

УНІВЕРСИТЕТ «КРОК»

**Навчально-науковий інститут менеджменту та освіти дорослих
Кафедра управлінських технологій**

Хміль Артем Ігорович

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на тему:**

“ Організація логістичного управління компанією”

Галузь знань: 07 Управління та адміністрування

Спеціальність: 073 Менеджмент

Освітня програма: «Управління логістичною діяльністю»

Подається на здобуття освітнього рівня магістр

Кваліфікаційна робота містить результати власних доробок. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

А.І. Хміль

(Підпис, ініціали та прізвище здобувача)

Науковий керівник

Філатов Сергій Антонович
кандидат тезнічних наук. доцент

(прізвище, ім'я по батькові, науковий ступінь керівника)

Київ-2024

АНОТАЦІЯ

Кваліфікаційна робота присвячена вирішенню актуальних питань організації логістичного управління компанією в умовах сучасного бізнес-середовища. У дослідженні проаналізовано логістичні процеси на прикладі ТОВ "Вайт Групп", зокрема їхній вплив на ефективність роботи підприємства та конкурентоспроможність.

Метою роботи є розробка теоретичних і практичних рекомендацій для вдосконалення логістичних процесів підприємства, спрямованих на оптимізацію матеріальних та інформаційних потоків, зниження витрат і підвищення якості обслуговування клієнтів.

Для досягнення мети використано сучасні методи управління логістикою, такі як SCM, ІТ, АВС-аналіз, а також засоби інтеграції ERP-систем. Проведено детальний аналіз логістичних процесів компанії, виявлено основні проблеми у сфері взаємодії між підрозділами, запропоновано практичні шляхи їх усунення.

Результати роботи включають рекомендації щодо інтеграції логістичних процесів із загальною стратегією компанії, впровадження автоматизованих інформаційних систем і вдосконалення комунікацій між підрозділами. Виконання запропонованих заходів дозволить підвищити ефективність логістичних операцій, скоротити витрати та зміцнити позиції підприємства на ринку.

Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків і додатків. Обсяг роботи становить 100 сторінок, включає 11 рисунків, 10 таблиць і 44 джерела.

Ключові слова: логістика, управління, SCM, ІТ, ERP, АВС-аналіз, оптимізація, комунікація.

ANNOTATION

The qualification paper addresses current issues in organizing logistics management within a company in the context of a modern business environment. The study analyzes logistics processes at "White Group LLC," particularly their impact on the company's operational efficiency and competitiveness.

The aim of the paper is to develop theoretical and practical recommendations for improving the company's logistics processes, focusing on optimizing material and information flows, reducing costs, and enhancing customer service quality.

To achieve this aim, modern logistics management methods such as SCM, JIT, and ABC analysis were utilized, along with ERP system integration tools. A detailed analysis of the company's logistics processes was conducted, identifying key issues in interdepartmental communication and proposing practical solutions to address them.

The study's results include recommendations for integrating logistics processes with the company's overall strategy, implementing automated information systems, and improving communication between departments. The proposed measures are expected to enhance the efficiency of logistics operations, reduce costs, and strengthen the company's market position.

The qualification paper comprises an introduction, three chapters, conclusions, and appendices. It includes 110 pages, 15 figures, 10 tables, and 50 references.

Keywords: logistics, management, SCM, JIT, ERP, ABC analysis, optimization, communication.

Перелік умовних позначень

- B2B – Business-to-Business (бізнес для бізнесу)
- B2C – Business-to-Consumer (бізнес для споживача)
- CRM – Customer Relationship Management (управління взаємовідносинами з клієнтами)
- ERP – Enterprise Resource Planning (планування ресурсів підприємства)
- JIT – Just-In-Time (точно в термін)
- KPI – Key Performance Indicators (ключові показники ефективності)
- SCM – Supply Chain Management (управління ланцюгами поставок)
- SWOT – Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats (сильні та слабкі сторони, можливості та загрози)
- TCO – Total Cost of Ownership (загальні витрати володіння)
- WMS – Warehouse Management System (система управління складом)
- ТТН – Транспортна накладна
- ПЗ – Програмне забезпечення
- ГБ – Гігабайт
- ТБ – Терабайт
- SSD – Solid State Drive (твердотільний накопичувач)
- HDD – Hard Disk Drive (жорсткий диск)
- ІТ – Information Technology (інформаційні технології)

ЗМІСТ

Стор.

ВСТУП

Розділ 1. Теоретико-методологічні основи логістичного управління.....9

1.1. Сутність і значення логістики в системі управління підприємством.....9

1.2. Основні концепції і методи логістичного управління.....19

1.3. Методологія оцінки ефективності логістичних систем.....27

Розділ 2. Аналіз логістичного управління в ТОВ "Вайт Групп".....38

2.1. Загальна характеристика компанії ТОВ "Вайт Групп".....38

2.2. Стан логістичних процесів і їх ефективності ТОВ "Вайт Групп".....52

2.3. Аналіз комунікаційної системи між підрозділами та основних проблем логістичного управління ТОВ "Вайт Групп"59

Розділ 3. Організація комунікаційного зв'язку між основними підрозділами в компанії ТОВ "Вайт Групп".....68

3.1. Роль і значення комунікацій в управлінні логістичними процесами ТОВ "Вайт Групп"68

3.2. Обґрунтування та оцінка пропозицій щодо вдосконалення логістичної інформаційної взаємодії ТОВ "Вайт Групп".....73

3.3. Ефективність впровадження рекомендацій та їх вплив на діяльність компанії ТОВ "Вайт Групп".....82

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

ВСТУП

У сучасному бізнес-середовищі, де конкуренція постійно зростає, ефективне управління логістичними процесами стає ключовим фактором успіху підприємств. Логістика відіграє важливу роль у забезпеченні безперервного руху матеріальних та інформаційних потоків, що дозволяє оптимізувати витрати, підвищити якість обслуговування клієнтів та забезпечити конкурентоспроможність на ринку. В умовах глобалізації та швидких змін у технологіях, підприємства стикаються з необхідністю постійного вдосконалення своїх логістичних систем для збереження конкурентних переваг.

Логістика охоплює широкий спектр діяльності, включаючи планування, організацію, управління та контроль за рухом товарів, послуг та інформації від постачальника до кінцевого споживача. Вона включає в себе такі важливі аспекти, як управління запасами, транспортування, складування, обробка замовлень, управління ланцюгами поставок та багато іншого. Ефективна логістика дозволяє підприємствам знижувати витрати на виробництво та доставку продукції, скорочувати час виконання замовлень, підвищувати рівень задоволеності клієнтів та забезпечувати високу якість обслуговування.

В умовах глобалізації ринків та зростаючої конкуренції підприємства змушені шукати нові шляхи підвищення ефективності своїх логістичних процесів. Це включає впровадження сучасних технологій, таких як автоматизація складів, використання інформаційних систем для управління ланцюгами поставок, застосування методів оптимізації маршрутів транспортування та багато іншого. Важливим аспектом є також інтеграція логістичних процесів з іншими функціональними підрозділами підприємства, такими як виробництво, маркетинг, фінанси та управління персоналом.

Актуальність теми дослідження обумовлена необхідністю вдосконалення логістичного управління в умовах динамічних змін ринкових

умов та зростаючих вимог споживачів. Впровадження сучасних логістичних концепцій та методів дозволяє підприємствам не лише знижувати витрати, але й підвищувати ефективність виробничих процесів, що є важливим для досягнення стратегічних цілей компанії. Зокрема, в умовах зростаючої конкуренції та глобалізації ринків, підприємства повинні швидко адаптуватися до змін, забезпечуючи високу якість продукції та послуг при мінімальних витратах.

Метою даної дипломної роботи є дослідження теоретико-методологічних основ логістичного управління, аналіз логістичних процесів на прикладі ТОВ "Вайт Групп" та розробка рекомендацій щодо вдосконалення логістичної інформаційної взаємодії в компанії. Дослідження спрямоване на виявлення основних проблем у логістичних процесах компанії та розробку практичних рекомендацій для їх вирішення.

Для досягнення поставленої мети в роботі вирішуються наступні завдання:

1. Вивчення сутності та значення логістики в системі управління підприємством.
2. Аналіз основних концепцій і методів логістичного управління.
3. Оцінка ефективності логістичних систем та методів їх вдосконалення.
4. Аналіз логістичних процесів в ТОВ "Вайт Групп" та оцінка їх ефективності.
5. Розробка пропозицій щодо вдосконалення логістичної інформаційної взаємодії в компанії.

Об'єктом дослідження є логістичні процеси в ТОВ "Вайт Групп", а предметом дослідження – методи та інструменти вдосконалення логістичного управління. Логістичні процеси включають планування, організацію, контроль та управління матеріальними потоками, що проходять через підприємство, а також інформаційними потоками, які супроводжують ці процеси.

Практична значущість роботи полягає в розробці рекомендацій щодо вдосконалення логістичних процесів, які можуть бути впроваджені в діяльність ТОВ "Вайт Групп" для підвищення ефективності управління та конкурентоспроможності компанії. Впровадження запропонованих рекомендацій дозволить компанії знизити витрати, підвищити якість обслуговування клієнтів, оптимізувати логістичні процеси та забезпечити стабільний розвиток на ринку.

Таким чином, дане дослідження має важливе значення для вдосконалення логістичного управління в ТОВ "Вайт Групп" та може бути корисним для інших підприємств, які прагнуть підвищити ефективність своїх логістичних систем. Результати дослідження можуть бути використані для розробки стратегій розвитку логістики, впровадження нових технологій та методів управління, а також для підвищення конкурентоспроможності підприємств на ринку.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ЛОГІСТИЧНОГО УПРАВЛІННЯ

1.1. Сутність і значення логістики в системі управління підприємством

Головною роллю в теперішньому середовищі бізнесу, де панує висока динаміку та конкуренція між підприємствами, відіграє організація логістичною діяльністю. Вона забезпечує зберігання й транспортування матеріальних та інформаційних потоків. У випадку її ефективного використання, логістика дозволяє швидко оптимізувати витрати, удосконалювати якість обслуговування клієнтів та забезпечувати достатній рівень конкурентоспроможності на ринку. Оскільки саме вона передбачає в собі продуктивну координацію ланцюга поставок, починаючи з постачання сировиною й закінчуючи її отримання до кінцевого споживача, її інтеграція в бізнес-процеси і є надважливим інструментом в управлінні підприємством. До того ж, логістика є важливим інструментом для досягнення конкурентних переваг при веденні бізнесу, адже одним із основних аспектів є саме оптимізація витрат на ресурси. Завдяки ретельному плануванню й контролю логістичними процесами, компанія може мінімізувати свої витрати на складування, зберігання, транспортування та інші процеси, що пов'язані з рухом матеріальних потоків. Це досягається за допомогою вибору оптимальних маршрутів доставки, продуктивного використання складських приміщень, впровадження сучасних технологій обробки вантажів й автоматизації логістичних процесів. Усі ці фактори дозволяють створювати гнучкість у роботі, забезпечуючи стабільний розвиток фірми на ринку.

Окрім вищесказаного, логістика безпосередньо впливає на рівень і якість обслуговування та задоволення клієнтів, адже вона сприяє зменшенню часу на виконання замовлень, що є важливим показником досягнення успіху в сучасному середовищі бізнесу. Завдяки оптимізації логістичних операцій та

впровадженню інформаційних технологій, підприємство може значно скоротити час від моменту отримання замовлення до моменту його доставки споживачу, що підвищує ефективність роботи та задоволеність клієнтів. Тобто, забезпечення своєчасної доставки товарів, їх збереженню під час транспортування, відповідність до вимог замовника є ключовим фактором, що формує імідж компанії та сприяє лояльності споживачів.

Також важливо зазначити, що вдосконалення результативного використання ресурсів підприємства є ключовим аспектом логістики. Раціональне використання складських приміщень, оптимізація завантаження та розвантаження транспортних засобів, впровадження сучасних методів управління та ефективного планування логістичних процесів дозволяють зменшити витрати та підвищити рентабельність бізнесу.

Сучасні логістичні концепції, такі як "точно в термін" (JIT), спрямовані на скорочення запасів на складах, мінімізуючи витрати на їх зберігання. Це дозволяє підвищити ефективність операційної та фінансової діяльності підприємства, забезпечуючи стабільний прибуток. Проте іноді низький резерв ресурсів може призводити до збоїв у системі та критичних ситуацій. У таких випадках логістика відіграє важливу роль у систематизації управління ризиками, пов'язаними з товарообігом. Аналіз потенційних загроз, їх оцінка, розробка та впровадження запобіжних стратегій керування ризиками дозволяють зменшити негативний вплив непередбачуваних подій на діяльність компанії [1].

Організація логістичного управління на підприємстві спрямоване на досягнення конкретної мети бізнесу, що може бути організовано на певних рівнях та визначатимуть стратегію розвитку фірми на ринку. Самі ж цілі логістики тісно пов'язані із загальною ідеєю підприємства й має відповідати його баченню. Тобто, повертаючись до мети логістичного керування, можна виділити такі його основні цілі:

- Оптимізація основних витрат підприємства. Ефективне логістичне управління дозволяє мінімізувати витрати на транспортування, зберігання,

обробку, складування та інші логістичні процеси для раціонального використання ресурсами;

- Удосконалення ефективності логістичної системи. Вона сприяє підвищенню продуктивного й результативного застосування ресурсів фірми, оптимізації виробничих процесів, скороченню часу на замовлення та систематизації;

- Задоволення потреб споживачів. Управління забезпечує стабільний високий рівень обслуговування клієнтів, своєчасну доставку товарів, її збереження та відповідність до вимог замовників, що в подальшому призводить до їх лояльності та позитивного іміджу компанії;

- Зниження та усунування потенційних загроз. Тобто, урахування та мінімізація ризиків, пов'язані з товарообігом (пошкодження, втрата, затримка товару й тощо);

- Інтеграцію, гнучкість та адаптивність діяльності. Логістична система має бути мінливою до будь-яких змін на ринку, де істотній вплив має саме фактори зовнішнього середовища.

Виходячи з цілей логістичного управління, можна зазначити й те, що для їх досягнення треба сформулювати, вивити й вирішити ряд важливих завдань, які охоплюють всі аспекти руху матеріальних та інформаційних потоків, що чітко спрямовані на організацію та виконання головної мети логістики. Тобто, ключовими завданнями логістичного управління є:

- Планування, прогнозування та організація логістичних операцій. Сюди входить аналіз самого ринку, прогнозування потреб клієнтів, пропозиції та попиту на товари, планування систематизації ресурсів, обсягів запасів й тощо. До того ж в організацію діяльності покладено координацію між різними підрозділами підприємства та його внутрішню й зовнішню структуру: закупівлі, виробництво, транспортування, зберігання, збут, складування й інше;

- Контроль та інформаційне забезпечення моніторингу операцій. Впровадження та використання новітніх інформаційних систем для

моніторингу виконання логістичних ланцюгів, контролю якості, ефективності, а також оцінки потенційних загроз та ризиків дають змогу покращити організацію процесів обміну даними в компанії;

- Управління складами, запасами та транспортуванням підприємства. Організація роботи на складі та впровадження сучасних методів складування й обробки вантажів допомагає ефективно розподілити рівень запасів, що дозволяє стежити за продукцією. При цьому при правильній автоматизації складських приміщень можна оптимізувати транспорт, маршрут й обирати надійних перевізників, що забезпечать правильне збереження.

