

Коваль С.О.,

студентка II курсу ВП «Миколаївський факультет менеджменту і бізнесу Київського університету культури»;

Науковий керівник: Шуляк С.О., кандидат педагогічних наук, професор, декан факультету менеджменту і бізнесу ВП «Миколаївська філія Київського національного університету культури і мистецтв»,

м. Миколаїв

ЛОГІСТИЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ: ТАКТИКА, СТРАТЕГІЯ, КОМПОНЕНТИ

Під час формування та реалізації логістичної стратегії підприємства важливого значення набуває система логістичного менеджменту. Вітчизняними і закордонними науковцями розглядаються різні підходи щодо трактування терміна «логістичний менеджмент». Усі існуючі трактування логістики слід досліджувати як з широкого, так і з вузького розуміння цього терміна [3].

У широкому розумінні логістика – це наука про управління матеріальними і пов'язаними з ними інформаційними і фінансовими потоками у певній мікро-, мезо- чи макроекономічній системі для досягнення поставлених перед нею цілей з оптимальними витратами ресурсів.

За такою логікою на рівні підприємства логістика становить певний функціонал управління і контролю організації підприємницької діяльності з метою оптимізації руху та трансформації ресурсів підприємства; пов'язаних з внутрішніми і зовнішніми потоковими процесами, відповідною інформацією і фінансами [3].

У вузькому розумінні логістика – це інструментарій інтегрованого управління потоками матеріальних ресурсів, незавершеного виробництва, готової продукції, а також пов'язаної з цим інформації, фінансів і послуг, який сприяє досягненню корпоративних цілей організації підприємницької діяльності з оптимальними витратами ресурсів [3].

Основним засобом ефективного формування та реалізації логістичних процесів підприємства є розробка логістичної стратегії. Стратегічний логістичний менеджмент – це безперервний процес, який починається з оцінки ситуації ззовні і всередині підприємства, вибору найкращої з виявлених стратегічних альтернатив і розробки докладного плану, спрямованого на поетапне здійснення обраної стратегії [2].

Основою, вихідним пунктом розробки логістичної стратегії є логістична місія підприємства, яка трансформується у конкретні стратегічні цілі та задачі його логістичної діяльності [2].

Менеджмент логістики підприємства має здійснювати наступні завдання (функції):

1) формування та розвиток логістичної системи (проектування, побудова та періодична трансформація відповідно до змін технологій, вимог ринку та стратегії підприємства);

2) розробка логістичної стратегії та управління процесом її реалізації у поєднанні з загальною організаційною стратегією підприємства;

3) управління логістичною системою підприємства з метою раціоналізації потоків процесів (планування, організація, оперативне регулювання та контроль руху внутрішніх та зовнішніх потоків, координація взаємозв'язаних функцій управління) [2].

Основні принципи логістичного управління :

- системність (діяльність підприємства розглядається у межах єдиної економіко-виробничої системи, і, водночас, із сукупністю відносно самостійних сфер діяльності), комплексність (характерні для функціонування як окремих логістичних операцій, так і для системи в цілому);

- координація дій усіх ланок логістичної системи (узгодження процесів функціонування окремих ланок);

- інтеграційний зв'язок (є характерним для діяльності логістичних підсистем);

- впровадження ефективної інформаційної бази (застосування сучасних інформаційних технологій, раціоналізація інформаційних потоків, побудова інформаційної моделі);

- адаптованість (здатність логістичної системи пристосовуватись до мінливих умов зовнішнього середовища) [4].

Таким чином, потенціал логістики дозволяє реалізувати цільові установки фірми в рамках її місії, оскільки він є стратегічним чинником в умовах посилення конкуренції. Логістична місія повинна забезпечити фірмі систему бачення високої якості її продукції та сервісу, конкурентоспроможності, інтеграції постачальницької, виробничої та маркетингової діяльності.

Список використаних джерел:

1. Головкова Л. С. Логістичний менеджмент у системі управління корпорацією / Л. С. Головкова, А. Є. Головкова // Збірник наукових праць Дніпропетровського національного університету залізничного транспорту імені академіка В. Лазаряна. Проблеми економіки транспорту. - 2013. - Вип. 6. – С. 25–30. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/znpdnuzt_pet_2013_6_4 – Загол. з екрана.

2. Логістичний менеджмент в системі загального менеджменту [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://elar.khnu.km.ua/jspui/bitstream/123456789/4974/1/rozdil_6.pdf – Загол. з екрана.

3. Пономаренко В. С. Логістичний менеджмент [Електронний ресурс]: Підручник / В. С. Пономаренко, К. М. Таньков, Т. І. Лепейко. За ред. д-ра екон. наук, проф. В. С. Пономаренка. – Режим доступу : http://pidruchniki.com/71687/logistika/logistichniy_menedzhment – Загол. з екрана.

4. Сутність та місце логістичного менеджменту [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://pidruchniki.com/68011/logistika/sutnist_mistse_logistichnogo_menedzhmentu – Загол. з екрана.

Кравчук І.,
магістрант Київського університету культури

СИНТЕЗ МОДИ І МИСТЕЦТВА ЯПОНІЇ

Сучасна мода – явище багатогранне та різновекторне. Проте слід зазначити, мода є своєрідною візитівкою історичного, економічного та соціального, культурного, мистецького розвитку народу, нації. Сучасне мистецтво і мода, синтезуючись одне в одне почали формувати унікальне культурне середовище яке за певних умов починає стрімко розвиватися і формувати нові вектори культурної взаємодії. Для європейської культури довгий час Східна Азія залишалась закритою культурою. Однак унікальність та своєрідність східних народів не могла довгий час залишатися не розкритою. Економічні та політичні зв'язки розкрили вишуканість, велич та унікальність культур народів Східної Азії. У межах нашого дослідження ми спробуємо проаналізувати синтез моди і мистецтва такої країни як Японія.

Перш ніж розпочати детальний аналіз синтезу моди і мистецтва Японії встановимо сутність самих понять „мода” і „мистецтво”. У „Великому тлумачному словнику сучасної української мови” термін „мода” тлумачиться як „Недовготривале планування в суспільстві певних смаків, що виявляються у зовнішніх формах побуту, особливо в одязі” [1, с. 683]. Щодо сутності терміну „мистецтво”, то переважна більшість наукових, фахових видань тлумачать вказане поняття як „...творче відображення дійсності в художніх образах, творча художня діяльність, сфера творчої художньої діяльності” [2, с. 501].

Аналізуючи взаємодію моди і мистецтва у контексті репрезентацій спільних надбань, О. М. Лагода зазначає, що „Мода розглядається як специфічне явище, плід європейського модернізму, що надає можливість авторам полемізувати з поширеною думкою, згідно якої мода – молодший, неповноцінний і дещо фривольований „Інший” для мистецтва” [3, с. 21]. Надалі авторка пропонує висновок у якому акцентує увагу на тому, що „мода і мистецтво – це два автономні світи. Дизайнери створюють цілісні колекції та капсульні лінії, присвячені творчості видатних художників або окремим напрямом у мистецтві, інтерпретуючи й переосмислюючи їх” [3, с. 26].