

17. Токарев В. Трансакционные издержки / В. Токарев. [Электронный ресурс]. – Доступный з <http://www.mc-ma.narod.ru/mc-ma/mc-ma5/ceo5.htm>
18. Фишер Т.М. Координация управления качеством в свете теории трансакционных издержек / Т.М. Фишер. [Электронный ресурс]. – Доступный з <http://www.ptpu.ru>
19. Шаститко А.Е. Новая институциональная экономическая теория / А.Е. Шаститко. – Изд. 3-е, [перераб. и доп.]. – М. : Изд-во Эконом. факультета МГУ, ТЕИС, 2002. – 591 с.
20. Шепеленко О.В. Трансакционные издержки в переходной экономике: проблемы теории и практики : монография / О.В. Шепеленко. – Донецк : Изд-во Донецк. НУ экономики и торговли им. М. Туган-Барановского МОН Украины, 2007. – 360 с.
21. Юшак Ж.М. Трансакційні витрати у вітчизняній обліковій системі: XXI століття – нове уявлення майбутнього / Ж.М. Юшак, С.І. Мельник // Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу : матер. Міжнар. зб. наук. праць. – 2009. – Вип. 1 (13). – С. 155-163.
22. Demsetz H. The Firm in Economic Theory: A Quiet Revolution / H. Demsetz // American Economic Review. – 1997. – Vol. 87, No 2. – P. 426-429.
23. Jensen Michael C. Theory of The Firm: Managerial Behavior, Agency Costs And Ownership Structure / Michael C. Jensen, William N. Meckling // Journal of Financial Economics. – 1976. – Vol. 3, No. 4. – P. 305-360.
24. Niehans J. Transaction Cost / J. Niehans // The New Palgrave. A Dictionary of Economics. – London : Macmillan Press, 1987. – P. 676.
25. Ross S. The Economic Theory of an Agency: The Principal Problem / S. Ross // American Economic Review. – 1973. – Vol. 63. – P. 134.

Макалюк І.В. Еволюція взглядов на суцність категорії "трансакционные издержки"

Рассмотрена эволюция взглядов относительно категории "трансакционные издержки" со времени введения ее в обращение до современности. Исследована сущность понятия "трансакционные издержки". Выделены макроэкономический и микроэкономический подходы к трактовке категории "трансакционные издержки". Исследован процесс формирования совокупности отдельных элементов трансакционных издержек. Определены категории "трансакционные издержки" как расходы на организацию взаимоотношений предприятия с субъектами экономической среды и затраты на обслуживание производственно-хозяйственной деятельности.

Ключевые слова: трансакционные издержки, трансакции, элементы трансакционных издержек, затраты оппортунистического поведения, информационные издержки, экономическая среда, экономическая система.

Makalyuk I.V. The evolution of views on the nature of the category of "transaction costs"

The article describes the evolution of attitudes about the category of "transaction costs" of issuance to the present. The essence of the concept of "transaction costs". Identified macroeconomic and microeconomic approaches to the treatment category of "transaction costs". The formation of an aggregate of elements of transaction costs. Defined category of "transaction costs" as the cost of organizing the business relationship with the subjects of the economic environment and the maintenance costs of production and economic activity.

Keywords: transaction costs, transaction elements of transaction costs, the costs of opportunistic behaviour, information costs, the economic environment, the economic system.

УДК 640.43:[657:061.1]

Доц. О.А. Полянська, канд. екон. наук;
магістр Н.Г. Степанюк – Львівська КА

ОРГАНІЗАЦІЯ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ ЗА БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Розкрито питання організації системи управлінського обліку на підприємствах ресторанного господарства на базі виділення відповідних центрів відповідальності.

Ключові слова: управлінський облік, бізнес процеси, цент відповідальності.

Вступ. Однією з потреб ефективної організації діяльності підприємств ресторанного господарства є необхідність задоволення інформаційних потреб системи управління. Створення такого руху інформаційних потоків, який в майбутньому забезпечить достатність і чіткість інформації, а також її обмін між окремими підрозділами підприємства є передумовою прийняття оперативних управлінських рішень. Однак організація такої інформаційної системи на сучасному рівні можлива лише на основі створення сучасного управлінського обліку.