Тобто, загалом успішна реалізація та виконання логістичних завдань є запорукою досягнення стратегічних цілей компанії в галузі логістики. Це дозволяє не тільки оптимізувати внутрішні процеси, але й зміцнити зовнішні позиції підприємства на ринку.

Логістика, як невід'ємна частина системи управління сучасним підприємством, виконує широкий спектр функцій, спрямованих на ефективну організацію та координацію матеріальних й інформаційних потоків (тобто це купа складових, які зосереджені на реалізацію цілей бізнесу, описаних вище). Вони охоплюють усі етапи ланцюга поставок, від закупівлі сировини та матеріалів до поставки готової продукції кінцевому споживачу. А отже, розглянемо більш детально ключові функції логістичної діяльності фірми:

1. Функція постачання відіграє важливу роль в управлінні процесами закупівлі ресурсів. Вона забезпечує: вибір укладання зручних й вигідних договорів, контроль за якістю та своєчасністю поставок сировини на підприємство, а також здійснювати раціональний розподіл матеріалів для виготовлення продукції. Також ця функція спрямована на забезпечення чіткого режиму постачання необхідних ресурсів та мінімізацію витрат на закупівлю адже формує надійні партнерські відносини з постачальниками на ринку.

2. Виробнича ж функція займається підтримкою та управлінням виробництва з точки зору логістики. Вона відповідає за організацію внутрішньовиробничих потоків матеріалів, оптимізацію виробничих циклів

розподілу матеріалу в межах системи, своєчасне планування комплектуючих на робочі місця. До того ж ця складова сприяє підвищенню ефективності виробничих процесів, мінімізації витрат та забезпеченню високої якості продукції завдяки перспективі в системі логістичного менеджменту.

3. Функція розподілу та організації що сприяє ефективному управлінню процесами збуту та поставки готової продукції споживачам. Вона включає в собі: планування маршрутів доставки, вибір оптимальних видів транспорту, організацію складського зберігання, обробку замовлень та обслуговування споживачів, а також контроль за процесом транспортування товару. Загалом ця функція спрямована на забезпечення швидкої та надійної доставки продукції, мінімізацію витрат та підвищення рівня задоволеності клієнтів через управління процесом просування послуг.

4. Транспортуюча функція логістики забезпечує ефективне переміщення й доставку всіх ресурсів, послуг або ж товарів на всіх етапах ланцюга поставок. Вона включає в собі: вибір оптимальних видів транспортних засобів, маршрутів перевезень, перевізників, а також управління витратами за допомогою забезпечення контролю за процесом транспортування. Тобто ця функція сприяє мінімізації витрат на перевезення, забезпеченню збереження вантажів та своєчасної доставки через планування та організацію системи доставки.

5. Функція складування відповідає за організацію та управління роботою складів щодо збереження товарів. Вона займається плануванням складських приміщень, вибору їх видів та кількості, оптимізацією розміщення товарів, впровадженням сучасних технологій та обробки вантажів, а також управлінням запасами та формуванням системи складування. Також ця сприяє ефективному використанню складських ресурсів, мінімізації витрат на зберігання та забезпеченню оптимальному функціонуванню мережі.

6. Управління запасами матеріалів, товару - функція, що забезпечує мінімізацію витрат на збереження продукції за допомогою раціонального використання й керування ними. Вона визначає кількість, вибір та оптимізацію

поповнень сировини, а також контролює логістичний ланцюг через стратегію управління резервом.

7. Заключна функція логістики - інформаційна, що забезпечує ефективний та перманентний рух обміну інформацією між усіма учасниками логістичного процесу. Вона включає в собі розробку та впровадження сучасних систем, збір та обробку даних товарообігу, контроль за виконанням логістичних операцій та аналіз оцінки ефективності. Загалом ця складова сприяє підвищенню прозорості та керованості логістичних процесів, а також прийняттю своєчасних та обґрунтованих рішень, що допомагає скомпонувати усі функції в єдиний ланцюжок дій.

Окрім основних функцій, логістика може виконувати й ряд додаткових інших зобов'язань, які залежать від самої специфіки діяльності підприємства та вимог ринку. До них можна віднести: управління повернення товару, сервісну логістику, екологічну логістику та інші.

Тобто, у цілому із розвитком логістики зростає й ринок, де підприємствам потрібно постійно мінімізувати свої витрати й зберігати товар для отримання прибутку, що і є основними функціями цих процесів розподілу. Таким чином вони створюють логістичний процес, який охоплює всі аспекти управління матеріальними та інформаційними потоками на підприємстві, що удосконалюються впродовж багатьох років. Їх ефективне використання дозволяє створити цілісну та ефективну логістичну систему, що забезпечує оптимальне функціонування підприємства та сприяє досягненню його стратегічних цілей, а отже конкурентоздатності на ринку.

Загалом сама логістика ніколи не функціонує самостійно, а тісно переплітається з іншими функціональними сферами та підрозділами підприємства. Наприклад, ефективна взаємодія з маркетингом, виробництвом, фінансами, управлінням персоналом та іншими напрямками діяльності є запорукою успішного функціонування та розвитку сучасного підприємства, його прибутковості та конкурентоздатності на ринку. Так як усі ці галузі мають конкретну специфіку, то розглянемо їх окремо більш детально. Наприклад,

зв'язок з фінансами полягає в управлінні логістичними витратами та фінансовими потоками. Саме логістика прагне до мінімізації витрат на транспортування, зберігання та інші операції, що безпосередньо впливає на фінансові результати підприємства. Тому спільний зв'язок між цими галузями дає фірмам ретельно стежити за своїми грошима за допомогою вибору вигідних обсягів резерву матеріалів, закупівлі певного обладнання, транспорту й витратами на саме збереження продукції на складах.

Взаємозв'язок логістики з маркетингом є важливим аспектом для реалізації різних маркетингових стратегій. Інтеграція маркетингу та логістики дозволяє підприємству досягти ефекту синергії, коли маркетинг визначає потреби ринку та формує попит на продукцію, а логістика забезпечує доставку товарів у потрібне місце та в потрібний час. Це важливо для задоволення потреб клієнтів, адже маркетинг формує попит, а логістика його реалізує. Тісна співпраця між цими галузями є важливою для досягнення успіху на ринку, адже їх вміле поєднання дозволяє швидко та якісно оптимізувати діяльність фірми й прискорити оборот продажів [2].

Інтеграція логістики з плануванням виробництвом полягає в забезпеченні безперебійного постачання сировини та матеріалів, необхідних для виробничого процесу в певному обсязі. Тому, логістика як система бере участь в організації транспортування, до того ж і забезпеченням підприємства сировиною, плануванням та переміщенням продукції на місця їхнього збереження й тощо. Тобто, ці дві галузі тісно співпрацюють між собою для оптимізації виробничих циклів, керування навантаженням та підвищення ефективності використання ресурсів для подальшої якості продукції.

Взаємодія логістики з управлінням персоналом є важливим аспектом забезпечення ефективності логістичних процесів на підприємстві. Формування сприятливих умов для взаємодії між підрозділами бізнесу та підвищення загальної продуктивності роботи є надзвичайно важливим. Позитивна організаційна культура, яка базується на довірі, взаємоповазі та співпраці, сприяє покращенню логістичних процесів та досягненню

стратегічних цілей підприємства. Вона відповідає за підбір, навчання та мотивацію працівників, зайнятих у логістичній системі, що безпосередньо впливає на якість усіх операцій на фірмі [2].

Найголовнішою ключовою взаємодією в бізнесі є логістика та менеджмент. Вони дуже доповнюють одне одну, адже перша галузь відповідає за планування, організацію та контроль матеріальних потоків, а друга визначає стратегічні цілі компанії й координує всі процеси підприємства. Тобто, їхня спільна праця дозволяє оптимізувати витрати, підвищити швидкість доставки, удосконалити якість обслуговування клієнтів та задовільними їх потреби, що призведе до стабільного розвитку й зростанню прибутку фірми.

Таким чином, підсумовуючи вищесказане, ефективна взаємодія логістики з іншими функціональними областями управління є важливим фактором успішної діяльності підприємства в сучасних умовах. Саме тому, створення ефективної системи взаємодії між логістикою та іншими галузями повинно бути в пріоритеті фірми, адже тільки за умови тісної співпраці всіх підрозділів можна досягти оптимальних результатів, знизити витрати та підвищити конкурентоспроможність.

Логістичні системи можна класифікувати за різними ознаками, такими як масштаб, тип зв'язків, ступінь автоматизації, сфера діяльності та напрямок управління матеріальних потоків. Кожен тип логістичної системи має свої особливості, переваги та недоліки, які необхідно враховувати при проектуванні та впровадженні логістики на підприємстві. У таблиці нижче наведено детальну класифікацію логістичних систем з їх характеристиками (таблиця 1.1).

Таблиця 1.1

Класифікація логістичних систем

Ознака класифікації	Тип логістичної системи	Характеристика
За масштабом	Макрологістична	Охоплює логістичні процеси на рівні регіону, країни або групи країн.
	Мікрологістична	Охоплює логістичні процеси в межах одного підприємства.
	Мезологістична	Охоплює логістичні процеси групи підприємств, об'єднаних спільними інтересами (холдинги, корпорації).
За типом зв'язків	З прямими зв'язками	Матеріальний потік рухається від виробника до споживача без посередників.
	Ешелонована	Матеріальний потік проходить через одного або декількох посередників.
	Гнучка	Поєднує прямі зв'язки та взаємодію з посередниками.
За ступенем автоматизації	Інформаційна	Усі логістичні процеси інтегровані в єдину інформаційну систему.
За ступенем автоматизації	Автоматизована	Частина логістичних операцій виконується за допомогою автоматизованих систем.
За сферою діяльності	Виробнича	Забезпечує логістичні процеси у виробництві.
	Збутова	Забезпечує логістичні процеси в сфері збуту.
	Транспортна	Забезпечує перевезення вантажів.
	Складська	Забезпечує зберігання та обробку вантажів на складах.
	Інформаційна	Забезпечує збір, обробку та передачу інформації в логістичній системі.
	Закупівельна	Забезпечує виробництво матеріальними ресурсами
За напрямком управління мат. потік.	Підштовхуюча/Штовхаюча	Забезпечує роботу, організацію виробництва й передбачає доставку сировини на обробку відповідно графіку
	Тяглова	Забезпечує перехід матеріалу від одного підприємства підрозділу до іншого

Джерело: [3-6]

Як показано в таблиці, логістичні системи можуть бути різними за своїми характеристиками:

- за своїм масштабом або ж інституціональної ознакою, охоплюючи як окремі підприємства у своїх внутрішньовиробничих межах (мікрологістика), так і групи підприємств, регіони або навіть країни, що здійснюють управління матеріальними потоками (макрологістика). Також, в залежності групи

інтересів можуть бути й -мета або мезологістика. Тобто, вибір типу логістичної системи залежить від потреб та масштабів бізнесу;

- за типом зв'язків логістичні системи поділяються на системи з прямими зв'язками, ешелоновані та гнучкі. Системи з прямими зв'язками доцільно використовувати при наявності стабільного попиту та невеликої кількості споживачів (функціонує безпосередньо від виробника до покупця). Ешелоновані краще застосовувати при великій кількості споживачів, адже є бодай один посередник. Гнучкі ж системи дозволяють поєднувати переваги обох підходів та адаптуватися до змін ринкової ситуації;

- за ступенем автоматизації логістичні системи поділяються на ручні, автоматизовані та інформаційні. Впровадження автоматизованих та інформаційних систем дозволяє підвищити ефективність логістичних процесів, зменшити витрати й покращити якість обслуговування клієнтів;

- за сферою діяльності логістичні системи можуть бути спеціалізованими на закупівлі, виробництві, збуті, транспортуванні, складуванні або інформаційному забезпеченні. Вибір типу системи залежить від специфіки діяльності підприємства та його потреб, але вони також поєднані між собою, забезпечуючи ефективне функціонування компанії;

- за напрямком механізму управління матеріальними потоками логістичні системи поділяються на штовхаючу та тяглову. Перша забезпечує стабільність постачання матеріалів, а друга, у свою чергу, мінімізує ці запаси в гнучкій системі управління ними. Їх поєднання дає змогу оптимізувати витрати й підвищити свою конкурентоспроможність на ринку.

Таким чином, класифікація логістичних систем дозволяє краще зрозуміти їх різноманіття, особливості та переваги з недоліками для їх кращого застосування. Вибір оптимального типу системи є важливим етапом при проектуванні та впровадженні логістики на підприємстві для максимізації прибутку та конкурентоспроможності на ринку.

1.2. Основні концепції і методи логістичного управління

Як вже було зазначено вище, у сучасному середовищі бізнесу логістика відіграє ключову роль для забезпечення ефективної діяльності фірми. Постійні зміни на ринку вимагають від підприємств гнучкості та оперативної діяльності в керуванні матеріальними й інформаційними потоками, тому, саме логістичне управління є невід'ємною частиною сучасного менеджменту та маркетингу, яке виконує свою мету, що охоплює в собі стратегічне планування, реалізацію й контроль за ефективним зберіганням продукції, товарообігом, послуг та пов'язаної з ними інформації від точки походження до точки споживання з метою задоволення вимог клієнтів.

Так як основна мета логістики є забезпечення доставки продукції в потрібне місце, у потрібний час та потрібній кількості, то для їх ефективної координації на підприємстві існують різні основні концепції логістичного управління. Вони визначають підходи до організації логістичних процесів, формуючи основу для розробки та впровадження різноманітних методів і стратегій управління бізнесом. Тобто, ці теорії спрямовані на оптимізацію витрат, підвищення якості обслуговування клієнтів та зміцнення своїх конкурентних переваг на ринку. Розглянемо їх окремо детальніше.

Першою концепцією є "Just-In-Time" (JIT або ж "точно в термін") є однією з найвідоміших і найпоширеніших стратегій управління виробництвом і запасами. Уперше вона була впроваджена компанією Toyota в 1962 році, а поширеною стала аж в 1970-х, коли її почали застосовувати й інші, тому, з того часу цей підхід став стандартом для багатьох виробничих процесів по всьому світу. Завдання концепції спрямовано на мінімізацію витрат і підвищення ефективності, а сутність JIT полягає в тому, що матеріали й компоненти продукції постачаються на виробництво точно в момент їх необхідності, що дозволяє уникнути накопичення зайвих запасів і, відповідно, витрат на їх зберігання. Тобто, ця система являє собою організацію й злагоджену роботу

логістичних процесів, що досягається за рахунок тісної координації з постачальниками й виробництвом [7-8].

