

ідей та інтеграції нових механізмів, та створить добрі умови для якісного процесу комерціалізації інновацій.

**Список використаних джерел:**

1. Руделіус В. Маркетинг : підручник / В. Руделіус, О. М. Азарян, Н. О. Бабенко та ін.; ред.-упор.: О. І. Сидоренко, Л. С. Макарова. – 3-тє вид. – К.: Навчально-методичний центр «Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні», 2008. – 532 с.
2. Котлер Ф. Латеральний маркетинг: технологія пошука революційних ідей / Ф. Котлер, Фернандо Триас де Бес; пер. с англ. – М.: Альпіна публішерз, 2010. – 345 с.
3. Гринько Т. В. Інноваційний розвиток як складова економічної безпеки сучасного підприємства / Т. В. Гринько, О. С. Максимчук // Сучасні трансформації організаційно-економічного механізму менеджменту та логістики суб'єктів підприємництва в системі економічної безпеки України: колективна монографія / за заг. ред. Т. В. Гринько. – Дніпро: Біла К.О., 2017. – С. 247–271.
4. Тімар І. В. Маркетингова комунікаційна діяльність в мережі Інтернет/ І. В. Тімар, Р. А. Мирошник // Економіка і менеджмент 2018: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку: зб. наук. праць Міжнар. наук-практ. Конф., 19-20 квіт. 2018 р.: у 8 т. – Т. 7. Інноваційні технології фінансового менеджменту суб'єктів господарювання. Управління якістю як механізм економічного зростання регіону та країни. – Дніпро: Біла К. О., 2018. – С. 95–97.

**К. е. н. Олійник Т. І., Юрасова Д. В.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**АНАЛІЗ ПАРАМЕТРІВ ТРАДИЦІЙНОЇ ТА ЛОГІСТИЧНОЇ КОНЦЕПЦІЇ  
ОРГАНІЗАЦІЇ ВИРОБНИЦТВА**

Сучасні вимоги конкурентного середовища потребують від виробничих підприємств оптимізації витрат, пов'язаних зі створенням та накопиченням запасів, зокрема синхронізації процесів доставки матеріальних ресурсів і готової продукції в необхідних кількостях тоді, коли їх потребують відповідні ланки виробничої системи та дистрибуційної. Акцентування на рівні підприємств лише на стратегії збуту без аналізу та формування обґрунтованої ресурсної стратегії призводить до дисбалансу діяльності виробничого підприємства.

Ефективність функціонування логістичної діяльності на підприємстві залежить від розвитку логістичної інфраструктури, завдяки якій виконуються всі необхідні логістичні процеси та операції з матеріальними потоками [2].

Різні аспекти логістики як важеля підвищення конкурентоспроможності підприємств досліджували вчені України Амоша О. І., Войчак А. В., Гаркавенко С. С., Герасимчук В. Г., Долішній М. І., Заруба В. Я., Злупко С. М., Кальченко А. Г., Кардаш В. Я., Кредисов А. І., Крикавський Є. В., Кузьмін О. Є., Мова В. В., Орлов П. А., Павленко А. Ф.

Логістична діяльність як інтегроване управління потоками на промисловому підприємстві охоплює всі його функціональні підрозділи і напрями – постачання, виробництво, маркетинг, збут, фінанси, інфраструктура. Тому важливим моментом дослідження сутності логістичної діяльності є розгляд її складових – функціональних напрямів, серед яких виділяють постачання, організацію виробництва, збут, складування, транспортування, управління запасами. Об'єктом логістичної діяльності підприємства виступає сукупність матеріальних, фінансових, інформаційних та сервісних потоків [1].

Згідно з традиційним підходом, організація виробничої діяльності на підприємстві здійснюється на рівні окремих стадій виробництва й часткових процесів. Логістична концепція організації виробництва спрямована на інтегроване управління виробництвом та дозволяє перейти від організації виробничих процесів до організації матеріальних потоків [2].