Структура апарату управлінського обліку на кожному конкретному підприємстві створюється із урахування його зовнішніх і внутрішніх чинників. Зазвичай, вона залежить від масштабів підприємства та специфіки його діяльності. Однак варто також враховувати, що досягнуті результати діяльності апарату управлінського обліку повинні перевищувати затрати на його утримання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання побудови управлінського обліку розглянуто у працях таких вітчизняних вчених, як В.І. Бачинський, С.Ф. Голов, А.П. Гринько, Т.О. Коноваліхіна, П.О. Куцик, В.О. Озеран, Ю.В. Панченкова, О. А. Полянська, В. К. Савчук, В.В. Солко та ін. Враховуючи значний внесок вчених у розробку цього питання, все-таки варто зазначити, що питання щодо організації управлінського обліку на підприємствах ресторанного господарства розглянуто недостатньо повно.

Мета та завдання роботи. Розглянути особливості побудови системи управлінського обліку на підприємствах ресторанного господарства та можливість виділення окремих центрів відповідальності з метою контролю витрат у місцях їх виникнення.

Виклад основного матеріалу дослідження. Особливістю діяльності підприємств ресторанного господарства є те, що вони поєднують у собі виробництво продукції, її реалізацію та споживання безпосередньо у місцях продажу. З огляду на це, вважаємо, що система фінансового обліку не може повною мірою задовольнити інформаційні потреби апарату управління, оскільки більш зорієнтована на складання фінансової звітності.

Під управлінським обліком ми розуміємо обслуговуючу сферу діяльності, яка продукує необхідну та адекватну потребам менеджменту підприємства інформацію для прийняття обумовлених рішень при аналізі альтернативних дій. Інформація, що надається управлінським обліком, орієнтована на задоволення потреб як стратегічного, так і поточного управління, оптимізацію використання ресурсів, забезпечення об'єктивної оцінки діяльності підрозділів і окремих менеджерів. Таким чином, управлінський облік є складником процесу управління та надає інформацію, важливу для:

- визначення стратегії та планування майбутньої діяльності підприємства;
- контролювання поточної діяльності;
- оптимізації використання ресурсів;
- оцінки ефективності діяльності;
- зниження рівня суб'єктивності в процесі прийняття рішень [2, с. 152].

Інформація управлінського обліку формується і надається з урахуванням потреб керівників конкретного підприємства. Кінцевою метою управлінського обліку є допомога керівництву в досягненні стратегічної мети підприємства. Проведені дослідження показали, що прийняття ефективних управлінських рішень при веденні операційної діяльності неможливе без систематичної та пов-

ної інформації про усі процеси, що відбуваються на підприємстві. З огляду на це, а також виходячи зі специфіки діяльності підприємств ресторанного господарства пропонуємо систему управлінського обліку на Комбінаті громадського харчування Красилівської райспоживспілки організувати із виділенням таких бізнес-процесів:

- бізнес-процес постачання – акумулюється інформація про залишки сировини, її потреби та витрати, пов'язані з її поставкою;
- бізнес-процес виробництва – проводиться накопичення інформації про витрати, пов'язані із виробництвом страв та коктейль них напоїв;
- бізнес-процес реалізація – нагромаджується інформація про витрати, пов'язані зі збутом страв, а також про розміри продаж.

Взаємозв'язки робочих секторів фінансової та управлінської бухгалтерії зображено на рис.



Рис. Взаємозв'язок фінансового та управлінського обліку на Комбінаті громадського харчування Красилівської райспоживспілки

Як видно з рисунку, накопичення інформації фінансового обліку відбувається за виділеними топологічними ділянками обліку – облік закупівель, облік витрат на виробництво, облік реалізації та формування доходів, облік фінансових результатів. Паралельно відбувається збір та оброблення інформації управлінського обліку, виходячи із бізнес-процесів, притаманних підприємствам ресторанного господарства: постачання, виробництво, реалізація. Інформація, що накопичується у фінансовій бухгалтерії, є взаємопов'язаною із інформацією управлінської бухгалтерії. Тому для потреб управління ці потоки інформації використовуються в комплексі.

Формування даних фінансового та управлінського обліку відбувається шляхом передавання інформації із: у фінансовому обліку – структурних підрозділів підприємства; в управлінському обліку – центрів відповідальності. Таким чином, організація управлінського обліку на підприємствах ресторанного гос-

подарства здійснюється виходячи із виокремлення центрів відповідальності окремо по кожному бізнес-процесу.

