



терміни постачання товарів, логістичні витрати, допомагаючи формувати стратегію і тактику поведінки компанії на ринку. Таким чином, головною рекомендацією, яку можна дати даному підприємству – це створити відділ (або департамент) маркетингу і логістики, для покращення становища підприємства.

Логістика як наука займається розробкою методів планування й управління матеріальними й інформаційними потоками в межах підприємства, галузі, а також між галузями економіки з метою отримання найбільшого народногосподарського ефекту. Найбільш тісну взаємодію на підприємстві логістика має з маркетингом, оскільки в сукупності вони зумовлюють політику і характер виробничої, постачальницької і збутової діяльності суб'єктів ринкових відносин. Тож для кращої роботи підприємства необхідно, щоб існували і відділ маркетингу, і відділ логістики.

Наук. керівн. Колодізева Т. О.

Література: 1. Николайчук В. Е. Взаимосвязь и различия логистики и маркетинга / В. Е. Николайчук // Экономика Украины. – 1999. – № 4. 2. Зыкова М. Е. Взаимодействие логистики с производством, маркетингом и финансированием / М. Е. Зыкова, Е. А. Сотникова // Вестник ОрелГИЭТ. – 2009. – № 1–1(7). – С. 79–86. 3. Ломтев А. Журнал "Мир климата": статья о климатическом оборудовании / А. Ломтев // Вестник УКЦ АПИК: Логистика как инструмент повышения эффективности работы компании [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.mir-klimata.com/archive/number71/article/num_32/.

УДК 658.032

Соломка Р. Е.

Студент 4 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

КОНТРОЛЬ ЗА СТАНОМ ЗАПАСІВ ПРОДУКЦІЇ НА СКЛАДІ

Анотація. Оцінено ефективність виконання функції контролю за основними операціями у ТОВ "Джі Ейч Інтернешенел". Встановлено, що є необхідність у створенні мережі, яка включала б глобальну систему комп'ютерної інформації, що покращує обслуговування покупця, і комбіновану всеосяжну транспортну та складську системи.

Аннотация. Оценена эффективность выполнения функции контроля по основным операциям в ООО "Джи Эйч Интернешенел". Установлено, что есть необходимость в создании сети, которая включала бы глобальную систему компьютерной информации, которая улучшает обслуживание покупателя, и комбинированную всеобъемлющую транспортную и складскую системы.

Annotation. The efficiency of control over the main operations at JSC "GH International" was evaluated. A need for creation of a network was proved to include a global system of computer information that improves customer service and a combined comprehensive transport and warehouse system.

Ключові слова: записи, продукція на складі, транспортна і складська системи.

Ефективна організація матеріально-технічного постачання в сучасних умовах господарювання повинна спрямовуватися на збільшення обсягів виробництва та збуту продукції, а також на отримання прибутку за рахунок скорочення витрат обігу і зростання товарообігу. Прискорення прогресу в застосуванні програмування і моделювання процесів виробництва вимагає фахівців високого класу, професійні можливості яких перевершують можливості і вміння власного персоналу підприємства. Тому пропонується залучення зовнішніх консультантів до розробки і здійснення важливих проектів у сфері логістики з метою отримання конкурентних переваг.

Мета статті – оцінити ефективність виконання функції контролю за основними операціями у ТОВ "Джі Ейч Інтернешенел".

Зростає чисельність публікацій російських та українських вчених із теоретичних і практичних основ логістики, а саме: Крикавського Є. В., Окландера М. А., Гаджинського А. М., Анікіна Б. А., Миротіна Л. Б., Ташбаєва І. Е. та ін. [1 – 5].

© Соломка Р. Е., 2014



Ефективність виконання функції контролю у кожній операції у ТОВ "Джі Ейч Інтернешенел" у 2012 р. наведені в таблиці.