Перевагами JT є:

- Зменшення обсягу запасів компанії, які зберігаються на складах, що призводить до зниження витрат;
- Скорочення часу на виконання замовлень, адже концепція дозволяє швидше реагувати на замовлення клієнтів, оскільки виробництво орієнтоване на реальний попит;
- Підвищення якості продукції через відсутність надлишкових матеріалів сприяє виявленню та усуненню дефектів на ранніх етапах виробництва;
- Підвищення рівня взаємодії між посередниками та постачальниками, що призводить до точного контролю за циклом логістики;
- Оптимізація складських площ та персоналу через скорочення обсягів резерву підприємства.

Недоліками концепції JT є:

- Висока залежність від постачальників, які здатні забезпечувати своєчасну доставку матеріалів;
- Ризик збоїв у поставках, оскільки відсутність запасів дає меншу змогу виправити свої помилки, які можуть призвести до зупинки виробництва на деякий час;
- Складність прогнозування попиту, що є критично важливим для успішного функціонування JT, але не завжди можливо в умовах мінливого ринку.

Аналіз джерел на тему JT показує, що ця концепція продовжує залишатися актуальною в сучасному бізнес-середовищі. Наприклад, стаття на Investopedia детально описує принципи роботи JT, його переваги та недоліки, а також наводить приклади успішного застосування цієї концепції в різних галузях промисловості. Зокрема, JT допомагає зменшити витрати на зберігання запасів, підвищити ефективність виробництва та знизити ризик надлишкових запасів. Однак, стаття також підкреслює, що JT може бути

вразливим до перебоїв у постачанні, що може призвести до зупинки виробництва. Ресурс Vector надає глибокий аналіз JIT в контексті логістики, підкреслюючи його значущість у зменшенні запасів й операційних витрат. Вони зазначають, що JIT дозволяє компаніям зменшити витрати на зберігання та підвищити ефективність використання ресурсів. Однак, Vector також звертає увагу на виклики, пов'язані з точним прогнозуванням попиту й можливими перебоями в ланцюзі поставок. Для подолання цих викликів, вони рекомендують використовувати такі технології, аналітика або ж інші підходи у вигляді Agile та Lean, які можуть забезпечити додаткову гнучкість та ефективність виробництва [9-10].

Отже, концепція JIT є потужним інструментом для підвищення ефективності виробничих і логістичних процесів. Вона підходить для компаній, які прагнуть мінімізувати витрати на зберігання й швидко реагувати на зміни попиту, але це може бути ризикованою в умовах нестабільного ринку або ненадійних постачальників, адже її впровадження в бізнес-систему підприємства вимагає ретельного планування й надійної системи у вигляді сучасних технологій, які значно спрощують управління й забезпечують більш точне прогнозування попиту, додаткову гнучкість та оптимізацію виробничих процесів. Тому, успішне застосування JIT передбачає високий рівень координації між усіма учасниками ланцюга поставок, а також готовність до швидких адаптаційних змін ринкових умов із застосування інновацій.

Друга концепція є управління ланцюгами поставок (Supply Chain Management, SCM), яка з'явилася в 1980-х роках США і являє собою стратегічний підхід до управління логістикою, що розглядає весь ланцюг доставки як єдину систему. Її сутність полягає в інтеграції та координації всіх логістичних операцій, що дозволяє забезпечити безперервний потік товарів, послуг та інформації. Це включає в себе планування, управління запасами, виробництво, транспортування, зберігання та доставку продукції. Також вона охоплює в собі всі етапи виробничо-збутового процесу: від постачальників сировини до кінцевих споживачів, і спрямована на оптимізацію цієї

циклічності для досягнення максимальної ефективності та конкурентоспроможності. Але, хоча модель SCM і функціонує як потужний інструмент для підвищення своєї позиції на ринку та переваги над своїми конкурентами, її успішна реалізація вимагає врахування як сильних сторін, так і потенційних слабкостей цього підходу [11].

Переваги SCM виглядають наступним чином:

- Зниження витрат через оптимізацію логістичних процесів на виробництво, зберігання та транспортування продукції;
- Підвищення якості обслуговування, адже SCM сприяє своєчасній доставці продукції та підвищенню рівня задоволеності клієнтів, через що збільшується прибуток компанії;
- Упізнаваність, адже зростання маркетингових послуг через низькі витрати дозволяють підприємству постійно робити реклами й презентувати себе;
- Покращення взаємодії з партнерами та покупцями через їхню тісну співпрацю через систему дозволяє підвищити ефективність всього ланцюга поставок.

Недоліками SCM системи є:

- Складність впровадження інтеграції через навчання всіх учасників ланцюга поставок, яке потребує часу;
- Висока залежність від партнерів адже ефективність роботи залежить від надійності постачальників та інших партнерів;
- Потрібна захисна система для запобігання кібератак та збереженню інформації як про співробітників, так і клієнтів;
- Необхідність впровадження інвестицій в інформаційні технології та інфраструктуру.

Отже, концепція управління ланцюгами поставок є важливим інструментом для підвищення ефективності та конкурентоспроможності компаній. Вона дозволяє інтегрувати та координувати всі процеси в ланцюгу поставок, забезпечуючи оптимальний потік товарів, послуг та інформації від

постачальників сировини до кінцевого споживача. Завдяки SCM компанії можуть мінімізувати витрати на зберігання, транспортування та управління запасами, а також скоротити час виконання замовлень. Крім того, ефективне управління ланцюгом поставок дозволяє краще прогнозувати попит, адаптуватися до змін ринку та забезпечувати високу якість продукції. Однак, впровадження цієї концепції вимагає значних зусиль та інвестицій, але результати можуть значно перевищити витрати, забезпечуючи компанії стійку конкурентну перевагу.

Третьою є концепція загальних витрат (Total Cost of ownership concept), яка виникла наприкінці 60-х рр., у логістиці є фундаментальним підходом, який фокусується на мінімізації сукупних витрат у всьому ланцюзі поставок. Її сутність полягає в тому, що всі затрати, пов'язані з логістикою, повинні розглядатися одночасно при прийнятті рішень. Це включає витрати на транспортування, зберігання, обробку замовлень, управління запасами та інше, пов'язані з товарообігом. До того ж, вона передбачає розгляд логістичної системи як єдиного цілого, де всі елементи взаємопов'язані, і оптимізація лише однієї функції може призвести до неочікуваного зростання витрат в інших ланках [12].

Концепції загальних витрат однозначно вказує на її центральну роль в ефективному управлінні логістикою. Загальні логістичні витрати як сукупність усіх витрат, пов'язаних з рухом і зберіганням товарів у ланцюзі поставок. До того ж концепція є основоположним принципом логістики та має бути фундаментом для прийняття рішень. Управління логістикою має бути спрямоване на зниження загальних витрат, а не окремих складових, оскільки оптимізація одних витрат може призвести до збільшення інших [концепція].

Переваги концепції загальних витрат:

- Оптимізація загальних витрат, що дозволяє компаніям мінімізувати сукупні затрати на логістику, включаючи транспортування, зберігання, обробку замовлень тощо;

- Підвищення ефективності логістичної системи, що призводить зменшенню помилок та підвищенню загальної продуктивності;
- Покращення якості обслуговування клієнтів, адже завдяки більш ефективній логістиці, компанії можуть забезпечити більш швидку доставку й більшу доступність товарів. Це підвищує задоволеність споживачів та зміцнює лояльність до бренду;
- Посилення конкурентних позицій, адже за допомогою оптимізації логістичних витрат дозволяє компаніям пропонувати більш низькі ціни та швидше реагувати на зміни ринку;
- Збільшення прибутковості через зниження витрат на логістичні операції. А отже, звільнені кошти можуть бути інвестовані в розвиток нових продуктів, маркетинг або інші напрямки бізнесу.

Недоліки концепції загальних витрат:

- Складність впровадження, що потребує детального аналізу всіх логістичних процесів та витрат. До того ж, концепція вимагає значних ресурсів для збору та обробки великих обсягів даних;
- Необхідність точного прогнозування попиту та обсягів виробництва, що може бути ускладнено нестабільністю ринку та іншими зовнішніми факторами;

Отже, концепція загальних витрат є надійним інструментом для оптимізації логістичних процесів. Застосування цього підходу дозволяє компаніям отримати комплексне уявлення про всі витрати, пов'язані з логістикою, і виявити резерви для їх зниження. Однак не слід забувати про те, що її впровадження вимагає ретельного аналізу, планування та інвестицій, але в результаті підприємства зможуть підвищити свою ефективність, зменшити витрати, покращити якість обслуговування клієнтів та зміцнити свої позиції на ринку.

Четвертою й основною є концепція логістичного аутсорсингу, що являє собою стратегічний підхід, за якого компанія передає частину або весь свій логістичний процес сторонній організації, що спеціалізується на наданні

логістичних послуг. Тобто її сутність полягає в делегуванні таких функцій, як транспортування, зберігання, управління запасами та обробка замовлень, що дозволяє підприємствам зосередитися на своїх основних видах діяльності. Це дозволяє фірмам підвищити ефективність своїх операцій та знизити витрати на логістичну діяльність [13].

Переваги логістичного аутсорсингу:

- Зниження витрат на логістику за рахунок економії на масштабі та використання ресурсів постачальника послуг;
- Зосередження на основній діяльності компанії, делегуючи логістичні функції стороннім організаціям;
- Підвищення гнучкості, що дозволяє фірмам швидко адаптуватися до змін попиту та ринкових умов;
- Доступ до сучасних технологій, адже постачальники логістичних послуг зазвичай використовують сучасні технології, що дозволяє покращити якість логістичних операцій;
- Покращення якості обслуговування клієнтів, оскільки спеціалізовані логістичні компанії мають більший досвід і ресурси для забезпечення ефективної доставки товарів;
- Зменшення ризиків, пов'язаних з логістичними операціями, оскільки відповідальність за їх виконання перекладається на постачальника послуг.

Недоліки логістичного аутсорсингу.

- Втрата контролю через передачу логістичних процесів зовнішньому постачальнику може обмежити можливість компанії швидко реагувати на зміни ринку або непередбачені ситуації;
- Залежність від постачальника послуг через його ефективність та надійність, адже його проблеми (наприклад, збої в роботі, фінансові труднощі) можуть негативно вплинути на бізнес клієнта;
- Можливі ризики для конфіденційності через передачу інформації про логістичні операції стороннім організаціям, що створює небезпеку для витоку даних.

Отже, логістичний аутсорсинг виявляється ефективним інструментом для підприємств, що прагнуть оптимізувати свої логістичні процеси та знизити витрати. Делегування логістичних функцій стороннім організаціям дозволяє компаніям зосередитися на своїх ключових компетенціях, використовуючи при цьому ресурси та досвід спеціалізованих провайдерів. Однак, успішна реалізація логістичного аутсорсингу вимагає ретельного підходу, оскільки пов'язана з певними ризиками, такими як втрата контролю над процесами та залежність від зовнішніх партнерів. Тому вибір надійного постачальника логістичних послуг є критично важливим для досягнення поставлених цілей.

Таким чином, аналіз концепцій логістичного управління показує, що кожна з них має свої особливості, переваги та недоліки, які слід враховувати при виборі стратегії управління логістикою на підприємстві. Так, Just-In-Time є ефективним інструментом, який фокусується на мінімізації запасів та оптимізації виробничих процесів, однак вимагає високої точності прогнозування попиту та тісної співпраці з провайдерами. А SCM зосереджена на інтеграції та координації всіх процесів у ланцюгу поставок, від постачальників сировини до кінцевого споживача, що підвищує якість обслуговування клієнтів. Але, для її впровадження потрібні значні зусилля та інвестиції, що також залежить від надійності партнерів.

При цьому третя концепція загальних витрат пропонує комплексний підхід до оптимізації логістичних процесів шляхом мінімізації всіх пов'язаних з ними витрат. Цей підхід дозволяє приймати більш обґрунтовані рішення щодо вибору постачальників, маршрутів доставки, методів зберігання тощо. А логістичний аутсорсинг, в свою чергу, передбачає передачу частини або всіх логістичних функцій сторонній компанії. Це дозволяє компанії зосередитися на своїй основній діяльності, знизити витрати на утримання власної логістичної інфраструктури та підвищити гнучкість компанії. Однак, ці методології можуть призвести до втрати контролю над логістичними процесами та залежності від зовнішніх постачальників.

Тобто, кожна з розглянутих концепцій та її вибір залежить від специфіки та стратегії діяльності компанії на умовах ринку. Водночас ці методології не є взаємовиключними і можуть використовуватися в комбінації для досягнення максимального ефекту. Для їх впровадження необхідно застосовувати відповідні методи аналізу організації логістичної діяльності, які дозволяють оцінити ефективність логістичних процесів й виявити перспективи щодо їх вдосконалення.

1.3. Методологія оцінки ефективності логістичних систем

Ефективність логістичних систем є ключовим фактором успіху сучасних підприємств. Аби оцінити цю продуктивність та виявити резерви для вдосконалення, необхідно перейти від загальних понять до конкретних вимірювань. Так, ключові показники ефективності логістики надають нам інструменти для кількісної оцінки різних аспектів процесів. За допомогою КРІ можливо виміряти швидкість доставки, рівень сервісу, а також розробити заходи щодо оптимізації логістики.

Ключові показники ефективності - це ті показники, які дозволяють компаніям відстежувати свою продуктивність і прогрес у досягненні стратегічних цілей, виявляти проблемні області та приймати обґрунтовані рішення щодо покращення логістичних процесів [14].

Так як КРІ залежить від конкретних цілей компанії та особливостей її бізнесу, то розглянемо які види (класифікація) використовуються в логістиці на практиці:

1. Час доставки. Вимірює тривалість перевезення товарів від відправника до одержувача. Це важливий показник для оцінки задоволеності споживачів та репутації компанії, але також треба враховувати різні види поставки (експрес, стандартна) та сегментувати клієнтів за географічним розташуванням.

2. Надійність доставки. Воно відображає відсоток замовлень, доставлених вчасно. Окрім цього варто також аналізувати й причини затримок та пошкоджень. Це допоможе ідентифікувати вузькі місця в процесі та вжити відповідних заходів щодо усунення.

3. Витрати на доставку. Включають усі затрати, пов'язані з перевезенням товарів (транспорт, паливо, заробітна плата тощо). Воно допомагає оптимізувати процеси доставки, логістичні процеси й дозволяє виявити неефективні трати.

4. Продуктивність складу. Вимірює ефективність і точність операцій на складі, зокрема швидкість обробки замовлень, точність відбору та відвантаження. Також для чіткості варто аналізувати ще й комплектації замовлень, рівень повернення товарів на склад, ефективність використання складських площ й тощо.

