

У процесі аналізу внутрішнього середовища підприємства здійснюється вивчення та оцінка факторів за функціональними сферами підприємства, які впливають на його стан. Під час аналізу внутрішнього середовища підприємства складною методологічною проблемою є визначення об'єктів обстеження та їх основних параметрів. У науковій літературі з управління розглядається декілька підходів до визначення складу внутрішнього середовища підприємства. У ряді з них до факторів внутрішнього середовища відносять структуру підприємства, його культуру і ресурси; або цілі, завдання, структуру, технологію, персонал; або рівні менеджменту, майстерність менеджера, ролі менеджера. Іноді, аналізуючи внутрішнє середовище підприємства, говорять про потенціал підприємства – управлінський, виробничий та економічний. В. Винокуров розглядає внутрішнє середовище підприємства як сукупність усіх внутрішніх факторів, що обумовлюють певні процеси його життєдіяльності. Внутрішні фактори регулюються, тобто є об'єктами управління з боку підприємства, але водночас вони безпосередньо впливають на його діяльність, визначаючи його потенціал. Ґрунтуючись на даному постулаті управління, аналіз внутрішнього середовища підприємства здійснюється за такими функціональними сферами: маркетинг, фінанси, виробництво і технології, персонал, організація управління, організаційна культура та імідж. При цьому особливого значення в процесі аналізу набувають елементи системи управління підприємства.

Ґрунтуючись на визначених складових діагностики стану підприємства у конкурентному середовищі та творчо розвиваючи існуючі методичні підходи до процесу дослідження внутрішнього середовища, пропонуємо структурно-логічну схему діагностики (рис. 2).

Висновки. Оскільки процес діагностики стану підприємства у конкурентному середовищі є важливим у визначенні стратегічних напрямків розвитку підприємства, то можна зробити висновок, про те, що необхідно більш докладно зупинитися на питанні методики проведення діагностики, принципів та інструментів здійснення. Згідно з представленою структурно-логічною схемою діагностики стану підприємства у конкурентному середовищі цей процес здійснюється в такій послідовності: аналіз внутрішнього середовища; порівняльна оцінка діяльності підприємства з конкурентом; портфельний аналіз. За результатами кожного виду аналізу в процесі діагностики стану підприємства в конкурентному середовищі пропонуємо складати відповідні профілі: здатностей підприємства, конкурентний профіль здатностей та портфельний. Профіль здатностей підприємства містить сильні сторони підприємства, оцінку потенціалу та ключові фактори успіху.

Література

1. Винокуров В.А. Организация стратегического управления на предприятии. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. – 160 с.
2. Воронкова А.Е. Стратегическое управление конкурентоспособным потенциалом предприятия: диагностика и организация. – Луганск, 2000. – 315 с.
3. Забелин П. В. Предпринимательский менеджмент. – М.: Приор, 1999. – 224 с.

УДК 656. 338. 12

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ЛОГІСТИЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПЕРЕВЕЗЕНЬ ВАНТАЖІВ У МІЖНАРОДНОМУ СПОЛУЧЕННІ

*Волинець Л.М., кандидат економічних наук
Іванов В.Ю.*

Постановка проблеми. Автомобільний транспорт міцно увійшов у наше життя. Практично кожне підприємство має на балансі автомобіль, орендує його, або користується послугами автоперевезень інших суб'єктів підприємництва. Але економічна ситуація, що склалася в Україні в умовах кризи не сприяє його розвитку, а навпаки, з ряду об'єктивних та суб'єктивних причин парк автотранспортних підприємств загального користування поступово занепадає.

Падіння обсягів виробництва, низька платіжна спроможність замовників транспортних послуг та й самих автоперевізників, недосконала податкова система, відсутність чітких механізмів та дисципліни взаєморозрахунків за виконану роботу призводять колишні потужні автопідприємства до грані банкрутства, зменшення їх кількості. На зміну їм приходять підприємства, що використовують невеликий автомобільний парк, необхідний для перевезень власних вантажів, які одночасно можуть

надавати і, як правило, разово надають послуги з перевезення стороннім організаціям та фізичним особам.