Проведені дослідження показали відсутність єдиного підходу щодо тлумачення суті такого поняття як "центр відповідальності". Отже, вважаємо, що центр відповідальності – це частина організації, де доцільно акумулювати бухгалтерську інформацію про її діяльність. Звіти центрів відповідальності включають лише ті статті затрат і надходжень (доходу, прибутків, виторгу), на які може вплинути менеджер центру. У 1952 р. Джон Хігінс писав про облік за центрами відповідальності як про систему "бухгалтерського обліку, яка перекроюється організацією так, що затрати акумулюються та відображаються в звітах на визначених рівнях управління" [1].

Проведені дослідження практичної діяльності підприємств досліджуваної галузі, зокрема Комбінату громадського харчування Красилівської райспоживспілки, засвідчили, що в основі виокремлення центрів відповідальності на об'єкті дослідження лежить децентралізація управління, яка передбачає делегування повноважень з прийняття управлінських рішень. Центри відповідальності виділяються з урахуванням організаційної структури підприємства та змісту бізнес-процесів.

Результати проведених досліджень показали, що впроваджуючи метод обліку затрат та доходів за центрами відповідальності, необхідно чітко дотримуватись загально визначених прийомів бухгалтерського обліку: сприйняття, вимірювання, оцінювання, фіксації на носіях інформації, інвентаризації, реєстрації даних за ознаками групування господарських фактів тощо. Використовуючи весь масив інформації, керівники зможуть здійснювати оперативний контроль за функціонуванням структурних підрозділів підприємства, аналізувати події, і за необхідності – удосконалити бізнес-процеси.

Висновки. Проблематика організації управлінського обліку на підприємствах ресторанного господарства, на наш погляд, насамперед пов'язана зі специфікою їх діяльності. Проведені дослідження показали, що питання, пов'язані зі сферою діяльності закладів ресторанного господарства, є дискусійними. Так, ресторанный бізнес пов'язують або зі сферою торгівлі, або з виробництвом та реалізацією готової продукції. Ми вважаємо, що підприємства ресторанного господарства доцільно віднести до торговельно-виробничих. Відповідно до цього і варто організувати управлінський облік.

У структурі побудови бухгалтерського обліку на Комбінаті громадського харчування Красилівської райспоживспілки, виділяються служби, які відповідають за облік затрат та доходів. Їх основною метою є групування та оброблення інформації, що стосується питання затрат і доходів, а також узагальнення, інформації яка надається структурними підрозділами з вище названих питань. При цьому, безперечно, не можна зменшувати необхідність проведення аналітичних процедур. Зменшення обсягу часу, що відведено на облікову роботу, за постійно зростаючих обсягів інформації та незмінного штату робітників обліковців, у кінцевому результаті впливає на якість облікової інформації, яка є базою для проведення аналізу.

У цій ситуації доречним є створення управлінської бухгалтерії, що дасть змогу вирішити питання розвантаження облікових робітників, отже – підвищен-

ня рівня якості оброблення облікової інформації та прискорення її потрапляння до апарату управління.

Література

1. Грінко А.П. Організація обліку за центрами відповідальності на підприємствах ресторанного господарства / А.П. Грінко, О.О. Кваша // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг : зб. наук. праць – Харків : Вид-во ХДУХТ. – 2008. – Вип. 2 (8). – С. 129-134.
2. Павленко Л.А. Корпоративні інформаційні системи : навч. посібн. / Л.А. Павленко. – Харків : ВД "ІНЖЕК", 2003. – 260 с.

Полянская Е.А., Степанюк Н.Г. Организация управленческого учета по бизнес-процессам на предприятиях ресторанного хозяйства

Раскрыты вопросы организации системы управленческого учета на предприятиях ресторанного хозяйства на базе выделения соответствующих центров ответственности.

Ключевые слова: управленческий учёт, бизнес-процессы, цент ответственности.

Polanska O.A., Stepanyuk N.G. Organization management accounting for business processes on the restaurants and catering enterprises

Revealed the organization of management accounting system in the business of restaurant management at the appropriate allocation of responsibility centers.

Keywords: the managerial accounting, business processes, responsibility center.

УДК 339.137.2:630*742

*Доц. О.В. Максимець, канд. екон. наук;
магістр Н.І. Слюсарчук – НЛТУ України, м. Львів*

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ МІЖНАРОДНИМИ ЗВ'ЯЗКАМИ ПІДПРИЄМСТВ ЛІСОВОГО ГОСПОДАРСТВА ТА ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ СПІВПРАЦІ З ІНОЗЕМНИМИ КОНТРАГЕНТАМИ

Визначено сутність та значення управління зв'язками при співпраці з іноземними контрагентами в системі В2В. Розглянуто методичні підходи до оцінювання зв'язків з іноземними контрагентами. Оцінено стан управління зв'язками та ефективність співпраці з іноземними контрагентами на ДП "Славське лісове господарство".

