

Література

- 1 Інноваційна діяльність підприємств Одеської області в 2014 році [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.odessapost.com/innovatsionnaya-deyatelnost-predpriyatij-odesskoj-oblasti-v-2014-godu/>
- 2 Ільяшенко С.Н. Інноваційне розвиток суб'єктів господарської діяльності // Механізм регулювання економіки, економіка природокористування, економіка підприємства та організація виробництва. – Суми: Вид-во СумДУ, 2000. – Випуск 1. – С.110-116.
- 3 Федулова Л.І. Концептуальні засади управління інноваційним розвитком підприємств / Л.І. Федулова // Маркетинг і менеджмент інновацій – 2014 – №2. – С. 122-135.
- 4 Бурденюк І.І. Моделі і методи управління інноваційним розвитком агропромислового виробництва / І.І. Бурденюк, Н.І. Черняк Н.І. // Збірник наукових праць ВНАУ. – 2012. – Серія: Економічні науки. – №3 (69). – С. 30-35

АУДИТ ЛОГІСТИЧНОЇ СИСТЕМИ ПІДПРИЄМСТВА

Д.С. Яшкін

Одеський національний політехнічний університет

Підприємство, що стикається із необхідністю оптимізації бізнес-процесів, залученням зовнішнього капіталу чи виявлення власниками реального стану операційної діяльності підприємства, як правило, замовляє аудиторську перевірку. В контексті останньої можна виділити аудит окремих видів діяльності підприємства.

В умовах складних ланцюгів постачання, мінливості потреб споживачів та загальної глобалізації ринків одними з найактуальніших є проблеми логістичної та маркетингової діяльності підприємства.

Підвищення уваги до ролі матеріально-технічного постачання в досягненні конкурентних переваг особливо важливо для промислових підприємств України, для яких частка матеріальних витрат становить порядку 2/3 від загального обсягу витрат. [1, С. 20]

Враховуючи характер співвідношення маркетингу і логістики, можна стверджувати, що ефективність маркетингу впливає на ефективність логістики. І навпаки. Ефективність логістики зумовлює ефективність маркетингу. Тому конкурентоспроможність підприємства безпосередньо пов'язана з питаннями удосконалення маркетингової та логістичної діяльності. Вони повинні знаходитися під постійним контролем фахівців. Аудит маркетингу і логістики слід порівняти за значенням до аудиту бухгалтерського обліку.

Проблеми аудиту маркетингу досить повно освітлені в спеціальній літературі. Аудиту логістики приділено значно менше уваги. Те що опубліковано, належить, передусім, до організації навантажувально-розвантажувальних і транспортно-складських робіт, які є лише частиною логістичних операцій. [2, С. 233]

Слід зазначити, що для успішної реалізації проекту аудиту дуже важлива організаційна підтримка з боку підприємства. Тому рекомендується формувати дві команди:

1. робочу групу
2. групу експертів.

До робочої групи включаються керівники підрозділів підприємства, в тій чи іншій мірі пов'язаних з логістикою і ланцюгами поставок. В групу експертів входять найбільш компетентні фахівці із структурних підрозділів підприємства. У роботі обох груп беруть участь аудитори.

Важливо визначити і встановити межі проекту. Аудитом можуть бути охоплені як система логістики всього підприємства, так і окремі функціональні області.

Для скорочення часу проведення логістичного аудиту без зниження рівня якості робіт використовується відпрацьована методологія. Роботи в рамках аудиту ґрунтуються на принципі «від загального до конкретного», тобто від глобальних цілей підприємства до конкретних

операційних показників, причин низької ефективності, продуктивності та зневаги можливостями, до детального дослідження окремих областей діяльності підприємства, що мають відношення до реалізації функцій логістики.

За підсумками аудиту можна охопити і розглянути операції, пов'язані з транспортуванням, зберіганням, обробкою, управлінням запасами. При їх вивченні та аналізі встановлюються проблемні зони, де мають місце втрати ресурсів, затримки, простої, інші проблеми, які, в кінцевому підсумку, впливають на результати бізнесу підприємства, на величину його прибутку.

Виявлені проблеми групуються за такими ознаками:

1. організаційні (розподіл функцій, повноважень, відповідальності);
2. технологічні (способи і методи виконання робіт);
3. інформаційні (інформаційна взаємодія, підтримка та інструментарій);
4. технічні (стан обладнання та машин).

Правильно організований та проведений аудит приносить відчутну користь підприємству. Можна виокремити три основних сфери підвищення ефективності підприємства за рахунок поліпшення логістичної компетенції:

1. зниження операційних витрат,
2. зменшення потреби в оборотному капіталі (за рахунок скорочення запасів),
3. поліпшення коефіцієнта повернення на активи.[3]

Таким чином, проведення логістичного аудиту дозволяє у визначені терміни виявити ключові проблеми логістичної системи підприємства. Визначаються способи скорочення логістичних витрат, зокрема-незатребуваних запасів. Керівництво отримує загальну оцінку стану логістики та рекомендації щодо її перетворення, систематизовану інформацію для прийняття зважених і фінансово-обґрунтованих рішень, спрямованих на поліпшення системи логістики та підвищення рівня сервісу.

Література

- 1 Окландер М. Трансформація системи поставок промислових підприємств // Михайло Окландер, Наталія Меджибовська // Економіка України. – 2011. – №11. – С. 20-29.
- 2 Окландер М.А. Логістика: Підручник. – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 346 с.
- 3 Transportinform.com [Електронний ресурс]. Режим доступу:<http://transportinform.com/logistika/65-logisticheskiy-audit.html>

МЕТОДИ ПРОГНОЗУВАННЯ ОБСЯГІВ ЗБУТУ ІННОВАЦІЙНОЇ ПРОДУКЦІЇ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Яшкіна О.І., к.е.н., доц.

Одеський національний політехнічний університет

Інноваційний процес складається з декількох стадій: фундаментальні дослідження, прикладні дослідження, експериментальні роботи, впровадження та дифузія. Перші три етапи – це НДДКР, останні два – комерційна фаза інноваційного процесу, за якою результати НДДКР сприймаються або нехтуються ринком. Інформація, надана експертами на перших трьох етапах, щодо прогнозованих обсягів збуту інноваційної продукції, потенційної можливості трансферу технологій та інших показників інноваційної діяльності має високий ступінь «розмитості», тобто ймовірність здійснення прогнозів експертів на цих етапах досить невисока. На останніх двох етапах інноваційного процесу прогнози експертів є більш достовірними.

На кожному етапі інноваційного процесу розв'язуються специфічні завдання й залучаються експерти, знання, думки, практичний досвід та навички яких є корисними для визначення напрямку подальших дій, прийняття управлінських рішень, зменшення ризиків у підприємницькій діяльності та ін. Експерти надають прогнозовані обсяги витрат на інновації, а також оцінюють прогнозовані показники результативності інноваційної діяльності. На