

бухгалтер узагальнює, систематизує і надає необхідну інформацію, готує рекомендації щодо можливих наслідків обраного напрямку дії.

Отже, організація бухгалтерського обліку повинна забезпечувати реалізацію сукупності функцій та процесів бухгалтерського обліку і управління. Організація бухгалтерського обліку представляє собою інструмент впровадження системи бухгалтерського обліку в управління діяльністю підприємства та повинна відповідати національній системі бухгалтерського обліку з урахуванням вимог власника підприємства.

Література.

1. Бутинець Ф. Ф. Організація бухгалтерського обліку: підручник / Ф. Ф. Бутинець, О. П. Войналович, І. Л. Томашевська; за ред. Ф. Ф. Бутинця. – Житомир: Рута, 2006. – [С. 528-529].
2. Сопко В. В. Бухгалтерський облік на підприємстві / В. В. Сопко. – К.: Техніка, 2006. – [560 с.]
3. Верига Ю.А. Бухгалтерський облік: нормативно-правові документи. Коментар: навч. пос. [для студ. вищ. навч. закл.] / Ю.А. Верига, Г.І. Зима. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – [656 с.]

ПРОЦЕС РОЗРОБКИ АВТОТРАНСПОРТНИХ ПОСЛУГ

Богун Е. О., студент

Науковий керівник: Шинкаренко В. Г., д.е.н., професор

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Процес розроблення нових товарів у літературі розглядається як один з видів інноваційного процесу, який у цьому вигляді включає в себе такі етапи: генерування ідей про способи задоволення нових суспільних потреб; розроблення задуму і попередня оцінка привабливості ідей; аналіз умов реалізації задуму і супровідних витрат, їх зіставлення з фінансовими можливостями організації; конструкторська і технологічна розробка нового товару; комерційна реалізація новинки [24, 168, 200]. Подальші дослідження даного питання показали, що більшість вчених використовують загальну схему реалізації цього процесу, доповнюючи її, виходячи із власних цілей і думок.

Так, Ж.-Ж.Ламбен [102, с. 393-395] з метою обґрунтування рішення про створення нового товару доповнює перелік основних етапів його розроблення здійсненням попереднього маркетингового

аудиту визначенням структури продажів, проведенням позиціонування, а також аналіз у сильних і слабких сторін. При цьому разом із послідовним процесом розробки дослідник пропонує паралельний, що передбачає формування самоорганізованих команд, члени яких паралельно працюватимуть над проектом, постійно взаємодіючи між собою. На думку автора, такий підхід дозволить прискорити реалізацію процесу розроблення. Крім того, питанню прийняття обґрунтованого рішення про розроблення нового товару приділено особливу увагу в роботі [148, с. 254], де виконуються такі дії: складання програми розроблення нового виробу (визначення планових доходів, прибутку, очікувань керівника і кількості співробітників); проведення діагностичного аудиту, визначення ролі нового виробу в розвитку компанії.

У роботі [148, с. 526] процес розроблення включає перевірку, тестування ідей, концепцій, проектів, процесів і маркетингових програм, завдяки чому забезпечується зворотний зв'язок зі споживачем на кожному етапі створення і впровадження товарів.

Паралельно-послідовний підхід до формування моделі розроблення нових товарів використано в роботі [148, с. 245]. Суттєвою відмінністю запропонованої моделі є паралельне прийняття рішень відділами маркетингу, наукових досліджень, виробництва й фінансів, що дозволяє оцінити ринкові, науково-технічні, виробничі й фінансові перспективи нового продукту, розподілити відповідальність між виконавцями інноваційного проекту за його реалізацію і забезпечити спільну участь в ухваленні рішення про відмову від ідей на кожному етапі.

Таким чином, за результатами аналізу літературних джерел спостерігається певна узгодженість вчених в наданні переліку і розкритті змісту етапів процесу розроблення нових товарів. Можна відзначити незначні відмінності досліджень у вирішенні даного питання, що пояснюється різним ступенем деталізації опису процесу розроблення, акцентуванням уваги вчених на різних етапах його реалізації, а також застосуванням різних методів організації цього процесу на підприємстві (послідовного, паралельного або змішаного). Однак специфічні особливості послуг, їх істотні відмінності від товарів зумовлюють необхідність окремого визначення процесу розроблення нових послуг і формування етапів його реалізації.

Так, К. Хаксевером, Б. Рендером, Р. Расселом і Р. Мердіком [180, с. 245-247] пропонується перелік принципів і складових процесу

розроблення послуги: створення концепції обслуговування проектування системи її надання споживачам. При цьому під концепцією розуміється опис набору корисних речей, рішень і цінностей послуги, а підп. Проектуванням системи – детальне розроблення процесу її надання з певними характеристиками й особливостями обслуговування, за допомогою яких вона буде диференціюватися від послуг конкурентів. Авторами також пропонується алгоритм, який відрізняється від алгоритму створення товару наявністю етапів розроблення та тестування процесу й системи, маркетингової програми і навчання персоналу.

Визначення поняття "розробка послуги" надається тільки В.Е. Гордіним і М.Д. Сущинською [124, с. 103-105] На їхню думку, цей процес є обґрунтуванням системи ключових положень і принципів організації виробництва, розподілу, збуту і споживання послуги, які розкривають і зумовлюють особливу її позицію на ринку. Однак дане визначення великою мірою відповідає одному з етапів розроблення послуги, а саме, етапу формування стратегії маркетингу і не охоплює процес розроблення послуги в цілому.