5. Рівень задоволеності клієнтів. Якісний показник, що визначає сприйняття клієнтами послуг компанії. Крім загального рівня, варто аналізувати це різними аспектами обслуговування (швидкість обробки замовлень, якість упаковки, комунікація з менеджером). Це дозволить ідентифікувати найбільш проблемні аспекти та розробити план дій для їх покращення.

6. Екологічна ефективність. Цей вид показника КРІ оцінює вплив операцій на довкілля, зокрема викиди вуглекислого газу, споживання палива та переробку відходів.

7. Операційні витрати. Включають усі затрати, пов'язані з управлінням логістикою (заробітна плата, оренда складів, обладнання). Цей показник вимірювання допомагає підвищити рентабельність компанії та дозволить виявити неефективні витрати й оптимізувати бюджет.

8. Рівень інновацій. Відображає здатність компанії впроваджувати нові технології (GPS-відстеження, автоматизація складів, електронний документообіг) для покращення роботи підприємства.

До того ж, окрім цих основних видів є ще й додаткові, такі як:

- Відсоток виконаних замовлень, що показує здатність компанії виконувати взяті на себе зобов'язання;
- Коефіцієнт використання транспортних засобів, який демонструє ефективність їх роботи та впровадження в бізнес процес;
- Час простою обладнання, який показує його надійність та ефективність у використанні на виробництві.

Отже, аналізуючи детальніше види показників ефективності можна зазначити, що вони дозволяють виявити проблеми та приймати обґрунтовані рішення для покращення результатів бізнесу. Саме впровадження системи КРІ забезпечує прозорість, відповідальність та покращення процесу прийняття рішень в логістичних операціях. Для їх успішного використання логістичним компаніям потрібно встановити чіткі цілі, зібрати відповідні дані та регулярно аналізувати результати й залучати до цього всіх співробітників підприємства, адже це дозволить не тільки підвищити ефективність процесів фірми але й допоможе створити більш конкурентоспроможну компанію в майбутньому.

Однак, хоча й вимірювання ключових показників ефективності і є невід'ємною частиною успішного управління логістичними операціями, для досягнення стійкого конкурентного успіху компаніям необхідно дивитися ширше. Постійний моніторинг галузевих тенденцій та аналіз конкурентного ландшафту дозволяють логістичним компаніям не лише реагувати на зміни, а й активно формувати їх. Завдяки цьому, компанії можуть ідентифікувати нові можливості для зростання, впроваджувати інноваційні рішення та адаптувати свої послуги до мінливих потреб клієнтів.

SWOT-аналіз є одним з найпоширеніших методів стратегічного планування, який використовується для оцінки сильних і слабких сторін організації, а також можливостей і загроз, що стоять перед нею. Цей метод дозволяє виявити внутрішні та зовнішні фактори, які можуть вплинути на ефективність логістичних систем [15].

Сильні сторони (Strengths) включають високу ефективність процесів, інноваційні технології та кваліфікований персонал. Оптимізовані логістичні

процеси забезпечують швидку та надійну доставку товарів, що є ключовим фактором успіху. Використання сучасних технологій, таких як автоматизація складів, системи управління транспортом (TMS) та ERP-системи, дозволяє підвищити ефективність і точність операцій. Кваліфікований персонал, у свою чергу, здатний ефективно управляти процесами та вирішувати складні завдання.

Слабкі сторони (Weaknesses) можуть включати високі витрати, залежність від постачальників та недостатню гнучкість. Високі витрати на підтримку та модернізацію логістичних систем можуть стати значним фінансовим тягарем для компанії. Залежність від надійності та ефективності постачальників може призвести до перебоїв у постачанні та зниження якості обслуговування. Недостатня гнучкість у швидкій адаптації до змін у ринкових умовах може обмежити конкурентоспроможність компанії.

Можливості (Opportunities) включають розширення ринків, впровадження нових технологій та укладання стратегічних партнерств. Вихід на нові ринки та розширення географії поставок можуть збільшити обсяги продажів та підвищити прибутковість. Впровадження нових технологій, таких як штучний інтелект, блокчейн та Інтернет речей (IoT), може значно підвищити ефективність логістичних процесів. Укладання стратегічних партнерств з іншими компаніями дозволяє спільно використовувати ресурси та оптимізувати логістичні ланцюги.

Загрози (Threats) можуть включати економічну нестабільність, зростаючу конкуренцію та регуляторні зміни. Коливання економічних умов можуть вплинути на вартість логістичних послуг та попит на них. Зростаюча конкуренція з боку інших логістичних компаній може знизити частку ринку та прибутковість. Зміни в законодавстві та регуляторних вимогах можуть вплинути на логістичні операції та вимагати додаткових витрат на їх дотримання.

Виходячи з описаного, можна сказати, що SWOT-аналіз є важливим інструментом для оцінки ефективності логістичних систем. Він дозволяє

виявити ключові фактори, що впливають на діяльність компанії, і розробити стратегії для використання своїх сильних сторін, мінімізації слабких сторін, використання можливостей та захисту від загроз.

Метод аналізу витрат і вигод (Cost-Benefit Analysis, CBA) є одним з основних інструментів для оцінки економічної ефективності проектів та рішень у сфері логістики. Цей метод дозволяє порівняти загальні витрати та вигоди, пов'язані з реалізацією певного проекту або заходу, і визначити його доцільність з економічної точки зору [16].

Основна ідея CBA полягає в тому, щоб оцінити всі витрати, пов'язані з проектом, включаючи прямі та непрямі витрати, а також всі вигоди, які можуть бути отримані в результаті його реалізації. Прямі витрати можуть включати витрати на закупівлю обладнання, оплату праці, витрати на матеріали та енергію. Непрямі витрати можуть включати витрати на навчання персоналу, витрати на управління проектом та інші супутні витрати.

Вигоди, які можуть бути отримані в результаті реалізації проекту, можуть включати збільшення доходів, зниження витрат, підвищення продуктивності, покращення якості обслуговування клієнтів та інші позитивні ефекти. Важливо враховувати як короткострокові, так і довгострокові вигоди, а також можливі ризики та невизначеності.

Процес проведення CBA включає кілька етапів. Перший етап полягає у визначенні всіх можливих витрат та вигод, пов'язаних з проектом. Другий етап полягає у кількісній оцінці цих витрат та вигод, що може вимагати використання різних методів оцінки, таких як експертні оцінки, статистичні методи, моделювання та інші. Третій етап полягає у порівнянні загальних витрат та вигод і визначенні чистої вигоди (Net Benefit), яка є різницею між загальними вигодами та загальними витратами.

На основі результатів CBA можна прийняти рішення про доцільність реалізації проекту. Якщо чиста вигода є позитивною, це означає, що проект є економічно доцільним і може бути реалізований. Якщо чиста вигода є

негативною, це означає, що витрати перевищують вигоди, і проект може бути відхилений або переглянутий.

Виходячи з описаного, можна сказати, що метод аналізу витрат і вигод є важливим інструментом для оцінки економічної ефективності проектів у сфері логістики. Він дозволяє врахувати всі можливі витрати та вигоди, пов'язані з проектом, і прийняти обґрунтоване рішення про його доцільність.

Метод критичного шляху (Critical Path Method, CPM) є одним з основних інструментів управління проектами, який використовується для планування, аналізу та контролю виконання проектів. Цей метод дозволяє визначити найтривалішу послідовність завдань, які необхідно виконати для завершення проекту в найкоротший термін, а також виявити завдання, які мають критичне значення для успішного завершення проекту [17].

Основна ідея CPM полягає в тому, щоб розділити проект на окремі завдання, визначити їх тривалість та залежності між ними, а потім побудувати графік виконання проекту. Критичний шлях визначається як найдовша послідовність завдань, яка визначає мінімальний час, необхідний для завершення проекту. Завдання, що входять до критичного шляху, називаються критичними завданнями, оскільки будь-яке їх затримання призведе до затримки всього проекту.

Процес застосування CPM включає кілька етапів. Перший етап полягає у визначенні всіх завдань проекту та їх тривалості. Другий етап полягає у визначенні залежностей між завданнями, тобто які завдання повинні бути виконані до початку інших завдань. Третій етап полягає у побудові графіка виконання проекту, який включає всі завдання та їх залежності. Четвертий етап полягає у визначенні критичного шляху, тобто найдовшої послідовності завдань, яка визначає мінімальний час завершення проекту.

CPM дозволяє ефективно планувати та контролювати виконання проектів, виявляти критичні завдання та приділяти їм особливу увагу, а також оптимізувати використання ресурсів. Метод також дозволяє виявляти резерви

часу для некритичних завдань, які можуть бути використані для компенсації можливих затримок.

Виходячи з описаного, можна сказати, що метод критичного шляху є важливим інструментом для управління проектами у сфері логістики. Він дозволяє ефективно планувати та контролювати виконання проектів, виявляти критичні завдання та оптимізувати використання ресурсів, що сприяє успішному завершенню проектів у встановлені терміни.

ABC-XYZ-аналіз є комбінацією двох методів класифікації запасів, які використовуються для оптимізації управління запасами та підвищення ефективності логістичних систем. Цей метод дозволяє класифікувати запаси за їх значущістю та стабільністю споживання, що допомагає приймати обґрунтовані рішення щодо управління запасами. ABC-аналіз базується на принципі Парето, який стверджує, що 20% товарів приносять 80% доходу. Відповідно до цього принципу, запаси поділяються на три категорії:

- Категорія А: Найбільш цінні товари, які складають приблизно 20% від загальної кількості товарів, але приносять 80% доходу. Ці товари потребують особливої уваги та ретельного контролю.

- Категорія В: Товари середньої цінності, які складають приблизно 30% від загальної кількості товарів і приносять 15% доходу. Ці товари потребують регулярного контролю.

- Категорія С: Найменш цінні товари, які складають приблизно 50% від загальної кількості товарів, але приносять лише 5% доходу. Ці товари потребують мінімального контролю. XYZ-аналіз класифікує запаси за стабільністю споживання:

- Категорія Х: Товари зі стабільним та передбачуваним споживанням. Ці товари легко прогнозувати і вони потребують регулярного поповнення.

- Категорія Y: Товари з коливаннями у споживанні, які можуть бути сезонними або залежати від певних факторів. Ці товари потребують більш ретельного планування та контролю.

- Категорія Z: Товари з нерегулярним та непередбачуваним споживанням. Ці товари важко прогнозувати і вони потребують особливої уваги при управлінні запасами [18].

Комбінація ABC та XYZ аналізів дозволяє створити матрицю, яка допомагає приймати рішення щодо управління запасами. Наприклад, товари категорії AX є найбільш цінними та стабільними, тому вони потребують регулярного поповнення та ретельного контролю. Товари категорії CZ є найменш цінними та непередбачуваними, тому вони можуть потребувати мінімального контролю або навіть бути виключеними з асортименту.

Виходячи з описаного, можна сказати, що ABC-XYZ-аналіз є важливим інструментом для оптимізації управління запасами у сфері логістики. Він дозволяє класифікувати запаси за їх значущістю та стабільністю споживання, що допомагає приймати обґрунтовані рішення щодо управління запасами та підвищення ефективності логістичних систем.

Балансовані показники (Balanced Scorecard, BSC) є стратегічним інструментом управління, який використовується для вимірювання та оцінки ефективності діяльності організації за допомогою набору ключових показників. Цей метод дозволяє забезпечити збалансований підхід до оцінки результатів, враховуючи як фінансові, так і нефінансові аспекти діяльності [1].

Основна ідея BSC полягає в тому, щоб перевести стратегію організації в конкретні, вимірювані показники, які відображають її успіх у досягненні стратегічних цілей. BSC включає чотири основні перспективи:

1. Фінансова перспектива: Вимірює фінансові результати організації, такі як прибутковість, рентабельність, зростання доходів та зниження витрат. Ці показники дозволяють оцінити фінансову стійкість та ефективність організації.

2. Перспектива клієнтів: Вимірює задоволеність клієнтів, лояльність, частку ринку та інші показники, що відображають успіх організації у задоволенні потреб клієнтів. Ці показники дозволяють оцінити, наскільки добре організація задовольняє очікування своїх клієнтів.

3. Внутрішні бізнес-процеси: Вимірює ефективність внутрішніх процесів організації, таких як виробництво, логістика, управління якістю та інновації. Ці показники дозволяють оцінити, наскільки ефективно організація виконує свої операційні процеси.

4. Навчання та розвиток: Вимірює здатність організації до навчання, розвитку та інновацій. Ці показники включають рівень кваліфікації персоналу, інвестиції в навчання та розвиток, а також здатність організації до адаптації та змін.

Процес впровадження BSC включає кілька етапів. Перший етап полягає у визначенні стратегічних цілей організації та їх переведенні у конкретні показники для кожної з чотирьох перспектив. Другий етап полягає у зборі даних та вимірюванні показників. Третій етап полягає у аналізі результатів та визначенні відхилень від планових показників. Четвертий етап полягає у розробці та впровадженні коригувальних заходів для досягнення стратегічних цілей.

BSC дозволяє забезпечити збалансований підхід до управління організацією, враховуючи як фінансові, так і нефінансові аспекти діяльності. Це сприяє підвищенню ефективності управління, покращенню взаємодії між різними підрозділами організації та досягненню стратегічних цілей.

Виходячи з описаного, можна сказати, що збалансовані показники є важливим інструментом для оцінки ефективності діяльності організації у сфері логістики. Вони дозволяють забезпечити збалансований підхід до оцінки результатів, враховуючи як фінансові, так і нефінансові аспекти діяльності, що сприяє досягненню стратегічних цілей організації.

Моделювання та симуляція є потужними інструментами для аналізу та оптимізації логістичних систем. Вони дозволяють створювати віртуальні моделі реальних процесів і систем, що дає можливість досліджувати їх поведінку в різних умовах, виявляти проблеми та знаходити оптимальні рішення [19].

Моделювання полягає у створенні абстрактної моделі реальної системи, яка відображає її основні характеристики та взаємозв'язки. Ця модель може бути математичною, комп'ютерною або фізичною. Математичні моделі використовуються для опису логістичних процесів за допомогою математичних рівнянь та алгоритмів. Комп'ютерні моделі створюються за допомогою спеціалізованого програмного забезпечення, яке дозволяє візуалізувати та аналізувати логістичні процеси. Фізичні моделі використовуються для експериментального дослідження логістичних систем у лабораторних умовах.

Симуляція полягає у використанні моделі для проведення експериментів з метою дослідження поведінки системи в різних умовах. Це дозволяє виявити слабкі місця, оцінити ефективність різних стратегій та прийняти обґрунтовані рішення щодо оптимізації логістичних процесів. Симуляція може бути дискретною або безперервною. Дискретна симуляція використовується для моделювання систем, у яких події відбуваються у визначені моменти часу, наприклад, обробка замовлень на складі. Безперервна симуляція використовується для моделювання систем, у яких процеси відбуваються безперервно, наприклад, транспортування рідин по трубопроводах.

