Анна Владимировна

Насонова Татьяна Федоровна

Литература

1. Аверинцев С.С. Аналитическая психология К.Г. Юнга и закономерности творческой фантазии [Текст] / С.С. Аверинцев // Вопросы литературы. – 1970. – №3. с. 113-143.
2. Евсеева И.В. Контроллинг как составляющая управленческого учета (на примере машиностроительного комплекса) [Текст] / И.В. Евсеева, К.Н. Квитченко // Современный бухгалтер. – 2009. – №5. – с. 30-35.
3. Маняева В.А. Финансовая структура управления расходами организации для достижения стратегических целей [Текст] / В.А. Маняева // Международный бухгалтерский учет. – 2011. – №10. – с. 30-35.
4. Пузов Е.Н. Подходы к оценке и анализу эффективности бизнеса в рамках процессно-ориентированного управления [Текст] / Е.Н. Пузов, С.Н. Яшин // Экономический анализ: теория и практика. – 2007. – №16. – с. 8-16.
5. Чай В.Т. Система бюджетирования и управленческая отчетность в агрохолдингах [Электронный ресурс] / В.Т. Чай, Н.И. Чупахина // Экономический анализ: теория и практика. – 2008. – №14. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
6. Юнг К.Г. Подход к бессознательному [Текст] / Карл Юнг // Архетип и символ. – М. : Ренессанс, 1991.

Ключевые слова

Организация; методика; архетипы; стратегия; контроль; производство; продажи; прогнозирование; моделирование; мониторинг; анализ.

РЕЦЕНЗИЯ

Стратегический контроль позволит гарантировать наличие качественной стратегии развития, устойчивости, ускоренную адаптацию к внешней среде.

Авторы совершенно верно утверждают, что стратегический контроль необходимо формировать с позиции нового мышления, новой философии, которые позволят представлять микро-, мезо- и макропоказатели на гипотетической фазе, предполагая всплески не только показателей, а также их производных, учитывая системный характер современных тенденций в экономике.

В статье указывается на роль интуиции, своевременно предсказывающей структурные скачки, критические события, обвалы, падения, катастрофы, природные циклоны, катаклизмы – строится на архетипном подходе памяти прошлого. Развитие прогнозирования, моделирования, мониторинга, анализа формализуются в систему, которая становится в современном понимании надзорной составляющей равновесного течения экономических процессов.

Вышеизложенное дает основание считать, что актуальность рассматриваемой темы, ее практическая необходимость, а также новизна материала определяют научную и практическую ценность статьи.

Калиничева Р.В., д.э.н., профессор кафедры экономики, бухгалтерского учета и аудита Волгоградского кооперативного института (филиал) Автономной некоммерческой организации высшего профессионального образования Центросоюза РФ «Российский университет кооперации».