

7 მითითება საკონსულტაციო პრაქტიკის დასაწყებად

ახლა საუკეთესო დროა საკონსულტაციო პრაქტიკის დასაწყებად - თუ ამის სურვილი გაქვთ

კორტნი ლ. ვინი

1 -ლი აგვისტო, 2021

ბევრ ბუღალტერს ალბათ მოუსმენია საფუძვლიანი მიზეზები თუ რატომ არის ახლა შესაფერისი დრო საკონსულტაციო სერვისების შესათავაზებლად. ტერმინი „კლიენტის საკონსულტაციო მომსახურება“ ეხება სერვისების მრავალფეროვნებას, რომელთა გაწევაც ბუღალტერს შეუძლია, რაც სხვა მომსახურებებთან ერთად მოიცავს გადაცემულ ბიზნესპროცესებს („ვირტუალური ბეკოფისი“), კონსულტაციას და ვირტუალური ფინანსური დირექტორის და კონტროლიორის სერვისებს. პანდემიის დროს კლიენტები ასევე მიეჩვივნენ ფინანსური მონაცემების დისტანციურ გაზიარებას, რითაც იზრდება ვირტუალური აღრიცხვისთვის მონაცემების ხელმისაწვდომობა. CPA.com -ის მიერ 2020 წელს განხორციელებულმა კვლევამ გამოავლინა კლიენტთა უდიდესი დაუკმაყოფილებელი საჭიროება რეკომენდაციებთან და კონსულტაციებთან დაკავშირებით. კლიენტთა 29% აღნიშნავდა, რომ მას სჭირდებოდა აღნიშნული სერვისი. ფასი რომ პრობლემა არ ყოფილიყო, კლიენტთა 68% მოისურვებდა საკონსულტაციო სერვისების მიღებას ბუღალტრული ფირმებისგან სტრატეგიული კონსულტაციის სახით, ხოლო 41% მოინდომებდა თავისი ზოგიერთი საფინანსო ოპერაციის ფირმების მიერ მართვას. საკონსულტაციო სერვისებს ასევე შეუძლია ფირმების დახმარება შემოსავლების ზრდაში: კლიენტები, რომლებიც არ იყენებენ საკონსულტაციო სერვისებს საშუალოდ ხარჯავენ 1,108 აშშ დოლარს თვეში თავიანთ მომსახურე ბუღალტრულ ფირმებზე, ხოლო კლიენტები, რომლებიც იძენენ საკონსულტაციო სერვისებს, თვეში 1,585 აშშ დოლარს ანუ 43% -ით მეტს ხარჯავენ.

მაგრამ საკონსულტაციო პრაქტიკის დაწყება არის გადაწყვეტილება, რომელიც პასუხისმგებლობიან დამოკიდებულებას მოითხოვს. ის არ უნდა იყოს ტენდენცია, რომელიც უნდა აიტაცონ, არამედ უნდა იყოს კლიენტებთან დაკავშირების განსაკუთრებული გზა, რომელიც მოითხოვს ძალიან განსხვავებულ ბიზნესმოდელს ვიდრე ის, რომელშიც ტრადიციული ბუღალტრული ფირმები ფუნქციონირებენ. საკონსულტაციო სერვისების კომპონენტის დანერგვა თითქმის ახალი ბიზნესის ნულიდან შექმნის მსგავსია: ამის განსახორციელებლად ფირმები უნდა დაფიქრდნენ ყველაფერზე, მათ შორის, გამოყენებულ ტექნოლოგიებზე, იმაზე თუ როგორ არიცხავენ მომსახურების საფასურს თავიანთ კლიენტებს, დროის აღრიცხვაზე, პერსონალის დაქირავებასა და ტრენინგზე, თავიანთი სერვისების შეფუთვასა და ბაზარზე გატანაზე, მიზნების განსაზღვრაზე და მათი პროგრესის შეფასებაზე.

მიუხედავად იმისა, რომ თქვენს ფირმაში ახალი ბიზნესის დაწყების პერსპექტივა შეიძლება გაფრთხობდეთ, საკონსულტაციო სერვისების დანერგვით დაინტერესებული ფირმებისთვის დამაიმედებელი იქნება იმაზე ფიქრი, რომ ეს გზა სხვებს უკვე გაკვალული აქვთ. ამჟამად საკონსულტაციო სერვისების პრაქტიკა საკმარისად სრულყოფილი სფეროა საიმისოდ, რომ ფირმებმა შეძლონ სხვების გამოცდილებაზე დაყრდნობა და ორგანიზაციების მიერ შემუშავებული რესურსების გამოყენება, რაც მათ წინსვლაში დაეხმარება. ამდენად, საკონსულტაციო სერვისების ექსპერტები და ფირმები, რომელთა საკონსულტაციო განყოფილებები ფუნქციონირებას იწყებენ, ერთმანეთს უზიარებენ თუ რისი ცოდნაა საჭირო ამ ტიპის სერვისის დაწყებამდე.