Таблиця

**Ефективність виконання функції контролю у кожній операції
у ТОВ "Джі Ейч Інтернешенел" у 2012 р.**

№	Операція	Ефективність виконання функції контролю, %
1	Розробка стратегічного постачання	15,8
2	Системне моделювання	13,8
3	Розробка стратегії транспортування	9,66
4	Контроль за постачанням сировини і матеріалів	9,2
5	Планування, конструкція складів	8,1
6	Розміщення складів	7,7
7	Система розрахунку й оцінки фрахту	7,3
8	Автоматизована обробка замовлень, які надходять	6,8
9	Співставлення варіантів стратегії обслуговування покупця	4,9
10	Аналіз системи транспортної мережі	3,5
11	Розробка стратегії зберігання	3,0
12	Прогнозування попиту	2,5
13	Планування потреб у сировині та інших матеріалах	2,1
14	Перевірка рівня обслуговування покупців	1,7
15	Конструкція навантажувально-розвантажувальної системи	1,3
16	Складання звітів за оцінкою результатів	1,3
17	Розробка конвеєрних систем на складах	0,8
18	Планування виробництва	0,4
19	Обробка даних	0,09
20	Оцінка системи інформації в межах виробничого процесу	0,05

Найбільше консультанти використовуються в проектах з розробки стратегії постачання. Далі за ступенем важливості йдуть проекти системного моделювання. До проектів, які розробляються за допомогою зовнішніх консультантів, відносяться: стратегія транспортування, стратегія зберігання, планування і конструкція складів, система розрахунку й оцінки фрахту та ін. Наявність в списку питань стратегії перевезень і зберігання свідчить про спеціальну увагу до сфери розподілу, що забезпечує покупцеві високу надійність постачання продукції. Ступінь використання на американських, німецьких та польських підприємствах консультантів у проектах обробки замовлень ще порівняно недавно був досить високим, проте зараз він має тенденцію до зниження. Це пояснюється тим, що багато фірм вже автоматизували цю систему і мають у штаті обслуговуючий її персонал.

Підприємство, що має конкурентну спрямованість, регулює систему постачання, підвищує її можливість, планує досить високий рівень обслуговування покупця. Таким чином, її мета полягає в тому, щоб гарантувати цей рівень обслуговування. Структура повинна мати інформаційну підтримку. За допомогою засобів інформації контролюються групи, що здійснюють різну діяльність у сфері постачання, закупівель і збуту, а також охоплюються інші пов'язані з цими завданнями, види діяльності. Підприємства повинні мати в розпорядженні великі інформаційні мережі, які діють не лише всередині власної фірми, але і пов'язані з покупцем. Обмін інформацією між структурами дозволяє погоджувати проблеми логістики і підходи до їх вирішення. Таким чином, відбувається розгортання партнерства у сфері логістики на інформаційній основі, створюється вертикальна система маркетингу, весь комплекс функціонує як єдине ціле. У міру того, як ринок підприємства поширюється за межі національних меж, глобальних масштабів набуває і логістика, з'являється потреба в міжнародній стратегії. Інтереси споживача на світовому ринку обернені у бік високоякісної і відносно дешевої продукції. Глобальна система повинна ефективно реагувати на конкуренцію у сфері цін, якості і набору послуг.

Таким чином, виникає завдання створення мережі, яка включала б глобальну систему комп'ютерної інформації, що покращує обслуговування покупця і комбіновану всеосяжну транспортну та складську системи. Подальшому дослідженню підлягає розробка заходів щодо підвищення ефективності контролю за станом запасів на складах вітчизняних підприємств.

Наук. керівн. Руденко Г. Р.

