

Бухгалтерське розуміння витрат відрізняється від їх економічного тлумачення. В ньому витрати – це загальноекономічна категорія, що характеризує використання різних субстанцій та сил природи в процесі господарювання. Під економічними витратами розуміють “витрати втрачених можливостей”, тобто суму коштів, яку можна одержати за більш вигідного використання ресурсів.

Однак, протиставлення не має обґрунтувань, оскільки в обох випадках йдеться про витрати в їхньому економічному значенні: у першому – це витрати реальні, так би мовити “бухгалтерські”, що виникли в окремому періоді, у другому – це витрати бажані, що могли бути при певних умовах господарювання.

Побудову та вдосконалення системи обліку та управління витратами на підприємствах пропонується здійснювати шляхом: виділення основних понять і процедур, системи обліку витратами; виявлення існуючих проблем формування та контролю витрат на підприємстві; формування моделі організації обліку витратами з урахуванням особливостей галузей та підприємств; побудови інформаційної системи; адаптації документообігу до обраної інформаційної системи; розподілу відповідальності за формування витрат та створення механізму мотивації і стимулювання їх зниження.

Дослідження діючої облікової практики свідчить про те, що недостатньо уваги, на превеликий жаль, поки що приділяється саме перегляду методології процесу виробництва в цілому, а також однієї з найважливіших облікової категорії – витрат виробництва зокрема.

### **Питання інноваційної сприйнятливості персоналу у сучасній промисловій компанії**

Бойченко О.І.

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

Для досягнення успіху у сучасній промисловій компанії потрібно впровадження інновацій.

Інновації в процесі продажів :

1. Тиражування успіху. Спираючись на досвід інших компаній гравців на ринку промислової автоматизації і успіхом продажів в інших регіонах, компанія переймає досвід і тиражує успіх в своєму регіоні, в своїй області.

2. Структурування управління. Оскільки існує безліч підрозділів і виникає необхідність донесення розпоряджень від керівництва до всіх співробітників компанії. Прийнята система «єдиної точки введення». Засновник дає розпорядження директорам: комерційному, з маркетингу, фінансовому. Вони в свою чергу передають розпорядження начальникам підрозділів: відділ продажів, бухгалтерія, конструкторське бюро, відділ галузевих рішень, кол-центр. Вони в свою чергу передають далі: старшим менеджерам, керівникам осередків. А вони вже передають до нижчої ланки. І кожен в цьому ланцюжку керує і контролює в середньому шістьма співробітниками.

3. Використання бази 1С CRM версія 11.1. Програма 1С CRM не нова, але зате в ній дуже зручно вести записи по клієнтах (результати переговорів, зустрічей). А також передача завдань будь-якого співробітника компанії здійснюється за допомогою 1С CRM. Ця база дозволяє призначити будь-які завдання для виконання з призначенням конкретної дати і часу виконання, а також з можливістю контролю якості виконання. Аналізу виконаних завдань.

4. Використання програми «Бітрікс». Програма «Бітрікс» є аналогом соціальних мереж і застосовується в компанії для викладання в стрічку новин по всій компанії. Зручна також для пошуку будь-якого співробітника, є довідником всіх співробітників по двох площадках і також для зв'язку з будь-яким співробітником. Будь-який співробітник бачить все новини і Зміна в компанії, може окритія пропонувати удосконалень або висловлювати свою думку як позитивне так і негативне про керівництво. Критику керівництва компанія вітає і вносить зміни. У компанії більше 1 тис. співробітників і дуже актуально щоб усі знали про зміни, новинки, що випускаються, і інші новини в компанії. Будь-який співробітник бачить усі новини і зміни в

компанії, може відкрито пропонувати удосконалення або висловлювати свою думку як позитивне так і негативне. Керівництво завжди відкрите до діалогу.

5. Навчання співробітників (семінари, вебінари). Для економії часу на переїзди і загальні збори. Для підвищення кваліфікації співробітників, щотижня проводяться навчальні вебінари за приладами, їх програмування, застосування, новинкам і інші.

6. Проведення навчальних семінарів для клієнтів.

7. Внесення коригування (підстроювання під завдання компанії) в бізнес процес етапів продажів.

8. Для економії часу служби технічної підтримай (ГТП), прийнято рішення зібрати і систематизувати всі звернення за 5 років роботи в компанії і заощадити час клієнтів і співробітників ГТП. Тепер будь-який клієнт може не стояти в черзі дзвінків і не чекати зворотного зв'язку н запит по підбору аналогів, а самостійно отримувати інформацію з сайту.

Інновації неминучі і мають бути вчасно сприйняті персоналом та організацією. Керівники корпорацій виходять з того, інновації що пов'язані з ризиком, але відмова від них — ще більш ризикова. Спроможність організації створювати і комерціалізувати інновації залежить першочергово від її сприятливості до новацій. Сприйнятливості організації до інновації — це властивість суб'єкта до опанування інновацій, а саме: час освоєння нововведення даною організацією порівняно з іншими. Чим раніше буде прийнято рішення про впровадження інновацій або чим більше буде освоєно інновації за певний період у зіставленні з іншими суб'єктами опанування інновації, тим вища сприйнятливості організації до інновацій.

Отже, сприйнятливості до інновацій потребує від організації спроможності до створення нових ринків, нових товарів, техніки і технології, при цьому необхідно брати до уваги конкурентів. Тож важливими є аналіз інформації про конкурентне середовище, оцінка рівня попиту на аналогічні товари та послуги. Аналіз і зіставлення конкурентних переваг та можливостей охоплюють оцінку місткості ринку, можливості його сегментації, вигоду, яку пропонують споживачу конкуренти.

Таким чином, на рівень сприйнятливості інновації мають вплив як характер інновації, рівень його радикальності, складність чи простота в експлуатації, життєвий цикл, так і параметри організації, яка здійснює інновацію, наявність та величина ресурсів, гнучкість її організаційних структур, стиль і характер мислення менеджерів, культура і психологічний клімат. І тому поєднання зазначених умов створює основу і визначає характер процесу адаптації новацій в організації.

На прикладі міжнародної промислової компанії були розглянуті інновації у комерційному відділі. Основна модель організаційної структури відділу продаж основана на географічному принципі, та останнім часом ведуться роботи по створенню відділу галузевих менеджерів [1].

## Література

1. Бойченко О. І. Інновації на прикладі української промислової компанії

## **Професії майбутнього в сфері інформаційних технологій**

Бондаренко Д.О.<sup>7</sup>

Університет фіскальної служби України

Інформаційні технології (ІТ) покликані обслуговувати людину з точки зору надання різного роду даних для прийняття тих чи інших рішень. Багатогранні знання стали доступні мільйонам людей, змінюючи при цьому картину інформаційного простору. Самі знання стали матеріальною частиною світу та мають конкретну вартість.

---

<sup>7</sup> Науковий керівник: Сьомка Н.К., ст.викладач