მზადყოფნა აზროვნების ახალი სისტემის დასანერგად

ერთ-ერთი უდიდესი გამოწვევა, რომლის წინაშეც ფირმები დგანან საკონსულტაციო სერვისების შეთავაზების დაწყებისას არის საკუთარი საქმიანობის გადახედვა. საკონსულტაციო სერვისების სწორად გასაწევად „თქვენ უნდა შეცვალოთ თქვენი საკომუნიკაციო სისტემის მოქმედება“, აღნიშნა დიქსი მაკქერლიმ, რომელიც Cherry Bekaert -ის ციფრული საკონსულტაციო სერვისების დირექტორია და ხშირად უძღვება CPA.com -ის საორიენტაციო სამუშაო შეხვედრებს. „თქვენ უნდა დაეყრდნოთ პროგრამულ უზრუნველყოფას, რომელიც ისეთ ღონისძიებებს აწარმოებს, რომლებიც ადრე არასდროს განვიხორციელებიათ, მაგალითად მომხმარებელთა მხარდაჭერა. თქვენ შეიძლება დაამატოთ ახალი როლები, როგორებიცაა პროექტის მენეჯერი ან კლიენტის წარმატების კონსულტანტი. და თქვენ თავი უნდა მოუყაროთ პროცესებს, რომლებიც დაგეხმარებათ მასშტაბირებაში ადამიანების ნაცვლად სისტემების გამოყენებით.“

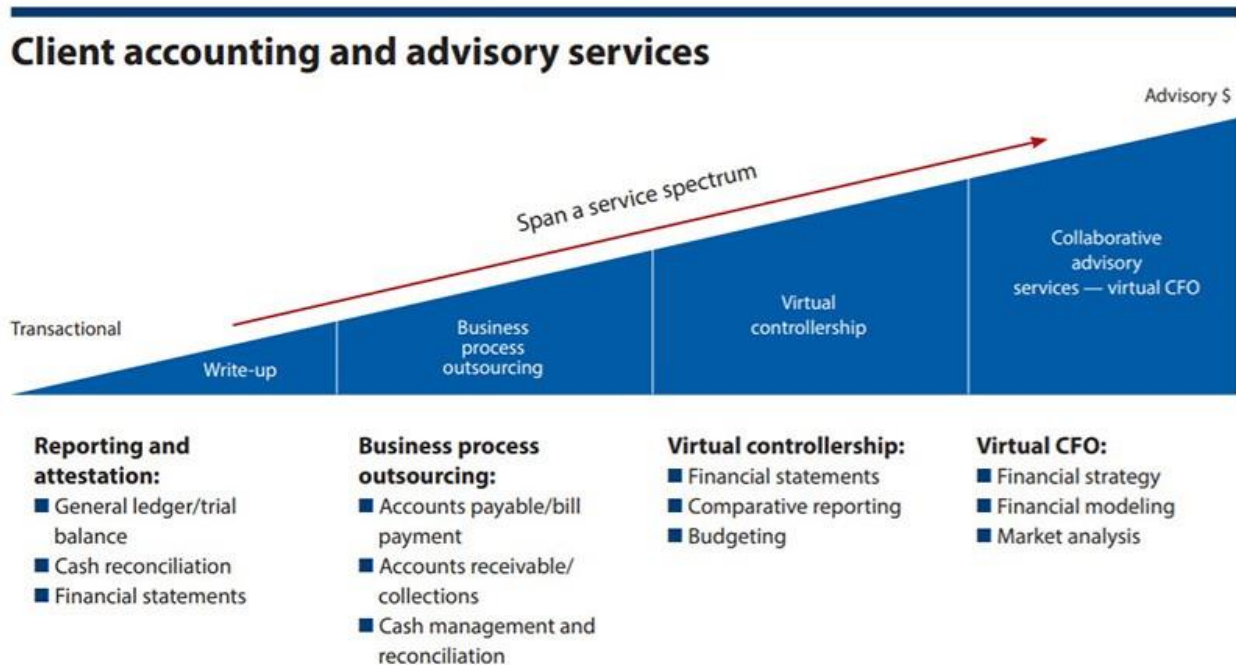
პერსონალი, რომელიც მუშაობს საკონსულტაციო პროექტებზე ახლა უფრო მეტად უნდა იყოს მზად გაცილებით აქტიურად სამუშაოდ კლიენტ ორგანიზაციებთან ვიდრე ადრე. მაკქერლის თანახმად, ფირმის პერსონალი კლიენტთან კვარტალში ან წელიწადში ერთხელ შეხვედრიდან გადავა ისეთ სისტემაზე, სადაც ყოველდღიურად გაარკვევს თუ რა მდგომარეობაში იმყოფება მათი ბიზნესი და მიაწვდის მათ ყოველკვირეულ ანალიტიკურ მიმოხილვებს.