Крім того, ніші, що утворилася, успішно заповнюють підприємства різних форм власності і приватні підприємці, одним з видів діяльності яких є надання послуг з перевезення вантажів автомобільним транспортом у міжнародному сполученні.

Міністерством транспорту України розроблені і затверджені Правила перевезень вантажів і пасажирів автомобільним транспортом, якими визначено права, обов'язки і відповідальність усіх учасників транспортного процесу (перевізників, вантажовідправників і вантажоодержувачів).

Перевезення вантажів і пасажирів у міжнародному сполученні регламентуються спеціальними правилами, оскільки такі перевезення мають свої особливості, які стосуються комплексу вимог безпосередньо процесу перевезень та його документального оформлення.

Основний матеріал дослідження. Перевезення вантажів в міжнародному сполученні пов'язане з одержанням, заповненням, оформленням, доставкою та здачею цілого ряду документів. Головними документами при здійсненні міжнародних перевезень вантажів являються документи які містять всі відомості про перевізника та вантаж.

Будь який перевізник, який везе вантаж за кордон не має права перевозити вантаж без товарно-транспортної накладної, типової форми CMR. Цей документ несе всю інформацію про вантаж. Його необхідно отримати на митниці, яка має відповідну ліцензію для видачі CMR. Для отримання даного документу митний відділ інспектування перевіряє вантаж, який має перевозитися за кордон і опломбовує його. Відповідний номер пломби заноситься до товарно-транспортної накладної (CMR).

Щодо документів, які несуть інформацію про перевізника. Тут можна скористатися двома методами. Перший – придбати книжку МДП. Другий – необхідно зібрати певний пакет документів, які свідчать про перевізника (хто власник вантажу, з якої країни і в яку їде, що перевозить...). При наявності всього пакету документів, вони подаються на відповідні перевірки у служби АсМАП та ДАІ і перевіряються, а це відповідно – втрата часу при перевезенні та перетині кордону.

Для спрощення митних процедур Європейська економічна комісія Організація Об'єднаних Націй в Женеві 19 травня 1956 року розробила Конвенцію МДП (TIR) в одному екземплярі на англійській і французькій мовах, причому кожний текст є рівно ідентичним, для того щоб у кожній країні були однакові права при перевезеннях вантажу і не було проблем при перекладі. Від цієї комісії у кожній країні, яка приймає участь у даній конвенції є свій представник. В нашій країні це Асоціації міжнародних автомобільних перевезень (АсМАП).

Книжка МДП, має свої переваги та недоліки. Тобто, при наявності відповідної книжки не потрібні інші документи, які свідчитимуть про перевізника з вантажем. Відповідно при перетині кордону маючи дану книжку час оформлення документів значно менший, аніж без неї.

Для того, щоб придбати книжку МДП необхідно отримати допуск до системи МДП.

Як свідчить статистика перевізник маючи книжку МДП витрачає час для оформлення документів на кордоні від однієї до трьох годин. Без відповідної книжки від 1 до трьох днів. Варто відзначити, що дана книжка дійсна лише для одного перевезення за кордон. Цінність та вартість її залежить від кількості листів у ній. Кожен із листів виривається та залишається на пункті пропуску.

Для отримання книжки МДП обов'язково потрібно стати членом АсМАП. Щоб стати членом Асоціації міжнародних автомобільних перевезень (АсМАП), необхідно подати до Асоціації відповідний пакет документів, та сплатити певні внески в АсМАП. Дані документи будуть перевірятися на протязі двох тижнів, потім виноситься висновок. Сума внеску залежить від кількості машин на підприємстві. Це свідчить про те, що підприємець, який заключив договір та вніс внесок в АсМАП не має права забирати свої гроші до тих пір поки він є членом Асоціації. При цьому перевізник має право купувати книжку МДП, яка є свого роду системою гарантій сплати митних зборів у разі недоставляння вантажу в митницю призначення. В той же час межа відповідальності по документах не перевищує 50 тисяч доларів.

Прийняття конвенції про договір міжнародного перевезення вантажів було чудовим кроком для розвитку міжнародних перевезень і надало країнам учасникам цього договору суттєві переваги. Всі країни Європи, країни колишнього СРСР та країна Африки Туніс долучились до цього договору, розуміючи всі ті переваги які можна отримати будучи учасником даної конвенції.