Процес моделювання та симуляції включає кілька етапів. Перший етап полягає у визначенні мети дослідження та формулюванні завдань. Другий етап полягає у створенні моделі, яка відображає основні характеристики та взаємозв'язки логістичної системи. Третій етап полягає у проведенні симуляційних експериментів з використанням моделі. Четвертий етап полягає у аналізі результатів симуляції та розробці рекомендацій щодо оптимізації логістичних процесів.

Моделювання та симуляція дозволяють досліджувати різні сценарії розвитку подій, оцінювати вплив різних факторів на ефективність логістичних систем та приймати обґрунтовані рішення щодо їх оптимізації. Це сприяє підвищенню ефективності управління логістичними процесами, зниженню витрат та покращенню якості обслуговування клієнтів.

Виходячи з описаного, можна сказати, що моделювання та симуляція є важливими інструментами для аналізу та оптимізації логістичних систем. Вони дозволяють створювати віртуальні моделі реальних процесів, досліджувати їх поведінку в різних умовах та знаходити оптимальні рішення, що сприяє підвищенню ефективності управління логістичними процесами.

Отже, при пригляді методів оцінки ефективності логістичних систем, можна зробити висновок, що кожен з цих методів має свої переваги та недоліки і може бути використаний для різних цілей у сфері логістики. Вибір конкретного методу залежить від специфіки завдань, які необхідно вирішити, та умов, у яких працює логістична система. Використання цих методів у комплексі дозволяє забезпечити всебічну оцінку ефективності логістичних систем та приймати обґрунтовані рішення щодо їх оптимізації.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ЛОГІСТИЧНОГО УПРАВЛІННЯ В ТОВ "ВАЙТ ГРУПП"

2.1. Загальна характеристика компанії ТОВ "Вайт Групп"

Компанія ТОВ "Вайт Групп" (White Code) почала свою діяльність в 2008, засновником і директором компанії є Кушнір Олексій Євгенович та виконавчим директором Дроздом Володимиро в місті Обухів, Київська область. Своє ім'я компанія отримала офіційно 28 серпня 2014 році. В даний момент часу компанія та її виробництво знаходиться за адресою вулиця Київська, 119/7 Обухів, Київська область, 08701. Починаючи з маленького приміщення компанія постійно розвивалась, розширювала свої виробничі потужності та збільшувала кількість компаній посередників щоб збільшити об'єми покриття ринку асортиментом. З самого початку існування компанії зосередила дистрибуцію поліграфічних послуг на ринку міста Обухів. Завдяки постійному вдосконаленню технологій та розширенню асортименту продукції, компанія змогла закріпити свої позиції на ринку поліграфічних послуг.

Головною метою компанії є надання поліграфічних послуг на ринку України та закордоном. ТОВ "Вайт Групп" почала активно співпрацювати з іншими виробництвами щоб забезпечити їх поліграфічною продукцією щоб заарендовувати та маркувати власні вироби.

В даний момент часу основна діяльність компанії орієнтована на B2B-сегмент ринку, що становить 70% від всього загального продажу поліграфічної продукції в компанії. Решта 30% складає B2C-сегмент, де компанія надає послуги кінцевим споживачам (рис 2.1).

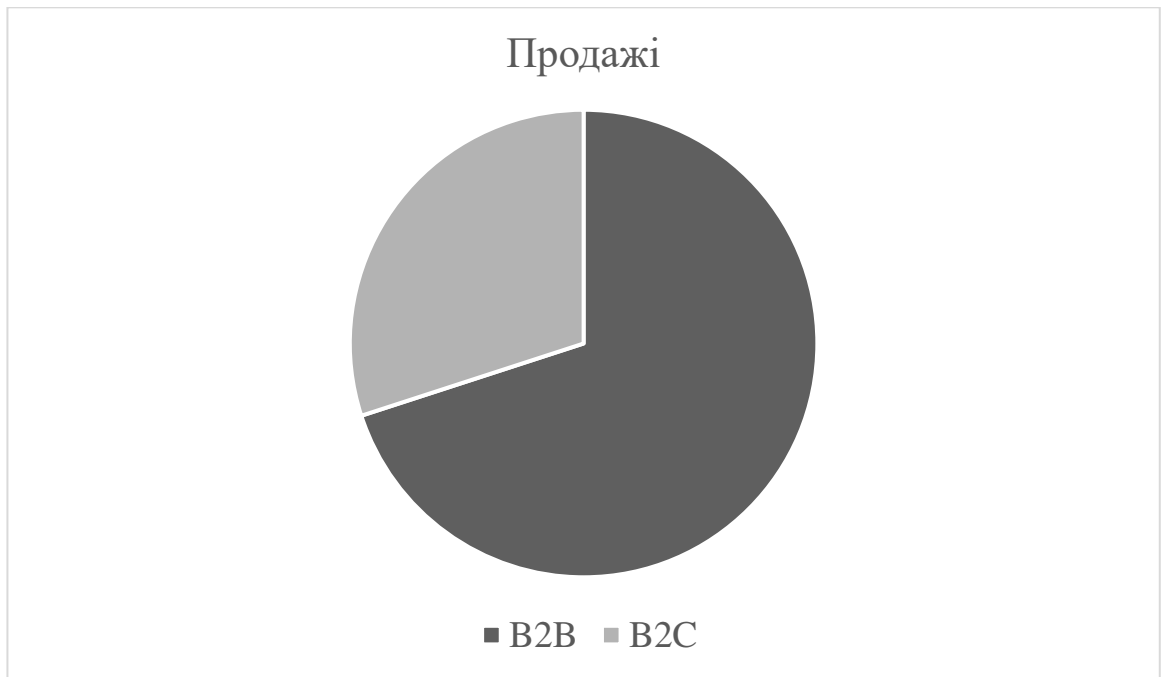


Рис. 2.1 Аналіз попиту на сезону продукцію 2023-2024 рр.

Джерело: [20].

Для покращення обслуговування та збільшення ринку послуг компанію було поділено на три підрозділи які зображені на малюнку 2.2:

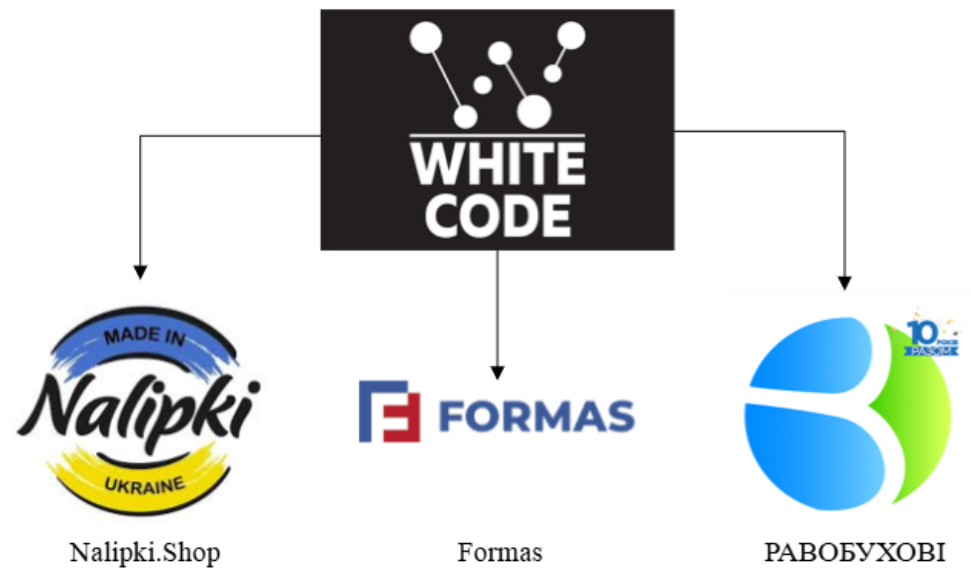


Рис. 2.2 Підрозділи компанії ТОВ "Вайт Груп"

Джерело сформовано автором.

РАВОБУХОВІ (Рекламна Агенція в Обухові)- початкова компанія яка працює з локальним ринком міста Обухів та прилеглою до нього територією, вона зосереджена на наданні поліграфічних послуг в офлайн-форматі, таких як: виробництво банерів, візиток, листівок, сіті-лайтів (вивіски з підсвіткою), брошури, меню, футболок, чашок, стрічок, флаєрів та багато іншого. Головними споживачами послуг є кав'ярні, ресторани, бари, виробництва різної продукції. Головними конкурентами на ринку для підрозділу є "Копіцентр" та "Кодак" ці підприємства пропонують послуги у сфері поліграфії, проте їхній асортимент продукції є обмеженим і не покриває всіх послуг, які пропонує ТОВ "Вайт Груп".

Nalipki.Shop – підрозділ компанії який займається наданням послуг через онлайн джерела збуту такі як Instagram, Telegram та Viber. Асортимент продукції схожий з РАВОБУХОВІ але до нього ще додається Флексодруку для великих оптових замовлень. Також цей підрозділ компанії працює і на міжнародному ринку. Головними конкурентами на ринку України є компанії "Татушка.ЮА" та друкарня "Провокація.ЮА". Основна конкурентна перевага цих компаній полягає в тому, що вони не лише активно працюють у соціальних мережах, але й мають власні веб-сайти з великим асортиментом товарів. У випадку з Nalipki.Shop, продажі наразі здійснюються лише через соціальні мережі, а сайт знаходиться в процесі розробки. Це може дещо обмежувати можливості компанії в залученні нових клієнтів, оскільки сучасні покупці часто віддають перевагу зручності онлайн-магазинів.

Formas- інтернет магазин спортивного одягу та аксесуарів. Являє собою спробу вийти на ринок одягу. Асортимент товару налічує спортивний одяг, взуття, аксесуари для велоспорту, тренувань та інше. В даний момент часу підрозділ знаходиться в процесі зупинення роботи, через велику конкуренцію на ринку спортивних товарів та зменшення попиту на даний вид продукції.

Такий поділ на підрозділи компанії ТОВ "Вайт Груп" дає можливість ефективніше охоплювати нові ринки їх тенденції та адаптуватись до потреб інших груп споживачів, щоб сприяти більшому розвитку та розширенню

присутності компанії на ринок. В майбутньому планується відкриття ще одного підрозділу компанії який буде спеціалізуватись на ринок смоляних наліпок (Наліпки які покриваються акриловою смолою, що додає їм об'єм).

Ринок поліграфії демонструє стабільне зростання, що обумовлено широкими можливостями використання друкованої продукції (Додаток А). Поліграфічні послуги залишаються важливим інструментом для реклами, створення банерів, афсіш та іншої рекламної продукції, що забезпечує постійний попит з боку бізнесів і кінцевих споживачів. На діяльність ТОВ "Вайт Груп" впливають сезонні коливання попиту, пов'язані з різноманітними святковими подіями. У ці періоди спостерігається збільшення кількості замовлень, що дозволяє компанії оптимально використовувати свої виробничі потужності та збільшувати доходи. Наприклад, попит на наліпки для свічок зростає в осінній період, тоді як весною значно збільшується попит на продукцію, пов'язану з медовою темою. Ця сезонність дозволяє компанії адаптувати свої пропозиції під актуальні потреби ринку та залучати нових клієнтів. Проаналізуємо діяльність компанії в даний період часу (рис 2.3).

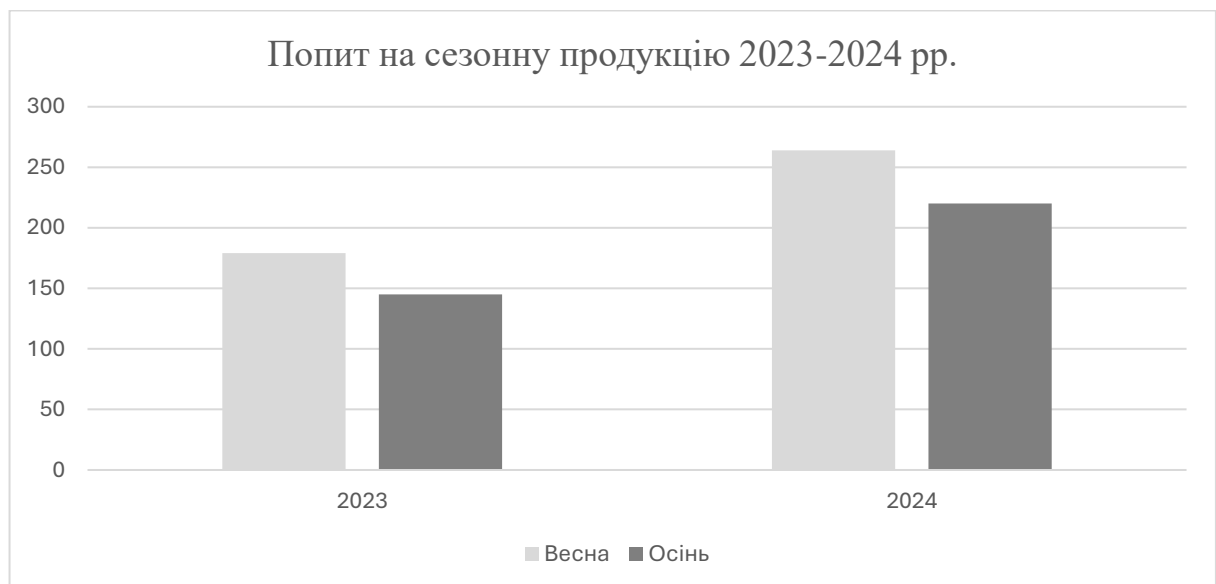


Рис. 2.3 Аналіз попиту на сезону продукцію 2023-2024 рр.

Джерело: [21].

Виходячи з діаграми можна сказати, що протягом 2023-2024 років ТОВ "Вайт Групп" спостерігало зростання попиту на поліграфічну продукцію, пов'язану із сезонними тематиками, зокрема на етикетки для банок з медом, свічки, листівки та візитки. Основний період попиту на цю продукцію припадає на весну (квітень-травень) та осінь (вересень-жовтень). У 2023 році кількість замовлень на продукцію з медовою тематикою становила 179 замовлень у весняний період і 145 замовлень у осінній період. Проте у 2024 році спостерігалось значне зростання попиту: кількість замовлень у весняний період зросла до 264, а у осінній період — до 220 замовлень. Це зростання можна пояснити розширенням клієнтської бази компанії, а також ефективними маркетинговими заходами та покращенням якості обслуговування клієнтів.

Аналіз даних показує, що загальний обсяг замовлень на продукцію ТОВ "Вайт Групп" у зазначені періоди збільшився приблизно на 25%. Це свідчить про позитивну динаміку розвитку компанії та збільшення впізнаваності її бренду серед клієнтів. Така тенденція є важливим показником того, що компанія успішно адаптується до змін на ринку та ефективно реагує на сезонні коливання попиту.

Важливо також зазначити, що зростання попиту на сезонну продукцію не лише сприяє підвищенню доходів компанії, але й дозволяє розширювати асортимент пропонованих товарів, задовольняючи потреби різних категорій клієнтів. Цей аналіз показує, що ТОВ "Вайт Групп" діє в умовах високої конкуренції, але завдяки своєму досвіду, технологічним можливостям та активній роботі у соціальних мережах, компанія має добрі перспективи для подальшого розвитку та зміцнення своїх позицій на ринку.