ფირმებს შეიძლება ასევე დასჭირდეთ ფასწარმოქმნასთან დაკავშირებით თავიანთი ცნობიერების გადაფასება. როგორც ინდიანაპოლისში მდებარე 11 კაციანი ფირმის, ACT Services -ის აღრიცხვის და საკონსულტაციო სერვისების განყოფილების მენეჯერმა მარკ ფუკუამ (CPA, CGMA) განაცხადა, ეს მისი ორგანიზაციისთვის დიდი ცვლილება იყო. „ჩვენ მოგვიწია უკან დახევა და ჩვენ მიერ გაწეული სერვისების ღირებულების შეფასება, და არა მარტო ჩვენ მიერ პროექტზე დახარჯული საათების რაოდენობის განსაზღვრა“ აღნიშნა მან. ACT Services ახლა კლიენტებს სთავაზობს ოთხ პაკეტს განსხვავებული ფასებით და მომხმარებლის საჭიროებებზე მორგების შესაძლებლობით (იხ. „როგორ ფუთავს მცირე ფირმა საკონსულტაციო პრაქტიკას“).

„კლიენტებისთვის საკონსულტაციო სერვისების შეთავაზებამდე ფირმებმა დიდი დრო უნდა დაუთმონ საჭირო ბიზნესმოდელის შესწავლას და თუ რა ცვლილებები უნდა განხორციელდეს“, - მიუთითა დეტროიტის მახლობლად მდებარე CPA.com -ის გაყიდვების და მარკეტინგის ვიცე-პრეზიდენტმა ხალილ მერჰიბმა. მისი აზრით, ფირმები უნდა აფასებდნენ თავიანთ მიმდინარე შესაძლებლობებს და უნარს შექმნან პრაქტიკის მიმართულება და შემდეგ ჩამოაყალიბონ მკაფიო ბიზნესგეგმა, რომელიც მოიცავს ყველაფერს მომსახურების საფასურის განსაზღვრის, პერსონალის აყვანის და სამიზნე მაჩვენებლების დადგენის ჩათვლით.

ნელი ზრდის მოლოდინი

ფირმები, რომლებიც საკონსულტაციო პრაქტიკას იწყებენ, მაკქერლის მიხედვით გარკვეულ პროგრესიას მისდევენ. ის აღნიშნავს, რომ ფირმები გადიან ეტაპებს "CAS 1.0" - დან "CAS 3.0" -ის ჩათვლით და შეიძლება დახარჯონ თვეები და წლები თითოეულ ეტაპზე, სანამ მზად იქნებიან მომდევნო საფეხურზე გადასასვლელად (იხ. დიაგრამა „კლიენტებისთვის განკუთვნილი სააღრიცხვო და საკონსულტაციო სერვისები“).



Source: CPA.com Client Advisory Services (CAS) Roadmap Workshop.

CAS 1.0 ეტაპი გულისხმობს ბუღალტრული აღრიცხვის მომსახურების ორგანიზაციის გარეთ გატანის შეთავაზებას: დებიტორული დავალიანება /ანგარიშების მიხედვით გადახდა, კრედიტორული დავალიანება/ დავალიანების ამოღება, ფულადი სახსრების მართვა და შეჯერება. ამ ეტაპის პირველად განხორციელება „მოგაქცევთ კლიენტის ყოველდღიურ ოპერაციებში“, აღნიშნა მაკქერლიმ. „ ფირმებმა უნდა გააცნობიერონ, რომ მათ ამ ეტაპის განხორციელება შეიძლება მოუწიოთ ერთი ან ორი წლის განმავლობაში.“

კლიენტი ორგანიზაციების ბუღალტრული აღრიცხვის განხორციელების შემდეგ, ფირმები ხშირად გადადიან "CAS 2.0" ეტაპზე ან ხელშეკრულებით ფინანსური დირექტორის სერვისების შეთავაზებაზე. ამ საფეხურზე „ისინი ახდენენ ტემპის შენელებას და შემდეგ მასშტაბირებას“ - აღნიშნა მან. ამ ეტაპის შემდეგ, ბევრი ფირმა გადადის CAS 3.0 ეტაპზე ან ეხმარება კლიენტებს ბიზნესსტრატეგიის და გადაწყვეტილებების განხორციელებაში.