Висновок. З проведеного аналізу можна зробити висновок, що при застосуванні книжки міжнародного дорожнього перевезення МДП (TIR) та товарно-транспортної накладної CMR, підприємство за кожну поїздку отримує удвічі більший дохід, крім цього витрачає менше часу при

оформлення документів на пунктах пропуску. Тому дана система, хоча і несе за собою певні витрати, являється самоокупною та ефективною при здійсненні міжнародних перевезень вантажів.

Література

1. Смахов А.А. Основы транспортной логистики: Учеб. Для ВУЗов. - М Транспорт, 1995. – 197с.
2. Танцюра Є.В. „Автомобільний сервіс при міжнародних перевезеннях”// „Автомобільний транспорт”, № 1 – Київ, 2008. – 273 с.
3. Танцюра Є.В. Ефективність розвитку автотранспортного сервісу в транспортних коридорах при перевезенні вантажів у міжнародному сполученні. – Київ, 2003. – 198 с.

УДК 656. 338. 12

СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ РЕІНЖІНІРИНГУ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ПІДПРИЄМСТВА НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ

*Волинець Л.М., кандидат економічних наук
Тишук В.П.*

Актуальність проблеми зумовлена динамікою ринкових перетворень, підвищенням рівня конкуренції та зростаючими вимогами до забезпечення дієвості бізнесу у мінливому зовнішньому середовищі. Протягом всього періоду економічних трансформацій сфера послуг та виробництва зазнала значних позитивних змін, які в основному характеризуються привабливими кількісними показниками, досягнутими завдяки переважно екстенсивним факторам розвитку. Але сьогодні ці фактори вже не забезпечують необхідну номенклатуру та якість послуг, адекватних вимогам сучасного ринку і зростаючим потребам споживачів.

Метою є поглиблення теоретичних основ застосування реінжинірингу підприємствами сфери послуг, визначенні місця реінжинірингу бізнес-процесів (РБП) в системі управління підприємством, формування методик розробки і реалізації РБП суб'єктами господарської діяльності, що дозволяє на підставі кардинального перепроєктування бізнесу зміцнити його конкурентне становище на ринку.

Основний матеріал дослідження. В сучасних економічних умовах все більшу роль має розробка нових методів ефективного управління компанією. Одним з таких методів є реінжиніринг бізнес-процесів. Механізм його дії заснований на застосуванні останніх досягнень науки і техніки, постійному оновленні бізнесу, інноваціях, що так актуально для сучасного рівня розвитку нашої країни.

Реінжиніринг — це радикальне переосмислення і перепроєктування ділових процесів для досягнення різких, стрибкоподібних поліпшень головних сучасних показників діяльності компанії, таких як вартість, якість, сервіс і темпи.

Реінжиніринг застосовується майже у всіх сферах бізнесу. Його соціальна значимість визначається багатостороннім використанням людського фактору, масштабним застосуванням новітніх технологій і розробок, вирішенням складних комплексних проблем. В ході реінжинірингу відбувається не тільки «горизонтальне», але і «вертикальне» стиснення процесів, тобто де раніше виконавець для прийняття рішення звертався до керівництва, тепер приймає рішення самостійно.

Сучасні підприємства значною мірою все ще базуються на принципах, сформульованих Адамом Смітом. Виробничий процес він пропонував розбити на елементарні, прості завдання (роботи), щоб кожне з них міг виконувати один робітник, при цьому від робітника не вимагалось високої кваліфікації і умінь виконувати роботу в цілому, досить, щоб він спеціалізувався на одному або декількох простих завданнях. Це ідея, що легко реалізовується, у зв'язку з чим запропоновані принципи були і залишаються вельми успішними в масовому виробництві типової продукції, виконуваний силами великій армії некваліфікованих робітників, що використовують просте устаткування.

Принципи, сформульовані Смітом і революційні для його часу, не відповідають вимогам сучасної індустрії, оскільки продукція у наш час має бути орієнтована в основному на вузькі групи споживачів, виконавці добре освічені, не бояться відповідальності і прагнуть до вирішення посправжньому складних завдань; ринок продуктів став набагато ширший, а конкуренція і боротьба за споживача — агресивнішою.