Виробничі потужності ТОВ "Вайт Групп" являють собою команду спеціалістів та сучасне обладнання. На підприємстві встановлено два принтери, що працюють із форматом А4 та SRA3+ (SRA3+ — це формат паперу, який трохи більший за стандартний SRA3. Його розміри зазвичай становлять 320 x 450 мм, що дозволяє друкувати з обрізом та оптимізувати використання аркуша для друкарських потреб.). Ці принтери дозволяють

друкувати різноманітні поліграфічні матеріали, включаючи наклейки, візитки, флаєри та інші продукти, які користуються попитом як серед бізнес-клієнтів, так і кінцевих споживачів. Крім того, компанія використовує п'ять плотерів — спеціалізованих пристроїв для різання та обробки матеріалів. Плотери забезпечують точне вирізання складних форм і контурів, що необхідно для виготовлення високоякісних наліпок і етикеток. Цей підхід дозволяє створювати продукцію з індивідуальним дизайном і забезпечує максимальну гнучкість у роботі з клієнтами. Також на виробництві встановлено два ламінатори — пристрої, що використовуються для нанесення захисного покриття на друковані матеріали. Ламінування підвищує зносостійкість продукції, захищаючи її від механічних пошкоджень, вологи та ультрафіолетового випромінювання, що подовжує термін її використання та покращує зовнішній вигляд (Додаток Б).

Варто зазначити, що компанія своїм власним виробництвом не покриває всю продукцію, яка є на ринку. Наприклад, такі технології, як об'ємне фольгування, флексодрок та друк білим кольором, не реалізуються безпосередньо на виробництві компанії. Для виконання таких замовлень ТОВ "Вайт Груп" співпрацює з різними посередниками, серед яких "Карбон сервіс" та "Wolf". Цей підхід дозволяє забезпечувати широкий асортимент продукції для клієнтів, навіть якщо вона не виготовляється безпосередньо на підприємстві.

На підприємстві також встановлений склад на якому зберігаються відповідні матеріали для друку, запчастини для друкарського устаткування та додаткові інструменти. Для системи обліку матеріалів використовується Google Таблиця.

Проаналізуємо фінансово-господарську діяльність компанії за 2022-2023 рр. Це дослідження продемонструє стан бізнесу. Розглянемо детально показники у вигляді таблиці, щоб наочно продемонструвати зміни в фінансово-господарській діяльності ТОВ "Вайт Груп" упродовж двох останніх років (2022-2023). Ця таблиця відобразить динаміку ключових фінансових

параметрів, що дозволить глибше зрозуміти результати діяльності компанії та її фінансові перспективи (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Фінансовий стан 2022-2023 ТОВ "Вайт Груп"

	2022	2023
Стаття	ГРН	
Чистий дохід від реалізації	1,200,000	1,500,000
Собівартість продукції	700,000	850,000
Інші витрати	150,000	170,000
Валовий прибуток	350,000	480,000
Разом витрати	850,000	1,020,000
Результат до оподаткування	350,000	480,000
Податок на прибуток	50,000	65,000
Чистий прибуток	300,000	415,000

Джерело [21].

Аналізуючи фінансові показники ТОВ "Вайт Груп" за 2022 і 2023 роки, можна відзначити загальне покращення результатів діяльності компанії.

По-перше, чистий дохід від реалізації зріс з 1,200,000 грн у 2022 році до 1,500,000 грн у 2023 році, що свідчить про збільшення обсягів продажу та розширення ринкових позицій компанії. Це важливий показник, оскільки зростання доходу є основою для збільшення прибутку та покращення фінансових результатів.

По-друге, собівартість продукції також зросла з 700,000 грн у 2022 році до 850,000 грн у 2023 році. Це може бути пов'язано з підвищенням вартості матеріалів або збільшенням обсягу виробництва. Водночас, інші витрати збільшились із 150,000 грн до 170,000 грн за той самий період. Проте, навіть з цим зростанням витрат, компанії вдалося значно збільшити свій валовий прибуток.

Валовий прибуток зріс із 350,000 грн у 2022 році до 480,000 грн у 2023 році, що демонструє ефективність управління компанією та здатність збільшувати прибутковість навіть за умов зростання витрат. Загальні витрати збільшилися з 850,000 грн у 2022 році до 1,020,000 грн у 2023 році, проте це зростання витрат було компенсоване збільшенням доходів.

Показник чистого прибутку зріс із 300,000 грн у 2022 році до 415,000 грн у 2023 році, що свідчить про ефективність діяльності компанії. Це зростання прибутку також підтверджується збільшенням результату до оподаткування, який у 2023 році склав 480,000 грн порівняно з 350,000 грн у 2022 році. Прибутковість відображається як через прибуток, так і через рентабельність, і для визначення рентабельності існує декілька підходів. Рентабельність є більш інформативним показником, ніж просто прибуток, оскільки надає глибше розуміння кінцевих результатів діяльності підприємства. Цей показник демонструє, наскільки ефективною є робота компанії: чим вищий рівень рентабельності, тим краще підприємство виконує свої фінансові та виробничі завдання. Відповідно, підприємства повинні прагнути підвищувати свої показники рентабельності, а менеджмент має шукати способи для їхнього постійного покращення. Існує чимало різних коефіцієнтів рентабельності, які використовують для оцінки ефективності фінансово-господарської діяльності підприємства. Вибір того чи іншого показника залежить від того, які саме аспекти діяльності необхідно оцінити, а також від того, який тип прибутку застосовується в розрахунках. У цьому випадку розрахуємо валовий прибуток та операційний прибуток. Валовий показник рентабельності реалізованої продукції (Рврп) дає можливість оцінити, наскільки ефективною є виробнича діяльність компанії, а також дозволяє проаналізувати ефективність її цінової політики. Цей показник обчислюється за наступною формулою [23-26]:

$$Рврп = \frac{\text{Валовий прибуток}}{\text{Чистий дохід від реалізації}}$$

Використання цього коефіцієнта дозволяє побачити, наскільки рентабельною є продукція підприємства з точки зору її виробництва та реалізації. Операційна рентабельність реалізованої продукції (Рорп) є важливим показником, що відображає рентабельність підприємства після врахування витрат на виробництво і збут продукції. Цей коефіцієнт дозволяє оцінити ефективність управління операційними витратами, такими як адміністративні та збутові витрати.

Розраховується даний показник за формулою [23-26].

$$\text{Рорп} = \frac{\text{Разом витрати}}{\text{Чистий дохід від реалізації}}$$

Розглянемо таблицю 2.2 з отриманими даними:

Таблиця 2.2

Аналіз рентабельності підприємства ТОВ "Вайт Груп"

Рентабельність	2022	2023
Валовий прибуток	71%	68%
Операційний прибуток	29%	32%

Джерело сформовано автором.

У 2022 році рентабельність операційного прибутку (Рорп) становила 71%, але знизилася до 68% у 2023 році, що свідчить про зростання частки витрат у загальному доході та потребу у вдосконаленні управління витратами. Водночас рентабельність валового прибутку (Рврп) підвищилася з 29% до 32%, вказуючи на покращення маржі прибутку, ймовірно, завдяки підвищенню цін на продукцію або зменшенню собівартості. Загалом, незважаючи на зниження Рорп, зростання Рврп вказує на позитивні зміни у реалізації продукції, що потребує детального аналізу витрат та впровадження стратегій для підвищення операційної ефективності й оптимізації витрат.

Розглянемо Організаційна структура компанії ТОВ "Вайт Груп" (рис. 2.4).



Рис. 2.4 Організаційна структура GLC

Джерело сформовано автором.

Організаційна структура ТОВ "Вайт Груп" побудована за лінійно-функціональним принципом, що є оптимальним для малого та середнього бізнесу. Така структура дозволяє не лише чітко розподілити обов'язки між співробітниками, але й ефективно координувати їхню роботу, забезпечуючи злагоджене виконання завдань і швидке прийняття управлінських рішень. Завдяки такому підходу кожен підрозділ компанії має чітко визначені функції, що мінімізує можливі непорозуміння та дублювання завдань.

Всього в компанії працює 16 співробітників, розподілених за різними функціональними ролями: один директор, один виконавчий директор, чотири друкарі, чотири дизайнери, п'ять менеджерів з продажу та один маркетолог. Такий підхід до управління забезпечує чіткий розподіл обов'язків і відповідальності між співробітниками, що дозволяє швидко приймати рішення та ефективно виконувати виробничі завдання. Лінійно-функціональна структура дозволяє компанії легко координувати дії різних підрозділів, що сприяє досягненню загальних цілей.

Директор є ключовою фігурою, що забезпечує загальне керівництво та стратегічний напрямок розвитку організації. Він відповідає за прийняття

важливих рішень, які спрямовані на досягнення поставлених цілей і завдань компанії в сфері виробництва поліграфічної продукції. Директор координує роботу всіх підрозділів, забезпечуючи їхню співпрацю для досягнення загальних цілей підприємства. Основні обов'язки директора включають формулювання стратегічних цілей і завдань, визначення необхідних ресурсів та планування їх ефективного використання. Він контролює фінансову діяльність, приймає рішення щодо інвестицій та управління фінансовими ризиками, а також відповідає за оптимізацію витрат. Директор також забезпечує встановлення ефективної системи управління персоналом, акцентуючи увагу на мотивації, навчанні та розвитку співробітників. Він є головним представником компанії перед зовнішніми стейкхолдерами, такими як клієнти, партнери та інші організації.

Виконавчий директор є ключовою фігурою, яка забезпечує реалізацію стратегічних ініціатив, визначених директором компанії. Він грає важливу роль у забезпеченні безперебійної роботи підприємства та ефективної координації діяльності всіх підрозділів. Основні обов'язки виконавчого директора включають реалізацію стратегічних планів, які розробляє директор. Він забезпечує адаптацію цих планів до оперативних потреб компанії, що дозволяє зберігати баланс між довгостроковими цілями та щоденними завданнями. Крім того, виконавчий директор відповідає за координацію роботи різних функціональних відділів. Він контролює їхню діяльність, сприяє налагодженню ефективної взаємодії між підрозділами та забезпечує своєчасне виконання завдань. Важливою складовою роботи виконавчого директора є управління технічними питаннями. Він відповідає за впровадження нових технологій та оптимізацію виробничих процесів, що суттєво підвищує ефективність діяльності компанії. Також виконавчий директор виконує функцію комунікатора, забезпечуючи зв'язок між директором і співробітниками. Його роль полягає у забезпеченні прозорості інформації та зворотного зв'язку, що сприяє покращенню робочого клімату в компанії. Окрім цього, виконавчий директор організовує внутрішні бізнес-процеси,

розробляючи та оптимізуючи їх для підвищення продуктивності та якості роботи. Регулярно аналізуючи результати діяльності підрозділів, він виявляє можливості для покращення та реалізує коригувальні заходи у разі необхідності.

Друкарі відповідають за виготовлення поліграфічної продукції, зокрема наліпок, стікерів, етикеток та іншої продукції. Основними обов'язками друкарів є налаштування та експлуатація друкарського обладнання, контроль за процесом друку та забезпечення відповідності готової продукції встановленим стандартам якості. Друкарі виконують весь цикл друку, включаючи налаштування кольорових параметрів принтерів та плотерів та контроль за друком на різних матеріалах. Їхня увага до деталей є критично важливою для забезпечення високої якості готової продукції та задоволення потреб клієнтів. Крім того, у компанії працює спеціаліст по смолі, який відповідає за заливання наліпок смолою. Цей процес надає готовій продукції об'ємного вигляду і підвищує її естетичні характеристики. Спеціаліст ретельно контролює процес заливання, щоб забезпечити рівномірний розподіл смоли та бездоганний вигляд кожної наліпки.

Дизайнери відіграють важливу роль у процесі створення поліграфічної продукції. Основним завданням дизайнерів є розробка оригінальних макетів для друку, що відповідають вимогам замовників та брендовим стандартам. Вони працюють з сучасними графічними програмами (Adobe Illustrator та CorelDRAW) для створення візуально привабливих рішень. Вони враховують як естетичні, так і функціональні аспекти, щоб кожен продукт не лише виглядав привабливо, але й виконував свої комунікаційні завдання. Крім того, дизайнери готують макети до друку, що включає перевірку кольорів, форматування та оптимізацію зображень. Вони також взаємодіють з друкарями, щоб забезпечити точність виконання макетів під час друку, вносячи необхідні корективи на етапі підготовки.

Менеджери з продажу відіграють ключову роль у забезпеченні безперервного процесу обслуговування клієнтів. Чотири з них працюють у

філіалі Nalipki.Shop, а один — в рекламній агенції РАВОБУХОВІ. Їхні статутні обов'язки охоплюють широкий спектр завдань, які сприяють успішній реалізації замовлень. Менеджери приймають замовлення від клієнтів, забезпечуючи їхнє правильне оформлення та реєстрацію в системі. Вони також ставлять завдання на дизайнерів, чітко формулюючи вимоги та терміни, що дозволяє забезпечити злагоджену роботу команди. Крім цього, менеджери контролюють процеси оплати замовлень, ведучи переговори з клієнтами та розв'язуючи виникаючі питання. Вони відповідають за пакування готової продукції, що включає не лише естетичний вигляд упаковки, а й дотримання стандартів безпеки при транспортуванні.

Маркетолог відповідає за розробку та реалізацію маркетингових стратегій, які сприяють просуванню продукції компанії на ринку. Основна увага приділяється рекламі в соціальних мережах, де маркетолог створює контент, що залучає увагу цільової аудиторії та підвищує впізнаваність бренду. В його обов'язки входить аналіз ринку та вивчення поведінки споживачів, що дозволяє формувати ефективні рекламні кампанії. Маркетолог проводить дослідження конкурентів, вивчає їхні стратегії, щоб знайти нові можливості для розвитку компанії. Крім того, він активно взаємодіє з командою дизайнерів та менеджерів, формуючи чіткі вимоги до рекламних матеріалів і забезпечуючи їхню відповідність загальній стратегії компанії.

Переваги такої структури управління:

1. Чіткий розподіл обов'язків. Кожен співробітник має свою визначену роль, що зменшує ймовірність плутанини у виконанні завдань та підвищує відповідальність за результати своєї роботи.

2. Ефективне прийняття рішень. Завдяки наявності ієрархії та чіткому підпорядкуванню, рішення приймаються швидко, що дозволяє оперативно реагувати на зміни у ринкових умовах.

3. Координація діяльності. Функціональний поділ дозволяє краще координувати роботу між відділами, такими як виробництво, дизайн, маркетинг та продажі, що підвищує загальну ефективність компанії.

Недоліки лінійно-функціональної структури управління:

1. Обмежена гнучкість. В умовах швидких змін на ринку або необхідності адаптації до нових умов, така структура може бути менш гнучкою, оскільки кожен підрозділ має вузьку спеціалізацію.