ბევრი ფირმა კლიენტებისთვის გარკვეული ფორმის ანგარიშწარმოებას (bookkeeping) ახორციელებს. მაკქერლის თანახმად, ანგარიშწარმოება არ მიიჩნევა აღრიცხვის და კონსულტაციის „ჭეშმარიტ“ სერვისად, რადგან მას ადგილი აქვს ფაქტის შემდეგ და არ აწვდის კლიენტებს დროულ მონაცემებს, რომლებიც მათ შეუძლიათ გამოიყენონ საკუთარი ბიზნესის გასაუმჯობესებლად. შესაბამისად, ის თვლის, რომ ხარისხიანი ანგარიშწარმოება კვლავაც წარმოადგენს საფუძველს, რომელსაც აღრიცხვის და საკონსულტაციო პრაქტიკა ემყარება. ან როგორც მერჯიბი განსაზღვრავს, „საჭიროა საბუღალტრო წიგნები წესრიგში იყოს იმისათვის, რომ კლიენტებს ურჩიოთ თუ რისი გაკეთება შეუძლიათ.“

ნიშის პოვნა

ფირმების უმეტესობა, რომლებიც მომხმარებელს სააღრიცხვო და საკონსულტაციო სერვისს სთავაზობენ, ერთ ან რამდენიმე ნიშას ემსახურებიან და ამას თავისი მიზეზი აქვს. „კლიენტებს სჭირდებათ სპეციალისტები და არა ზოგადი ცოდნის მქონე პირები“ ამბობს მაკქერლი. „მათ სურთ რომ მრჩეველი ბუღალტერი მათ მსგავსად მათი დარგის „ენაზე“ საუბრობდეს.“

დარგის ღრმა ცოდნის გარეშე ბუღალტრები ვერ შეძლებენ ბიზნესის ანალიზის ისეთი ტიპების მიწოდებას, რასაც სააღრიცხვო და საკონსულტაციო პრაქტიკა მოითხოვს. მაგრამ ამ ცოდნის შეძენას ჭირდება დრო, ძალისხმევა და გამოცდილება. იმისათვის რომ ეფექტური მრჩეველი გახდეს, პროფესიონალ ბუღალტერს შეიძლება დასჭირდეს მოცემული დარგის პროცესების, რისკფაქტორების, მომხმარებელთა ტიპების, ძირითადი სამიზნე მაჩვენებლების (KPIs), მარეგულირებელი გარემოს და ა.შ. დეტალური შესწავლა. პროფესიონალი ბუღალტრები, რომლებიც მაგალითად ექიმებთან მუშაობენ, უნდა იცნობდნენ ჯანდაცვას და მომსახურების ანგარიშსწორების სისტემას, ხოლო ისინი ვინც რესტორნებთან თანამშრომლობენ, უნდა იცნობდნენ სასურსათო პროდუქტებთან დაკავშირებულ ტენდენციებს, მიწოდების ხარჯებს და ქვეყანაში არსებულ კანონებს მომსახურე პერსონალის ანაზღაურებასთან დაკავშირებით. ნიშაზე კონცენტრირება ფირმის თანამშრომლებს აძლევს გამოცდილების დაგროვების შესაძლებლობას.

ნიშის შერჩევა ფირმებს ასევე ეხმარება თავიანთი მარკეტინგული ძალისხმევის ფოკუსირებაში და სათანადო პროგრამული უზრუნველყოფის არჩევაში. მას ასევე შეუძლია ფირმის დახმარება თავისი პროცესების გამარტივებაში, რაც ACT Services -მა გააცნობიერა სპეციალიზაციის არჩევისას. ფირმამ დაიწყო საქმიანობა ზოგადი

პრაქტიკის განხორციელებით იხსენებს თინა მოი (CPA, CGMA), ACT Services -ის მფლობელი და გენერალური დირექტორი. „ჩვენ ვმუშაობდით ყველასთან ვინც კი ჩვენს კარს შემოაღებდა,“ აღნიშნა მან. „მე ვხუმრობდი, რომ ჩვენი კლიენტები უნდა ყოფილიყვნენ სასიამოვნო, კანონმორჩილი პირები და გადაეხადათ ჩვენი მომსახურების საფასური.“

როგორც ფუკუა ამბობს, „ახლა, როცა ისინი ფოკუსირებულნი არიან სამ სექტორზე, მათ შეუძლიათ სტანდარტიზაცია და ავტომატიზაცია და საქმიანობის გაცილებით სწრაფად შესრულება.“

მტკიცე ერთგულება სააღრიცხვო და საკონსულტაციო სერვისის მიმართ

რამდენადაც სააღრიცხვო და საკონსულტაციო პრაქტიკა ასეთი კომპლექსური საქმიანობაა, ფირმებმა განსაკუთრებული ძალისხმევა უნდა გამოიჩინონ მისი განვითარებისთვის (იხ. ჩანართი „პიციდან მოგების მიღება“). ფუკუას თქმით, „თუ ამის განხორციელებას აპირებთ, ვა-ბანკზე წასვლა მოგიწევთ.“

ეს ნიშნავს ფულის, პერსონალის და დროის დათმობას აღრიცხვის და საკონსულტაციო სერვისისთვის. მერჯობის თანახმად, იდეალურ შემთხვევაში ვინმემ სრული დრო უნდა დაუთმოს ამ სერვისს. თუ თქვენ ამ საქმიანობას დაიწყებთ მასზე სხვა სფეროდან თანამშრომლის არასრული დატვირთვით მიმაგრებით, ეს გრძელვადიან პერიოდში არაეფექტური აღმოჩნდება.