Література: 1. Економіка логістичних систем : монографія / М. Васелевський, І. Білик, О. Дейнека та ін. ; за заг. ред. С. Крикавського та І. Кубіва. – Львів : Національний університет "Львівська політехніка", 2008. – 596 с. 2. Окландер М. А. Промислова логістика : навчальний посібник / М. А. Окландер, О. П. Хромов. – К. :

Центр навчальної літератури, 2004. – 222 с. 3. Гаджинский А. М. Логистика : учебник / А. М. Гаджинский. – М. : Информационно-внедренческий центр "Маркетинг", 1998. – 228 с. 4. Логистика : учебник / под ред. Б. А. Аникина. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : ИНФРА-М, 2003. – 368 с. 5. Миротин Л. Б. Логистика для предпринимателя: основные понятия, положения и процедуры : учебное пособие / Л. Б. Миротин, Ы. Э. Ташбаев. – М. : ИНФРА-М, 2002. – 252 с. 6. Руденко Г. Р. Інноваційність взаємозв'язків видів забезпечення логістичної діяльності та управління підприємством / Г. Р. Руденко // Проблеми науки. – 2007. – № 8. – С. 8–13.

УДК 005.915:336.71

Ульянова Г. С.

Студент 4 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ ПЛАНУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Анотация. Розглянуто та проаналізовано процес планування діяльності підприємства, виявлено недоліки та запропоновано шляхи його вдосконалення.

Аннотация. Рассмотрен и проанализирован процесс планирования деятельности предприятия, выявлены недостатки и предложены пути его усовершенствования.

Annotation. The process of business planning was reviewed and analyzed. Deficiencies were identified and improvement measures were proposed.

Ключові слова: планування, бізнес-планування, бізнес-план, діяльність підприємства, удосконалення планування.

Планування діяльності підприємств є актуальною проблемою сьогодення з огляду на його визначальну роль у забезпеченні функціонування та стабільного розвитку українських підприємств. Актуальність роботи полягає в тому, що планування становить один із основних елементів системи внутрішньофірмового управління інноваційною діяльністю організації. Як елемент системи менеджменту планування є відносно самостійною підсистемою, що включає сукупність специфічних інструментів, правил, структурних органів, інформації та процесів, спрямованих на підготовку й забезпечення виконання планів. Без планування діяльності підприємство не зможе злагоджено функціонувати та приносити прибуток.

Об'єктом статті є дослідження процесу планування діяльності на підприємстві.

Предметом статті є теоретичні та методичні положення щодо розробки планування в діяльності підприємства.

На сьогодні вчені створили цілісну систему стратегічного планування, найбільш істотними з наукових досліджень є праці В. Бабича, Д. Богині, В. Єфремова, О. Віханського, В. Гейця, І. Лукинова, Л. Мельника, В. Пономаренка, С. Попова, О. Тридіда, З. Шершньової, Л. Шевчук, Р. Фатхутдінова, А. Яковлева та ін. У закордонній науковій літературі значну увагу питанням стратегічного планування приділили Р. Акофф, І. Ансофф, Р. Бранденбург, А. Аакер, Д. Хассі, П. Друкер, Г. Міцберг, Дж. Б. Куїнн, Б. Карлоф, У. Кінг, Д. Кліланд, Дж. Стейнер, Дж. Гелбарт та ін. [1, с. 35].

Сутність планування в умовах ринку полягає в науковому обґрунтуванні на підприємстві майбутніх економічних цілей розвитку, у виборі найкращих способів їх досягнення на основі виявлення таких видів та обсягів діяльності, котрі необхідні ринку, встановлення таких її показників, які дають змогу найбільш повно використати ресурси та досягти якісного результату [2, с. 11].

План діяльності підприємства слугує основою для розроблення заходів із маркетингу, менеджменту та координації діяльності всіх його підрозділів. Він дає змогу одночасно розглянути взаємопов'язані економічні, соціальні, організаційні та інші проблеми і тому є базою для розроблення й прийняття раціональних управлінських рішень. Місія, головні цілі та функції кожного підприємства у процесі планування повинні бути тісно пов'язані між собою й відобразитися як у короткострокових, так і у довгострокових планах. Тому принцип плановості є невід'ємним принципом діяльності підприємства. Без плану неможливо здійснювати дієвий контроль, досягати узгоджених дій між підрозділами підприємства і виокремлювати пріоритетні напрями його розвитку.

У роботі розглянуто процес планування на підприємстві ФОП "Башинський С. С.", яке займається оптовим продажем пива та безалкогольної продукції. У процесі дослідження було виявлено