2. Потенційні комунікаційні бар'єри. Іноді інформація може затримуватися між рівнями управління або між функціональними відділами, що може впливати на оперативність виконання завдань.

Незважаючи на ці обмеження, лінійно-функціональна структура управління добре підходить для компанії ТОВ "Вайт Груп", оскільки вона дозволяє ефективно розподіляти ресурси та організовувати виробничі процеси, забезпечуючи високий рівень якості продукції та задоволення потреб клієнтів.

Отже, ТОВ "Вайт Груп" пройшло шлях від невеликого підприємства до стабільного учасника ринку поліграфічних послуг, розширивши свої виробничі потужності та асортимент продукції. Компанія має лінійно-функціональну структуру, що дозволяє ефективно розподіляти обов'язки між співробітниками, серед яких директор, виконавчий директор, друкарі, дизайнери, менеджери з продажу та маркетолог. Основні напрями діяльності включають надання поліграфічних послуг та виробництво продукції для підгруп компанії Nalipki.Shop, РАВОБУХОВІ та Formas який спеціалізується на одязі. Технічне оснащення, включаючи сучасне друкарське обладнання, плотери та ламінатори, забезпечує високу якість продукції та оперативність виконання замовлень. Власні складські потужності дозволяють бути гнучкими у виконанні замовлень та знижувати залежність від зовнішніх постачальників. Клієнтська база охоплює B2B та B2C сегменти, що дозволяє ефективно сегментувати ринки та адаптуватися до потреб різних груп споживачів. Конкурентні переваги компанії включають високу якість продукції, широкий асортимент послуг, індивідуальний підхід до клієнтів, оперативність виконання замовлень, активну присутність в інтернеті та співпрацю з надійними партнерами.

2.2. Стан логістичних процесів і їх ефективності ТОВ "Вайт Групп"

В ТОВ "Вайт Групп" логістичні процеси відповідають за всі етапи виробництва починаючи від постачання сировини та до транспортування готової продукції клієнтам. Ці процеси включають в себе закупівлю матеріалів та розхідників для друку, управління запасами компанії, виробництвом продукції, складування, транспортування та розподіл продукції. На цих етапах компанія прагне забезпечити ефективність та мінімізацію витрат. Побудує схему логістичних процесів для більш наглядного розуміння етапів які відбуваються в компанії (рис. 2.5)



Рис. 2.5 Схема логістичних процесів компанії ТОВ "Вайт Групп"

Джерело сформовано автором

Закупівля матеріалів та сировини відбувається на основі прогнозованого сезонного попиту як було описано в розділі 2.1, аналізі ринку постачальників та при їх закінченні. До матеріалів та сировини входить закупівля: плівки, паперу, рулонних самоклеюк, фарб, нового обладнання або запчастин, комп'ютерів та інше. Також компанія співпрацює з надійними постачальниками, що дозволяє забезпечити постійні та стабільні поставки сировини та матеріалів. Головним хто займається процесом закупівлі є Виконавчий директор, який також контролює запаси на складі та ринок матеріалів. Для контролю та управління запасами використовується сучасна

інформаційна система KeyCRM, що дозволяє оптимізувати рівень запасів та мінімізувати ризик з закінченням матеріалів.

Транспортування до компанії відбувається посередником Нова Пошта. У випадку невеликих вантажів та малих партій товару компанія самостійно забирає весь вантаж з відділення власним автомобілем. Якщо вантаж є габаритним або великою партійним замовляється адресна доставка кур'єром. Після етапу транспортування компанія вносить всі матеріали та сировину в Google таблицю щоб відслідковувати наявну кількість та сортує її на складі для зручнішого використання. Складування продукції здійснюється на власному складі компанії, що дозволяє оперативно реагувати на запити клієнтів та забезпечувати безперебійний виробничий процес.

Встановлення та обслуговування друкарського обладнання відбувається по договору з партнерами та посередниками які займаються його збутом. Наприклад такі компанії як "mediaprint", вони займаються збутом плотерів Vulkan та "Konica Minolta European Labels & Packaging Exhibition" які займаються виробництвом принтерів. Ці компанії надають також послуги технічного обслуговування. ТОВ "Вайт Груп" обрала саме цих постачальників через їх оперативну роботу по обслуговуванню щоб забезпечити мінімальний простій виробництва у випадку їх поломки. Виробничі процеси організовані таким чином, щоб забезпечити безперервний потік матеріалів та продукції, що дозволяє мінімізувати час простоїв та підвищити продуктивність.

Компанія зберігає готову продукцію до кінця робочого дня, щоб корпоративний автомобіль міг транспортувати її всією партією. Менеджери запаковують і розпаковують посилки для клієнтів, тоді як друкарі та виконавчий директор займаються обладнанням і сировиною. Контроль відправлень як всередині компанії, так і за її межами, здійснюється за допомогою системи KeyCRM. Менеджери також створюють транспортні накладні (ТТН) для власних замовлень.

Логістичні процеси компанії базуються на ефективній закупівлі та управлінні запасами. Закупівля матеріалів і сировини проводиться на основі прогнозованого сезонного попиту та аналізу ринку постачальників. Виконавчий директор здійснює ключову роль у закупівлях, контролі запасів та взаємодії з постачальниками. Використання сучасної інформаційної системи KeyCRM оптимізує рівень запасів, знижує ризик дефіциту матеріалів та сприяє своєчасній реакції на зміни попиту.

Для аналізу логістичних процесів використаємо метод ключових показників ефективності (KPI) на основі вище описаної інформації.

KPI: Час циклу замовлення матеріалів

Опис: Час циклу замовлення матеріалів вимірює період від моменту, коли матеріали замовляються, до моменту їх доставки на склад компанії. Цей показник є критичним для оцінки ефективності логістичних процесів, оскільки він впливає на загальний час виробництва та здатність компанії своєчасно виконувати замовлення клієнтів. Вимірювання часу циклу замовлення матеріалів дозволяє виявити вузькі місця в процесі постачання та вжити заходів для їх усунення.

Ціль: Основною метою є зменшення часу циклу замовлення матеріалів до мінімуму. Це дозволить компанії швидше отримувати необхідні матеріали, що, в свою чергу, сприятиме скороченню загального часу виробництва та підвищенню задоволеності клієнтів. Зменшення часу циклу також допоможе знизити витрати на зберігання запасів, оскільки матеріали будуть доставлятися вчасно і в потрібній кількості.

Дані: Для аналізу часу циклу замовлення матеріалів використовуються терміни друку, які включають час на транспортування від посередників до компанії. Наприклад, звичайний друк займає 2–3 робочих дні, одноколіровий друк у рулонах також 2–3 робочих дні, а повноколіровий друк у рулонах – 8–10 робочих днів. Ці терміни враховують час, необхідний для транспортування матеріалів від постачальників до складу компанії, що дозволяє точно оцінити ефективність логістичних процесів.

Зменшення часу циклу замовлення матеріалів до мінімуму є важливим завданням для підвищення ефективності логістичних процесів у ТОВ "Вайт Групп". Це дозволить компанії швидше реагувати на зміни попиту, знижувати витрати на зберігання та підвищувати рівень обслуговування клієнтів.

KPI: Вартість зберігання

Опис: Вартість зберігання вимірює витрати на зберігання матеріалів та готової продукції. Цей показник є важливим для оцінки ефективності використання складських приміщень та управління запасами. Вартість зберігання включає витрати на оренду або утримання складських приміщень, оплату праці співробітників, які займаються складуванням, а також витрати на обладнання та інші ресурси, необхідні для зберігання продукції.

Ціль: Основною метою є оптимізація витрат на зберігання. Це означає, що компанія повинна прагнути знизити витрати на зберігання до мінімуму, забезпечуючи при цьому належні умови для зберігання матеріалів та готової продукції. Оптимізація витрат на зберігання дозволить компанії зменшити загальні логістичні витрати та підвищити рентабельність.

Дані: У випадку ТОВ "Вайт Групп" зберігання матеріалів та готової продукції здійснюється на власному складі компанії, що дозволяє уникнути додаткових витрат на оренду складських приміщень. Це є значною перевагою, оскільки зберігання в компанії є безкоштовним. Однак, важливо враховувати витрати на утримання складу, оплату праці співробітників, які займаються складуванням, а також витрати на обладнання та інші ресурси.

Оптимізація витрат на зберігання є важливим завданням для підвищення ефективності логістичних процесів у ТОВ "Вайт Групп". Це дозволить компанії зменшити загальні логістичні витрати, підвищити рентабельність та забезпечити належні умови для зберігання матеріалів та готової продукції.

KPI: Час простою обладнання

Опис: Час простою обладнання вимірює період, протягом якого обладнання не використовується через поломки або технічне обслуговування. Цей показник є важливим для оцінки надійності та ефективності виробничих

процесів. Час простою безпосередньо впливає на продуктивність компанії, оскільки під час простою виробництво зупиняється, що може призвести до затримок у виконанні замовлень та збільшення витрат.

Ціль: Основною метою є зменшення часу простою до мінімуму. Це дозволить компанії забезпечити безперервність виробничих процесів, підвищити продуктивність та знизити витрати, пов'язані з простоем обладнання. Зменшення часу простою також сприятиме своєчасному виконанню замовлень та підвищенню задоволеності клієнтів.

Дані: Для аналізу часу простою обладнання використовуються дані про частоту технічного обслуговування та витрати на ремонт. У ТОВ "Вайт Групп" час простою обладнання становить від 1 до 2 робочих днів залежно від поломки. Частота технічного обслуговування – раз на 3 місяці. Витрати на технічне обслуговування варіюються від 300 до 5000 грн, залежно від складності робіт та необхідних запчастин.

Зменшення часу простою обладнання до мінімуму є важливим завданням для підвищення ефективності виробничих процесів у ТОВ "Вайт Групп". Це дозволить компанії забезпечити безперервність виробництва, знизити витрати та підвищити рівень обслуговування клієнтів.

КРІ: Відхилення фактичного попиту від прогнозованого

Опис: Відхилення фактичного попиту від прогнозованого вимірює різницю між фактичним попитом на продукцію та прогнозованим попитом. Цей показник є важливим для оцінки точності прогнозування та планування виробництва. Висока точність прогнозування дозволяє компанії ефективно планувати закупівлі матеріалів, виробничі процеси та управління запасами, що сприяє зниженню витрат і підвищенню задоволеності клієнтів.

Ціль: Основною метою є мінімізація відхилення фактичного попиту від прогнозованого до 5%. Це дозволить компанії точніше планувати свої ресурси, уникати надлишкових або дефіцитних запасів та забезпечувати своєчасне виконання замовлень. Досягнення цієї цілі сприятиме підвищенню ефективності логістичних процесів та зниженню витрат.

Дані: Для аналізу відхилення фактичного попиту від прогнозованого використовуються дані про сезонні коливання попиту та тенденції ринку. Попит на продукцію ТОВ "Вайт Групп" залежить від сезону та перегляду тенденцій ринку. Наприклад, попит на поліграфічну продукцію може зростати в певні періоди року, такі як весна та осінь, що вимагає точного прогнозування для забезпечення належного рівня запасів та своєчасного виконання замовлень.

Мінімізація відхилення фактичного попиту від прогнозованого до 5% є важливим завданням для підвищення ефективності логістичних процесів у ТОВ "Вайт Групп". Це дозволить компанії точніше планувати свої ресурси, знижувати витрати та забезпечувати високий рівень обслуговування клієнтів.

KPI: Відсоток вчасних доставок

Опис: Відсоток вчасних доставок вимірює частку замовлень, які були доставлені клієнтам у встановлені терміни. Цей показник є важливим для оцінки ефективності логістичних процесів, оскільки він безпосередньо впливає на задоволеність клієнтів і репутацію компанії. Високий відсоток вчасних доставок свідчить про надійність і ефективність системи транспортування, що дозволяє уникнути затримок і забезпечити своєчасне виконання замовлень.

Ціль: Основною метою є підвищення відсотка вчасних доставок до 95%. Це дозволить компанії зменшити кількість скарг від клієнтів, пов'язаних із затримками, та підвищити рівень обслуговування. Досягнення цієї цілі сприятиме зміцненню довіри клієнтів до компанії та підвищенню їхньої лояльності.

Дані: Згідно з даними, відсоток вчасних доставок, зафіксований у системі KeyCRM, становить 78%. Для аналізу відсотка вчасних доставок використовуються терміни друку, які включають час на транспортування від компанії до клієнта. Наприклад, звичайний друк займає 2–3 робочих дні, гладке фольгування – 3–5 робочих днів, а смоляні вироби – 8–12 робочих днів. Ці терміни враховують час, необхідний для транспортування готової продукції

від компанії до клієнта, що дозволяє точно оцінити ефективність логістичних процесів.

Підвищення відсотка вчасних доставок з 78% до 95% є важливим завданням для забезпечення ефективності логістичних процесів у ТОВ "Вайт Групп". Це дозволить компанії уникнути затримок у доставці, знизити витрати на обробку скарг та підвищити рівень обслуговування клієнтів.

На основі аналізу логістичних процесів у ТОВ "Вайт Групп" та визначених КРІ, можна запропонувати наступні рекомендації. Перша рекомендація це впровадження автоматизованої системи управління складом (Warehouse Management System, WMS). Являє собою програмне забезпечення, яке допомагає оптимізувати та автоматизувати всі складські процеси, включаючи прийом, зберігання, обробку та відправку товарів. Впровадження WMS дозволяє значно підвищити ефективність управління складом, зменшити витрати та покращити точність обліку товарів. Серед переваг впровадження WMS можна виділити оптимізацію процесів складування, автоматизацію обліку товарів, що знижує ймовірність помилок, та оптимізацію розміщення товарів, що дозволяє зменшити час на пошук та обробку замовлень. Крім того, WMS сприяє швидкій обробці замовлень, підвищенню точності виконання замовлень, ефективному використанню складських приміщень, зменшенню витрат на персонал, точному обліку запасів та прогнозуванню попиту. Система також забезпечує моніторинг у реальному часі та генерує детальні звіти та аналітичні дані про всі складські процеси, що допомагає керівництву приймати обґрунтовані рішення. Впровадження WMS, є важливим кроком для підвищення ефективності логістичних процесів у ТОВ "Вайт Групп", оскільки це дозволить оптимізувати процеси складування, зменшити час на обробку замовлень, знизити витрати на утримання складу та покращити управління запасами, що в результаті підвищить конкурентоспроможність компанії.

Отже, стан логістичних процесів у ТОВ "Вайт Групп" характеризується комплексним підходом до управління, починаючи з закупівлі матеріалів і закінчуючи доставкою готової продукції. Використання сучасних

інструментів, таких як KeyCRM для управління запасами, забезпечує оптимізацію процесів, мінімізацію витрат і ефективне реагування на зміни попиту. Важливою перевагою є співпраця з надійними постачальниками та партнерами, що сприяє стабільності поставок і швидкому обслуговуванню обладнання. Однак аналіз показав потенціал для покращення, зокрема впровадження автоматизованих складських систем, що дозволить скоротити час обробки замовлень і підвищити ефективність управління логістикою. Загалом, компанія демонструє позитивну динаміку розвитку, використовуючи інноваційні підходи для забезпечення високої якості обслуговування клієнтів.