„უნდა გქონდეთ გეგმა, რომ ეს თანამშრომელი შემდეგ სრული დატვირთვით გადაიყვანოთ სააღრიცხვო და საკონსულტაციო მომსახურებაზე,“ - ამბობს მეჰრიბი, „წინააღმდეგ შემთხვევაში პრობლემა გექნებათ რომ წარმატებას მიაღწიოთ როლის ორივე ასპექტის დაბალანსებაში“.

ველოსიპედს თავიდან ნუ გამოიგონებთ

ახლა ბევრი რესურსი არსებობს იმ ფირმების დასახმარებლად, რომლებიც სააღრიცხვო და საკონსულტაციო სერვისების შეთავაზებას იწყებენ. ორგანიზაციებმა AICPA -ს ჩათვლით შექმნეს მასალები, რომლებიც ფირმებმა შეიძლება გამოიყენონ სააღრიცხვო და საკონსულტაციო პრაქტიკის შესახებ ცოდნის გასაღრმავებლად და ტრენინგის პროგრამების შესათავაზებლად, რაც მოიცავს ყველა საკითხს ფასწარმოქმნიდან პერსონალით დაკომპლექტების ჩათვლით და აღნიშნული პრაქტიკის შესახებ კლიენტთა ინფორმირებისთვის.

ფორმალიზებული ტრენინგის გავლა სააღრიცხვო და საკონსულტაციო სერვისების მიმართულებით ფირმებს მისცემს დროის და ძალისხმევის დაზოგვის საშუალებას, ამბობს მოი. მას შემდეგ რაც მისმა ფირმამ დამოუკიდებლად გადადგა ნაბიჯები

სააღრიცხვო და საკონსულტაციო პრაქტიკისკენ, მოიმ გაიარა CAS ვორკშოპი, რომელიც მისი თქმით მეტად ეფექტური აღმოჩნდა.

„ჩვენ ვცდილობდით მოგვეპოვებინა ნებისმიერი ინფორმაცია სხვადასხვა წყაროებიდან იმისათვის რომ შეგვექმნა აღრიცხვის და საკონსულტაციო სერვისების საკუთარი დანაყოფი, მაგრამ ეს ველოსიპედის გამოგონებას გავდა. ამას დიდი დრო სჭირდებოდა“ - აღნიშნა მან. „ინვესტირება აპრობირებულ პროგრამაში, ჩემი აზრით, არის სწრაფი გზა აღრიცხვის და საკონსულტაციო პრაქტიკის დასაანერგად მყარ საფუძველზე.“

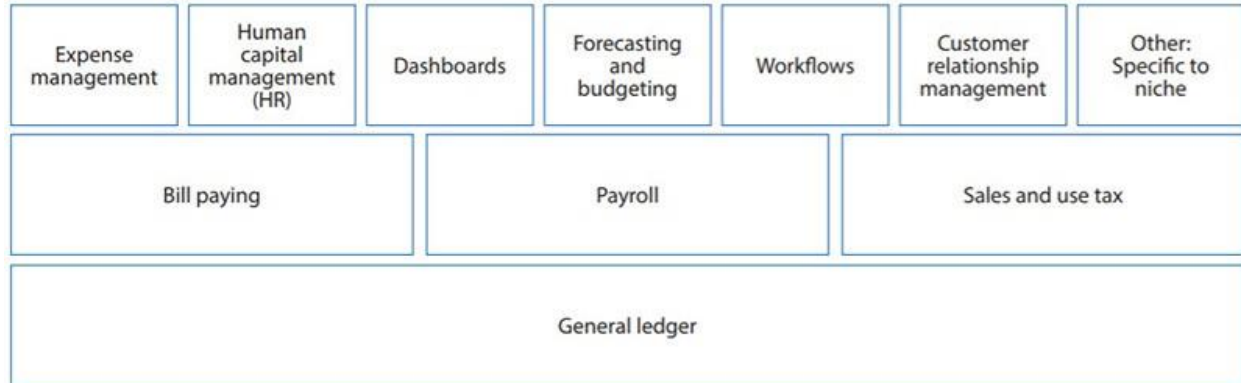
პარტნიორობა ისეთ ფირმასთან, რომელსაც ამ მიმართულებით მეტი გამოცდილება აქვს, მაგრამ განსხვავებულ ნიშანს ემსახურება შეიძლება ასევე სარგებლის მომტანი იყოს. „ როდესაც იწყებთ გაფართოებას, შესაძლოა მარტო შიდა რესურსები არ განაპირობებდეს თქვენი სააღრიცხვო და საკონსულტაციო პრაქტიკის წარმატებას,“ აღნიშნა მან. „თქვენ ზოგჯერ უნდა დაეყრდნოთ თქვენს პარტნიორს რომელიც ზრდაში დაგეხმარებათ.“