Основними положеннями логістичної концепції організації виробництва є:

а) відмова від: надлишкових запасів, завищеного часу на виконання основних транспортно-складських операцій, виготовлення продукції на яку немає замовлення покупців;

б) усунення простоїв основного обладнання, браку, нераціональних внутрішньозаводських перевезень;

в) перетворення постачальників в партнерів.

Стосовно виробництва виділяють зовнішні матеріальні потоки, що циркулюють у сфері обігу (постачання та збуту), і внутрішні – безпосередньо на підприємстві, тобто у сфері виробництва. Початковою точкою зовнішнього матеріального потоку є склад готової продукції підприємства – виробника, а кінцевою – склад виробничих запасів підприємства – споживача. Початковою точкою внутрішнього матеріального потоку є склад виробничих запасів підприємства – виробника, а кінцевою – його склад готової продукції [4].

Управління матеріальними й супутніми їм інформаційними та фінансовими потоками на шляху від складу матеріальних ресурсів до складу готової продукції всередині підприємства називається виробничою логістикою.

Виробнича логістика передбачає комплексне планування та керування матеріальним потоком у процесах виготовлення, внутрішньовиробничого транспортування і складування та відповідним інформаційним потоком [3].

Мета виробничої логістики – оптимізація матеріальних потоків усередині підприємств, які створюють матеріальні блага або надають матеріальні послуги. Вона полягає в точній синхронізації процесу виробництва й логістичних операцій

у взаємозалежних підрозділах, що його забезпечують. Учасників логістичного процесу в межах виробничої логістики пов'язують не товарно-грошові, а внутрішньовиробничі відносини.

Особливий погляд на процес виробництва стосовно інших видів виробничо-господарської діяльності визначає особливість виробничої логістики як єдиної сфери, у якій матеріальний потік, поступово трансформуючись, виражається в трьох матеріальних формах. На етапі входу в підсистему – у вигляді сировини, матеріалів та комплектуючих, на стадії виходу з підсистеми виробничої логістики в підсистему розподільної логістики – у виді готової продукції, а протягом самого процесу виробництва – у виді напівфабрикатів.

#### **Список використаних джерел:**

1. Величко О. П. Логістика в системі менеджменту підприємств виробничого сектору економіки: монографія / О. П. Величко. – Дніпропетровськ: Акцент ПП, 2016. – 525 с.
2. Григорак М. Ю. Аналіз бізнес-моделей та стратегій інноваційного розвитку постачальників логістичних послуг / М. Ю. Григорак // Технологический аудит и резервы производства. – 2017. – № 2/5(28). – С. 29–38.
3. Даниленко А. С. Логістика: теорія і практика: навч. посіб. / А. С. Даниленко, О. М. Марченко, О. В. Шубравська та ін. – К.: Хай-Тек Прес, 2010. – 408 с.
4. Чухрай Н. І. Логістичне обслуговування: підручник / Н. І. Чухрай – Львів: Вид-во Національного університету «Львівська політехніка», 2006. – 292 с.

**К. е. н. Павліщій Даріуш\*, д. е. н. Турило А. М.\*\***

*\*Економічний університет Вроцлава (Польща),*

*\*\*Криворізький національний університет (Україна)*

### **РОЗВИТОК ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

В умовах трансформації, глобалізації і стрімкого розвитку світової економіки на підприємствах різних галузей господарювання все більше зростає значення величини інтелектуального капіталу і умов його використання.

В закордонній і вітчизняній економічній літературі мають місце певні нароби в дослідженні питань пов'язаних з інтелектуальним капіталом. Вони достатньо ґрунтовно розкривають окремі базові аспекти, наприклад: 1) визначення категорій «людські ресурси», «людський капітал», «інтелектуальний капітал»; 2) структуру і сутність складових інтелектуального капіталу підприємства; 3) чинники, що впливають на величину інтелектуального капіталу; 4) потенціал інтелектуального капіталу підприємства, тощо.