

Розмір прямих іноземних інвестицій свідчить про розкритий інвесторами економічний потенціал регіону. Цей потенціал є фактором інвестиційної привабливості регіону. Крім цього, прямі іноземні інвестиції покращують якість ділового середовища, посилюючи ринкову конкуренцію та стимулюючи підвищення продуктивності праці.

Література:

1. Державна служба статистики України: веб-сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>. (дата звернення: 21.10.2020).
2. Кербікова А. С., Копитько А. О. Інвестиційна привабливість регіонів України. *Актуальні проблеми економіки та управління в умовах системної кризи*: зб. матеріалів міжнародної наук.-практ. конф. м. Львів. 27 листопада 2019 року. Львів 2019. С. 257–260.

ЛОГІСТИКА БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ

*Колмакова О.М., к.е.н., доцент,
Кривобок Ю.С., студентка,
Харківський національний університет будівництво та архітектури*

Бізнес-процес (БП) - являє собою сукупність бізнес-операцій, певну кількість внутрішніх видів діяльності, що починаються з одного або більше входів і закінчуються створенням продукції, необхідної клієнту.

Виділяють кілька видів бізнес - процесів: основні (операційні), керуючі та підтримуючі або допоміжні.

Основні БП - ті функції, які спрямовані на створення продуктів або послуг компанії.

Допоміжні БП - ті, які підтримують основні бізнес-процеси, роблять можливим їх виконання.

Керуючі БП – це функції, які відповідають за управління та розвиток всієї організації.

Якщо розділити дані види за рівнями управління то отримаємо матрицю бізнес-процесів (табл.1).

Таблиця 1 – Матриця бізнес-процесів

	Перший рівень управління (Загальний вплив на БП)	Другий рівень управління (Деталізація БП)
Основні	Загальні процеси розвитку виробництва	Стадії виробничого процесу
Допоміжні	Політика компанії	Реалізація розробленого плану щодо допоміжних сфер діяльності
Керуючі	Стратегічне планування	Поточне управління

Логістичний процес — це організована в часі послідовність виконання логістичних операцій, що дозволяє досягти задані цілі.

До логістичних процесів належать процеси, що пов'язані зі зміною параметрів простору (розміщення), часу, форми, властивостей логістичних потоків.

Існує п'ять видів логістичних процесів: 1. Виконання. 2. Планування. 3. Отримання, опрацювання та накопичення інформації. 4. Контроль і аналіз виконання логістичного процесу. 5. Управлінські рішення у рамках конкретного логістичного процесу.

Поєднуючи поняття логістика та бізнес-процесів отримаємо інтеграцію логістичного управління на рівні підприємства, інтеграцію функцій і процесів сфер постачання, виробництва і збуту. Це означає розгляд логістики як функціональної сфери діяльності підприємства, для якої є характерним і необхідним формування таких елементів: логістичних цілей підприємства; логістичної стратегії підприємства; концепції логістичних рішень; прийняття та організації виконання управлінських рішень з логістичного управління; оцінки та контролю результатів логістичної діяльності.

Логістика бізнес-процесів дозволяє оптимізувати всі сфери діяльності підприємства:

1. Використання методів логістики в діяльність підприємства дозволяє оптимізувати його поточкові процеси, це в свою чергу сприятиме його ефективній діяльності.

2. Моделювання бізнес-процесів з використанням методів логістики дозволить сформулювати оптимальні управлінські рішення, що сприятиме ощадності, ефективності та ліквідації марнотратності.

3. Методи логістики дозволяють розвинути та розширити партнерство серед учасників логістичного ланцюга поставок та формування спільних схем співпраці, що дозволить зменшити терміни замовлення, інтенсифікувати використання ОЗ логістичної інфраструктури, знизити рівень запасів і замороженого капіталу.

4. Логістика бізнес-процесів дозволить сформулювати нові бізнес-моделі та нові бізнес-процеси.

КОНЦЕПЦІЯ МАРКЕТИНГУ І ЛОГІСТИКИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

*Колмакова О.М., к.е.н., доцент,
Крохмальна В.І., студентка,*

Харківський національний університет будівництва та архітектури

Маркетинг - тип економічної роботи людини, орієнтований на задоволення потреб шляхом обміну.

Маркетинг – це не тільки стимулювання збуту продукції. На основі маркетингу формується стратегічне планування розвитку компанії, щодо збуту продукції, оцінці потреб споживачів, створенні продуктової лінійки бренда і