მუდმივი ინფორმირებულობა ტექნოლოგიების შესახებ

გამოყავით ვინმე თქვენს ფირმაში, ვინც მუდმივად იქნება ინფორმირებული ახალი ტექნოლოგიების შესახებ სააღრიცხვო და საკონსულტაციო პრაქტიკის ფარგლებში, აღნიშნა ჰიუ ჰერმანეკმა (CPA/CITP), რომელიც ომაჰაში (ნებრასკა) მდებარე ფირმის Hancock Dana -ს პარტნიორია, სადაც 55 თანამშრომელია დასაქმებული. როგორც ის ამბობს, ახალი აპლიკაციები და პროგრამები სწრაფად იქმნება და როდესაც იღებთ ინფორმაციას მათ შესახებ, თქვენ შეგიძლიათ შესაფერისი პროგრამის არჩევა, რომელიც თქვენ კლიენტებს დაეხმარება უპრობლემო ფუნქციონირებაში. მაგალითად, ჰერმანეკმა და მისმა გუნდმა შეძლეს კლიენტთა ფულადი ნაკადების გაუმჯობესება დებიტორული დავალიანების ავტომატიზებული პროგრამის დანერგვით. აღნიშნულის განხორციელებით კლიენტის დებიტორული დავალიანების ვადიანობა საშუალოდ 50 დღიდან 30 დღემდე შემცირდა.

უზრუნველყავით რომ აღრიცხვის და საკონსულტაციო სერვისების მიმართულებით მომუშავე თქვენს პერსონალს საკმარისი დრო ჰქონდეს ახალ ტექნოლოგიებში ტრენინგისთვის აღნიშნა ჰერმანეკმა. „ეს ერთადერთი გზაა ვიცოდეთ რომ ყველა არჩევანი კლიენტებისთვისაა.“ (იხ. ნახაზი „ტექნოლოგია თქვენი პრაქტიკის ავტომატიზაციისთვის.“)

Technology to automate your practice



Source: CPA.com Client Advisory Services (CAS) Roadmap Workshop.

შესაფერისი კლიენტების შერჩევა დასაწყისისთვის

პირველი კლიენტების არჩევისას აღრიცხვის და საკონსულტაციო სერვისების შესათავაზებლად, მერჯობის აზრით, საჭიროა გადახედოთ კლიენტთა ჩამონათვალს და განსაზღვროთ „ისინი ვისაც შეუძლია სარგებლის მიღება კონსულტაციისა და ანალიზისგან, რომ არაფერი ვთქვათ კლიენტებზე, რომლებიც მზად არიან გადაიხადონ და ინვესტირება განახორციელონ აღნიშნულ დამატებით ფასეულობაში.“ მისი თქმით კლიენტები, რომლებიც უკვე კომფორტულად გრძნობენ თავს ღრუბლის ტექნოლოგიებთან უფრო ადვილად გადავლენ აღრიცხვის და საკონსულტაციო პრაქტიკაზე.

თქვენი პირველი კლიენტები მაკქერლის თქმით არ უნდა იყვნენ თქვენი წამყვანი კლიენტები. მისი რეკომენდაციაა თავდაპირველად პრაქტიკის დაწყება ორიდან ხუთამდე ექსპერიმენტულ კლიენტთან. ეს დაგეხმარებათ გამოცდილების შექმნაში და პროცესების სწორად წარმართვაში მცირემასშტაბიან კლიენტთან მუშაობით. „როგორც კი გარკვეულ პრაქტიკას დაიგროვებთ და გამოცდილებას შეიძენთ პროცესების და სისტემების შექმნაში, ეს შესაფერისი დრო იქნება იდეალური კლიენტების მოსაზიდად.“

გზა რომლის გავლაც ღირს

აღრიცხვის და კონსულტაციის ახალი პრაქტიკის დაწყება არ არის მარტივად მისაღები გადაწყვეტილება. თუმცა ეს პრაქტიკა აღრიცხვის მეტად საინტერესო სფეროა, რომლის ათვისებაც ნამდვილად ღირს. „ფირმებისთვის, რომლებიც მზად არიან პასუხისმგებლობის ასაღებად, ახლა ხელსაყრელი დროა აღრიცხვის და საკონსულტაციო პრაქტიკის დასაწყებად“ - აღნიშნა მერჯობმა. „ჩვენ ვხედავთ სულ უფრო მეტად კომპლექსურ ბიზნესგარემოს, სადაც სხვადასხვა სიდიდის კლიენტები საჭიროებენ გადაწყვეტილებების სწრაფად მიღებას,“ - ამბობს ის - „ეს შესანიშნავი შესაძლებლობაა

ფირმებისთვის, რომ აპრობირებული ბიზნესმოდელი დანერგონ, გამოიყენონ აღნიშნული რესურსები და რეალურად დაიწყონ თავიანთი კლიენტებისთვის სტრატეგიული საკონსულტაციო როლის შესრულება.“

როგორ ფუთავს ერთი მცირე ფირმა აღრიცხვის და საკონსულტაციო მომსახურებას

ინდიანაპოლისში მდებარე ფირმა ACT Services, სადაც 11 ადამიანი მუშაობს კლიენტებს საკონსულტაციო მომსახურებას (CAS) პერიოდულად სთავაზობდა 2020 წელს ფორმალიზებული CAS განყოფილების შექმნამდე. კლიენტები ძირითადად სამ სექტორში იყვნენ წარმოდგენილი: ლოგისტიკა, მშენებლობა და ჯანდაცვა.