Таким чином, до невирішених завдань проблеми розроблення послуг слід віднести: уточнення визначення поняття "розроблення автотранспортних послуг"; забезпечення однозначного підходу до формування етапів процесу розроблення і визначення змісту даного етапу.

Віднайти сутність поняття "розроблення автотранспортних послуг" – це дати йому визначення. Поняття - думка, у якій відображено загальній суттєвий і одноелементний ознаки класу або класів однорідних предметів таявищ.

Визначення (дефініція) поняття - це логічна операція, яка розкриває його зміст. Дати визначення поняттю - це значить дізнатися, що воно означає, визначити ознаки, які входять в його зміст [149, с. 141].

Розробка в узагальненому значенні означає ретельне й усебічне дослідження, підготовку, обробку в усіх подробицях певного об'єкта [33, 68]. З цього випливає, що суттєвою ознакою поняття "розроблення" є дія, певна діяльність, процес реалізації певних операцій. При чому результатом такої діяльності є нова послуга.

Оскільки під автотранспортною послугою (для пасажирських перевезень) прийнято розуміти сукупність інтегрованих процесів, об'єднаних у процес обслуговування споживачів, який приводить до

забезпечення їх задоволеності шляхом надання благ, цінностей і вигод, як об'єкт розроблення автотранспортних послуг приймемо процес обслуговування споживачів. При цьому під останнім будемо розуміти "організовану діяльність персоналу в певному матеріальному середовищі, пов'язаному з пропозицією і наданням послуг відповідно до вимоги споживачів" [92, с. 128]. Виходячи з цього, призначенням процесу розроблення автотранспортних послуг є перетворення інформації про вимоги споживачів до показників процесу їх обслуговування, які наділяли б послугу новою або додатковою споживчою цінністю.

Таким чином, ґрунтуючись на досліджених літературних джерелах, шляхом здійснення теоретичних узагальнень і логічних умовиводів стає можливим сформулювати визначення поняття "розроблення автотранспортних послуг" як процесу перетворення інформації про вимоги споживачів в конкретні показники їх обслуговування, що визначають сутність і зміст автотранспортної послуги. Головна відмінність запропонованого визначення від існуючих полягає в розкритті сутності розробки як процесу створення нової або додаткової споживчої цінності.

Теоретичні основи розроблення будь-якого процесу представлені міжнародними стандартами, методом структурованого аналізу IDEF0 і теорією загального управління якістю. Базова модель процесу включає вхідні потоки (матеріали і / або інформацію, які перетворюються процесом для створення вихідних потоків); безпосередньо процес (систему діяльності); вихідні потоки (результат перетворення вхідних), управлінські впливи (вхідні потоки, які визначають, регулюють і / або впливають на процес) і ресурси (фактори, які сприяють створенню вихідних потоків) [98, с. 130]. Для досягнення успіху підприємству необхідно створити таку послугу, яка дозволила б споживачеві виконати його завдання швидше, краще, зручніше і дешевше порівняно з попереднім досвідом. Щоб досягти цього, необхідно знати, яких результатів намагаються досягти споживачі, а також визначити, які технології, послуги та їх характеристики найкраще реалізують недосягнуті раніше, важливі для споживача результати. Тому ініціатором прийняття рішення про розроблення автотранспортної послуги є споживач, а його вимоги - інформацією, яка необхідна на початковому етапі їх розроблення.

Література.

1. Шинкаренко В.Г. Розробка автотранспортних послуг : монографія / Шинкаренко В.Г., Ананко І.Н. – Харків : ХНАДУ, 2012. – 252 с.

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Бороденко О. С., студентка

Науковий керівник: Догадайло Я. В., к.е.н., доцент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Ринкові перетворення, високий рівень конкуренції, вплив кризових явищ на рівні економіки, висока непередбачуваність змін у зовнішньому середовищі вимагають від вітчизняних підприємств постійного пошуку нових більш ефективних інструментів і методів управління, спрямованих на досягнення та зміцнення конкурентних переваг на ринку та стабільну їх діяльність у довгостроковій перспективі. На сьогодні саме управління бізнес-процесами дозволяє знайти шляхи оптимізації та досягнення певної гнучкості в підприємницькій діяльності, спрямоване на підвищення ефективності та забезпечення конкурентоспроможності у динамічних ринкових умовах господарювання.

Теоретичні та методологічні положення різних аспектів управління бізнес-процесами висвітлені у роботах таких вітчизняних і зарубіжних учених, як Б. Андерсон, Х. Біннер, О. Гончарова, Т. Дейвенпорт, Е. Ойхман, Г. Усова, М. Хаммер, Д. Чампі, Л. Черчик, Д. Харрінгтон, А. Шеєр та ін. Незважаючи на велику зацікавленість вчених і дослідників до управління бізнес-процесами на підприємстві, у науковій літературі комплексний підхід до цього питання відсутній. Ряд проблем методичного та прикладного характеру залишається недостатньо опрацьованим і потребує вдосконалення й подальшого дослідження.

Так, у підручнику [1, с. 57, 58] дається узагальнена схема процесного управління, що включає наступні елементи: підсистема стратегічного управління (включається в процес управління підприємством, власником якого є керівник); підсистема процесного управління (будується для мережі процесів підприємства); підсистема мотивації, орієнтована на поліпшення показників процесів