Актуальність дослідження. Особливості розвитку зовнішніх ринків на сьогодні змушують шукати нові підходи до ведення експортних операцій. Боротьба за контрагента в умовах конкуренції вже не обмежується удосконаленням якості товару та зниженням цін, а для лісових підприємств це є особливо справедливим. Рівень конкуренції, спричинений значним переважанням пропозиції над попитом унаслідок кризи, спонукає компанії шукати більш модифіковані інструменти формування конкурентних переваг бізнесу, особливо під час ведення діяльності на зовнішніх ринках. Одним з основних чинників, що визначають ефективність бізнесу, є клієнти. Встановлення довгострокових зв'язків із найважливішими клієнтами – це ключ до стабільності в сучасних мінливих умовах ринку. Тому клієнти стають головним орієнтиром, яким керуються організації у своїй діяльності.

Дедалі більше українських підприємств у діяльності визнають необхідність встановлення відносин зі споживачами як одного з найбільш ефективного методу залучення нових та утримання існуючих контрагентів. Сучасна система

управління взаємозв'язками з клієнтами спрямована на вивчення ринку і конкретних потреб клієнтів. На основі цих знань розробляються нові товари або послуги і таким способом компанія досягає поставлених цілей і покращує своє фінансове становище.

Методи дослідження. Основою для дослідження були матричні методи. Запропоновано вдосконалену матрицю для привабливості іноземних контрагентів лісових підприємств.

Мета дослідження – вивчити особливості управління зв'язками у сфері CRM-систем загалом та на ринках лісопромислової продукції, а також визначити перспективи застосування таких систем. Об'єктом дослідження є підходи до оцінювання ефективності управління зв'язками з іноземними контрагентами. Предметом дослідження є процес та особливості управління зв'язками з іноземними контрагентами лісових підприємств.

Для виконання поставленої мети поставлені такі завдання: визначити сутність та значення управління зв'язками при співпраці з контрагентами на зовнішніх ринках; розглянути методичні підходи до оцінювання зв'язків з іноземними контрагентами; оцінити ефективність співпраці з іноземними контрагентами; оцінити стан управління зв'язками з контрагентами на ДП "Славське лісове господарство".

Результати дослідження. Питання щодо вивчення управління зв'язками з іноземними контрагентами та ефективності їх співпраці досліджували такі українські вчені, як: З. Бойко, В. Гесць, Г. Горбенко, Л. Лісова, Т. Мельник та деякі інші. Серед іноземних авторів варто виділити роботи Поповича, Чена, Дейвідса, Сюй, Іена, Нгуена, Зігмунда, Гупти, Леманна, Уолтона та деяких інших.

Мінцберг Х. та Альштрад Б. визначають управління відносинами з клієнтами (Customer Relationship Management – CRM) як поняття, що охоплює концепції, котрі використовують компанії для управління їхніми взаємовідносинами зі споживачами, включаючи збір, зберігання та аналіз інформацією про споживачів, постачальників, партнерів та інформації про взаємовідносини з ними [4].

Однією з переваг впровадження системи управління зв'язками з клієнтами є те, що вона об'єднує різні відділи організації. К. Попович та І. Чен пояснюють, що через управління зв'язками з клієнтами ключові одиниці компанії взаємодіють з іншими бізнес-одиницями, і це дає змогу головному офісу отримати актуальну інформацію про те, що відбувається з клієнтами [1]. За словами М. Дейвідса, одним з основних завдань управління зв'язками з клієнтами є синхронізація різних точок доступу у фірму різноманітної інформації для забезпечення єдиного повідомлення для клієнтів у кожній точці взаємодії [2]. І. Ксу та Дж. Волтон далі описують управління зв'язками з клієнтами як знання і співпрацю з усіма точками взаємодії в межах підприємства з метою удосконалення досвіду співпраці даного підприємства з клієнтами [7].

Навіть за умови простої купівлі програмного забезпечення і встановлення його на всіх "точках дотику" в організації для того, щоб будь-який CRM процес був дійсно ефективним, потрібно починати з визначення – хто є клієнтами компанії і яка їх важливість в динаміці. За словами Т. Нгуена, хорошим способом почати впровадження управління зв'язками з клієнтами є створення моделі рентабельності кожного клієнта [5].