ახალ CAS კლიენტებთან ფირმა თავიდან ახორციელებს ოპერაციულ შეფასებას. ეს შეფასება „წარმოგვიდგენს ღრმა ხედვას ორგანიზაციაში მომუშავე ადამიანების, პროცესების და სისტემების შესახებ და საშუალებას გვაძლევს განვსაზღვროთ თუ სად იმყოფებიან ამჟამად,“ აღნიშნა თინა მოიმ (CPA, CGMA), ფირმის გენერალურმა დირექტორმა და მფლობელმა. „ჩვენ გვაქვს სიღრმისეული წარმოდგენა, თუ ვინ არიან ისინი და როგორ მიემართება რესურსები და მონაცემები მათი ორგანიზაციის გავლით. ჩვენ ვხარჯავთ დიდ დროს ხელმძღვანელობასთან რომ გავარკვიოთ მათი საჭიროებები და სუსტი წერტილები. შეფასებას მოჰყვება მრავალფაზიანი განხორციელება, რომელშიც ფირმა ხელს უწყობს კლიენტის სისტემის და პროცესების ხელახალ დაგეგმვას არსებული პრობლემების გადასაწყვეტად“ აღნიშნა მოიმ.

ფირმა ამ შეფასებას გვთავაზობს როგორც დამოუკიდებელ მომსახურებას და საფუძველს ფირმის აღრიცხვის და საკონსულტაციო მომსახურების ოთხი სხვა პაკეტისთვის. პირველი პაკეტი კლიენტთა სააღრიცხვო და საკონსულტაციო მომსახურების მენეჯერის მარკ ფუკუსას (CPA, CGMA) თანახმად შედგება „ტრადიციული საგადასახადო, საბუღალტრო და ფაქტის დადგომის შემდგომი საკითხებისგან“. მეორეა „ვირტუალური ბეკოფისის“ პაკეტი, რომელსაც ადგილი აქვს გაცილებით უფრო რეალურ დროში. ამ ეტაპზე ფირმის მონაცემები სინქრონიზებულია კლიენტის საბანკო და საკრედიტო ბარათის აღრიცხვასთან და ფირმა ახორციელებს ფინანსურ ანგარიშგებას კლიენტისთვის და ქმნის მისთვის ინდიკატორების პანელს. მესამე და მეოთხე პაკეტი მოიცავს მაკონტროლებელი პირის და ფინანსური დირექტორის სერვისებს და გაცილებით უფრო ღრმა ანგარიშგებას, ინდიკატორების პანელის შექმნას და კონსალტინგს.

მოის თქმით, მხოლოდ შეფასებას შეუძლია კლიენტებისთვის მნიშვნელოვანი ფასეულობის შექმნა. ერთი კლიენტისთვის, რომელიც წარმოადგენს სამშენებლო კომპანიას, დაახლოებით 124 თანამშრომლით და წელიწადში 24 მლნ. აშშ დოლარის შემოსავლით, ფირმამ დაახლოებით რვა კვირა დახარჯა ხელმძღვანელობასთან და ძირითად პერსონალთან გასაუბრებაზე და პროცესების განსაზღვრაზე და ხელახალ

დაგეგმვაზე. მათი შეფასებით, განხორციელებულმა ცვლილებებმა კლიენტს დაუზოგა 91 კაცდღე კვირაში ან 136,000 აშშ დოლარი წელიწადში ხარჯების სახით. „დამსაქმებელს ახლა შეუძლია მასშტაბირება და გაფართოება პერსონალის მნიშვნელოვანი ზრდის გარეშე“ - აღნიშნა მოიძ.

ფირმამ ასევე გამოავლინა შეცდომა კლიენტის გამოთვლებში პროექტის მომგებიანობის შესახებ. დაზუსტებული მონაცემების საფუძველზე კლიენტის ხელმძღვანელობამ განსაზღვრა, რომ პროექტს ფაქტიურად შემოსავალი არ მოჰქონდა. „ეს მხოლოდ ერთი მაგალითია თუ როგორ ვიყენებთ ჩვენს ცოდნას“ აღნიშნა მოიძ.

პიციდან მოგების მიღება

ფირმა MAK Financial CPA, სან-დიეგოში მდებარეობს, მისი ხუთი თანამშრომელი აშშ-ში მუშაობს ხოლო ხუთი საზღვარგარეთ. „ფირმამ სააღრიცხვო და საკონსულტაციო საქმიანობა დაიწყო, რადგან მან ამის საჭიროება დაინახა“- აღნიშნა სერტიფიცირებულმა ბუღალტერმა და მფლობელმა მაიკლ ხალილმა. მისი თქმით, ბუღალტრების უმრავლესობა, რომლებიც ამ სფეროში მცირე ფირმებს ემსახურება, ფოკუსირებულია გადასახადებზე და არ იძლევა დახვეწილ რჩევებს, რომლებიც ბიზნესის მფლობელებს სჭირდებათ. მან აირჩია ფოკუსირება სწრაფი მომსახურების რესტორნებზე, როგორც თავის ერთ-ერთ ნიშაზე, ნაწილობრივ იმიტომ რომ ის აწარმოებდა ბუღალტრულ აღრიცხვას თავისი ოჯახის რამდენიმე წევრისთვის, რომლებიც ფლობენ პიცის რესტორნების ფრანშიზას.

ხალილი უკმაყოფილო დარჩა პროგრამული უზრუნველყოფით, რომელსაც მისი რესტორნის კლიენტები იყენებდნენ. მას „არ ჰქონდა ანგარიშგების ძლიერი შესაძლებლობა“ აღნიშნა მან და არ შეეძლო მონაცემების მორგება ისე, როგორც მას სურდა. როდესაც ფირმამ მოიზიდა მსხვილი კლიენტი მონაცემების დიდი მოცულობით ის მიხვდა რომ განახლების დრო დადგა.

2018 წელს ფირმამ დაიწყო სააღრიცხვო და საკონსულტაციო მომსახურება, განაცხადა ხალილმა და დაიქირავა ისეთი გამოცდილების მქონე პირი, რომელიც ფირმას დაეხმარებოდა სააღრიცხვო და საკონსულტაციო შესაძლებლობების განვითარებაში. ფირმამ ინვესტირება განახორციელა გაცილებით მძლავრ პროგრამულ უზრუნველყოფაში და დაიქირავა დეველოპერი ინსტრუმენტის შესაქმნელად, რომელიც მის კლიენტებს ინვოისების ავტომატიზაციაში დაეხმარებოდა.

„ახლა ფირმას შეუძლია კლიენტებისთვის ფინანსური მონაცემების მიწოდება პერიოდის დახურვიდან 10 დღის განმავლობაში“- აღნიშნა მან. მისივე თქმით, „ეს საკმარისად დროული ინფორმაციაა საიმისოდ რომ მათ შეძლონ პროაქტიური გადაწყვეტილებების მიღება“. მაგალითად, კლიენტებს შეუძლიათ ნახონ იყო თუ არა მათი სასურსათო

ხარჯები მაღალი მოცემული პერიოდის განმავლობაში, ან, თუ ისინი ფლობენ ბევრ მაღაზიას, შეძლებენ ერთეულის დონეზე განხორციელებული ანალიზის მიღებას და ნახვას თუ რომელ მაღაზიას აქვს პრობლემა და რომელი ფუნქციონირებს კარგად.

COVID-19 -ის პანდემიის დროს MAK Financial კლიენტ რესტორნებს აღრიცხვაში დაეხმარა მესამე მხარისთვის მიწოდების სერვისებთან დაკავშირებით, როგორებიცაა Uber Eats და Postmates. აღრიცხვის ეს ტიპი „ფაქტიურად კომპლექსურია“ აღნიშნა ხალილმა, რამდენადაც მიმწოდებელ კომპანიებს შეიძლება ჰქონდეთ განსხვავებული შეთანხმებები ინდივიდუალურ ფრანჩაიზორებთან და სხვადასხვა საფასურს აკისრებდნენ მათ. MAK -მა გააანალიზა თუ როგორ შეიცვალა კლიენტის ფაქტიური ერთობლივი მოგება როცა მან გადაანაცვლა შემოსავლები გატანით გაყიდვებსა და მესამე მხარის გაყიდვებს შორის და შედეგად ზოგიერთმა კლიენტმა თავისი ფასწარმოქმნა შეცვალა. ფირმამ შემდეგ გააანალიზა ფასწარმოქმნასთან დაკავშირებული ახალი გადაწყვეტილებების შედეგები და კლიენტმა განახორციელა კორექტირება აუცილებლობის შემთხვევაში. „აღნიშნულმა მოგვცა მნიშვნელოვანი ფასეულობის შექმნის და წლის ბოლოსთვის კლიენტების მომგებიანობის უზრუნველყოფის საშუალება“ - აღნიშნა მან.

ავტორის შესახებ

კორტნი ლ. ვიენი „ბუღალტრული აღრიცხვის ჟურნალის“ უფროსი რედაქტორია. ამ სტატიასთან დაკავშირებით კომენტარების გამოსაგზავნად ან სხვა სტატიის იდეის შესათავაზებლად დაუკავშირდით მას მისამართზე Courtney.Vien@aicpa-cima.com ან ნომერზე 919-402-4125.