2.3. Оцінка комунікаційної системи між підрозділами

В ТОВ "Вайт Групп" комунікаційні процеси відіграють важливу роль, починаючи з прийняття замовлень, виробництва до доставки готової продукції клієнтам. Головними інформаційними системами комунікації між підрозділами є KeyCRM, Skype та Telegram. Розробимо графік важливості використання цих систем для комунікації (рис 2.6).

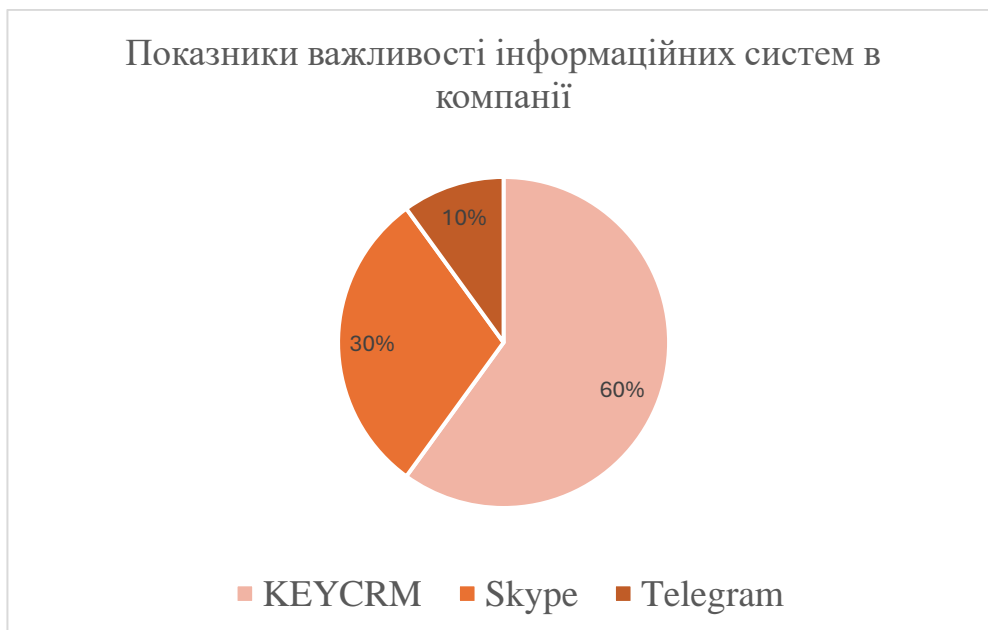


Рис. 2.6 Показники важливості інформаційних систем в компанії.

Джерело сформовано автором

Цей графік сформовано мною виходячи з інтенсивності використання цих інформаційних систем. Почнімо з KeyCRM який займає 60%, ця програма являє собою ключову систему для комунікації підрозділів в діяльності компанії.

Основні функції KeyCRM включають:

1. Обмін повідомленнями: Система дозволяє менеджерам спілкуватися з клієнтами, отримувати від них технічні завдання (ТЗ) для розробки макетів та надавати зворотний зв'язок.

2. Постановка завдань: Менеджери можуть формувати завдання для дизайнерів, чітко прописуючи всі технічні вимоги та деталі, необхідні для розробки макетів.

3. Виставлення рахунків: KeyCRM дозволяє автоматично генерувати рахунки на оплату, що спрощує фінансові операції.

4. Формування ТТН: Система автоматично створює транспортні накладні, що полегшує процес відправки продукції клієнтам.

5. Інтеграція з месенджерами: KeyCRM об'єднує всі канали зв'язку, такі як Telegram, Viber та WhatsApp, що дозволяє менеджерам відповідати на запити клієнтів через різні платформи.

Розглянемо та оцінімо більш детально на всіх підрозділах починаючи з Директора компанії.

Директор компанії використовує ці систему для відслідковування показників ефективності менеджерської діяльності. KeyCRM надає статистику по кількості діалогів з клієнтами, середній чек, швидкість відповіді на замовлення та контроль проблем які можуть виникати, тому що через неї проходить 80% всіх замовлень в компанії за рахунок об'єднання месенджерів WhatsApp, Telegram та Viber. Директор через інформаційну систему може ставити індивідуальні задачі та встановити терміни їх виконання на кожного співробітника.

Виконавчий директор за допомоги цієї системи відслідковує та контролює процес постачання в компанію, навантаження на дизайнерів та друкарів для подальшого розподілення завдань на ці підрозділи від менеджерів, в кінці робочого дня створює загальний реєстр (об'єднана ТТН) Нової Пошти.

Менеджери компанії використовують цю систему для поставлення ТЗ для дизайнерів, відслідковування замовлень, створення ТТН, спілкування з клієнтами та встановлення задач для виробництва. Дизайнери використовують цю систему для виконання ТЗ та перегляді чатів з клієнтами для завантаження важливих макетів. Друкарі переглядають свої завдання по друці та спілкуються з дизайнерами та менеджерами щоб уточнити деталі по замовленням. Комунікація між підрозділами відбувається саме при встановленні завдань. Маркетолог через KeyCRM відповідає за фото та відео матеріал від клієнтів щоб використовувати їх в контенті від компанії.

Внутрішня взаємодія між відділами в ТОВ "Вайт Групп" ґрунтується на використанні Skype, який забезпечує обмін інформацією та файлами між співробітниками. Використання Skype є зручним завдяки можливостям групових чатів, відеоконференцій, а також інтеграції з іншими інструментами для спільної роботи, що забезпечує постійний потік інформації в реальному часі. Skype відіграє ключову роль у взаємодії відділів під час виконання поточних завдань, особливо коли потрібно узгодити термінові питання або передати макети менеджерам, дизайнерам або друкарям. Головним інформаційним ресурсом ТОВ "Вайт Групп" є макети та їх візуалізації, які складають основу виробничого процесу компанії. Макет — це графічний документ, що є попередньою версією майбутнього виробу, такою як наліпка, етикетка, банер, візитка чи інші поліграфічні матеріали. Він створюється на етапі дизайну та містить точні пропорції, кольори, шрифти, зображення та інші візуальні елементи, які відповідають вимогам замовника. Візуалізація макету — це відображення кінцевого вигляду продукту, яке дозволяє клієнтам побачити, як буде виглядати готовий виріб ще до його друку. Вона допомагає

уникнути непорозумінь і коригувати дизайн, якщо щось не відповідає очікуванням замовника. Це важливий етап перевірки та затвердження дизайну, оскільки клієнт може внести зміни або підтвердити, що макет відповідає всім його вимогам. Важливість макетів для компанії:

1. Основний інструмент взаємодії з клієнтами: Макет і його візуалізація дозволяють замовнику бачити кінцевий продукт і узгоджувати найдрібніші деталі перед тим, як почнеться процес виробництва. Це знижує ризики виникнення помилок або непорозумінь.

2. Підтримка всіх етапів виробництва: Макет використовується на кожному етапі виготовлення продукції — від дизайну до друку та обробки. Він є дороговказом для друкарів і технічних працівників, що забезпечує точність та відповідність готового продукту затвердженому зразку.

3. Створення індивідуальних рішень: Макети дають змогу створювати персоналізовані продукти, що є важливим для задоволення специфічних вимог клієнтів. Вони можуть включати унікальні елементи, такі як логотипи, корпоративні кольори чи текстові повідомлення.

Формати та інструменти створення: Макети створюються за допомогою спеціалізованих програм для графічного дизайну, таких як Adobe Illustrator та CorelDRAW. Вони дозволяють працювати з векторною графікою, що забезпечує високу якість зображень та можливість масштабування без втрати якості. Таким чином, макети та їх візуалізації є основним інформаційним активом компанії, який забезпечує точність та якість на всіх етапах виробничого процесу та відіграє вирішальну роль у забезпеченні високого рівня задоволеності клієнтів.

Макети є головним інструментом для роботи в компанії ТОВ "Вайт Груп", оскільки вони забезпечують основу для всіх виробничих процесів. Інформацію про макети менеджери отримують від клієнтів або безпосередньо отримують самі макети. Дизайнери розробляють ці макети, враховуючи всі вимоги та побажання клієнтів, а друкарі виготовляють кінцеву продукцію на основі затверджених макетів. Процес передачі макетів між підрозділами

компанії є ключовим елементом комунікації, що забезпечує злагоджену роботу всіх відділів. Менеджери передають технічні завдання дизайнерам, які створюють макети та візуалізації, після чого ці макети передаються друкарям для виробництва.

Telegram компанія використовує для загальної неробочої інформації, таку як: дні народження, закупівлі святкових прикрас та інше.

Незважаючи на використання сучасних інформаційних систем, у комунікаційних процесах ТОВ "Вайт Груп" існують певні проблеми, які впливають на ефективність роботи компанії. Однією з основних проблем є обмеження на передачу файлів через Skype. Ця платформа має ліміт на розмір файлів до 200 МБ, що створює труднощі при обміні великими файлами, такими як макети для друку. Це уповільнює робочий процес, оскільки співробітникам доводиться шукати альтернативні способи передачі файлів через інші платформи, що підвищує ризик втрати або неправильного збереження даних.

Крім того, KeyCRM використовується переважно для контролю роботи та управління завданнями, але не для основної комунікації між підрозділами. Основна комунікація між співробітниками відбувається через Skype, що створює додаткові труднощі. Наприклад, співробітники можуть не завжди мати доступ до необхідної інформації в реальному часі, оскільки вона може бути розпорошена між різними платформами. Це може призводити до затримок у прийнятті рішень та виконанні завдань.

Також варто зазначити, що використання Skype для основної комунікації може бути менш ефективним через обмежені можливості інтеграції з іншими системами, такими як KeyCRM. Це означає, що співробітникам доводиться вручну переносити інформацію між системами, що збільшує ризик помилок та втрати даних. Відсутність централізованої системи комунікації може також ускладнювати моніторинг та аналіз ефективності комунікаційних процесів. Однією з суттєвих проблем у комунікаційних процесах ТОВ "Вайт Груп" є те, що кожен підрозділ зберігає свої версії файлів на власних пристроях. Це

призводить до того, що існують різні версії одного і того ж макету, розкидані на різних девайсах. У разі відсутності одного з ключових працівників виникає проблема швидкого доступу до потрібного макету, що може спричинити затримки у виконанні замовлень або проблеми з якістю кінцевого продукту. Така ситуація ускладнює управління файлами та збільшує ймовірність помилок або невідповідностей між різними версіями макетів.

Для вирішення проблеми з передачею великих файлів через Skype можна розглянути кілька варіантів. Перший варіант - це перехід на інші CRM-системи, які можуть об'єднати всі процеси в єдину платформу. Наприклад, HubSpot CRM пропонує комплексне рішення для управління бізнесом, включаючи CRM, управління завданнями, документообіг, комунікації та багато іншого. HubSpot CRM має безкоштовний тарифний план для невеликих команд, а також платні плани, які починаються від 1 200 грн на місяць для розширених функцій і більшої кількості користувачів. Ця система дозволяє зберігати великі файли, інтегруватися з іншими сервісами та забезпечувати централізоване управління всіма процесами [27].

Для вирішення проблеми з передачею великих файлів можна використовувати хмарні сховища, такі як Google Drive, Dropbox або OneDrive. Ці сервіси дозволяють зберігати та ділитися великими файлами без обмежень на розмір файлів. Наприклад, Google Drive пропонує 2 ТБ пам'яті за 909,99 грн на місяць. Dropbox також пропонує 2 ТБ пам'яті за 1 199 грн на місяць. OneDrive від Microsoft пропонує 1 ТБ пам'яті за 1 099 грн на рік. Використання хмарних сховищ дозволить дизайнерам передавати макети безпосередньо на сервер, звідки їх зможуть завантажувати всі учасники процесу без необхідності використовувати сторонні сервіси. Ще одним рішенням є впровадження власного сервера для зберігання та обміну файлами. Власний сервер забезпечить повний контроль над зберіганням та передачею даних, підвищить безпеку та конфіденційність інформації. Вартість такого серверу варіюється від 14 000 до 120 000 грн, залежно від об'єму накопичувачів, швидкості доступу до даних і загальних технічних можливостей. Хоча

початкові інвестиції можуть здатися значними, це дозволить уникнути постійних щомісячних витрат, а також забезпечить повний контроль над даними та можливість гнучкого налаштування системи під конкретні потреби компанії. Власний сервер також дозволить налаштувати індивідуальні права доступу для кожного співробітника, що забезпечить захист конфіденційної інформації [28].

Для покращення комунікаційної системи можна також розглянути можливість інтеграції KeyCRM з іншими комунікаційними платформами або впровадження єдиної системи для управління завданнями та комунікації. Наприклад, інтеграція з Slack або Microsoft Teams дозволить централізувати всі комунікаційні процеси, знизити ризик помилок та втрати даних, а також підвищити ефективність роботи компанії. Slack пропонує безкоштовний план для невеликих команд і платні плани, які починаються від 240 грн на місяць за користувача. Microsoft Teams також пропонує безкоштовний план і платні плани, які починаються від 120 грн на місяць за користувача. Впровадження нових CRM-систем, використання хмарних сховищ, впровадження власного сервера та інтеграція з іншими системами можуть значно покращити комунікаційну систему ТОВ "Вайт Групп". Це дозволить централізувати всі процеси, знизити ризик помилок та втрати даних, підвищити ефективність роботи компанії та забезпечити зручний доступ до великих файлів для всіх співробітників. Вибір конкретного рішення залежить від потреб компанії, бюджету та технічних можливостей. Також важливо враховувати можливість модернізації існуючих систем і посилення заходів безпеки для мінімізації ризиків втрати даних або технічних збоїв. Навчання персоналу щодо використання нових технологій і систем також є критично важливим аспектом успішного впровадження змін [29-30].

Впровадження централізованого файлового сервера або використання хмарних технологій забезпечить єдине місце для зберігання макетів і документів. Це дозволить уникнути плутанини з версіями файлів і забезпечити доступ до актуальної копії в будь-який час. Використання локального серверу

або хмарного сховища дозволить дизайнерам передавати макети безпосередньо на сервер, звідки їх зможуть завантажувати всі учасники процесу без необхідності використовувати сторонні сервіси. Централізоване резервне копіювання всіх даних допоможе мінімізувати ризик втрати інформації у випадку технічних збоїв або пошкодження файлів. Крім того, можна налаштувати індивідуальні права доступу для кожного співробітника, що забезпечить захист конфіденційної інформації. Таке рішення також покращить комунікацію між підрозділами. Це допоможе скоротити час передачі інформації, зробити процес прозорішим і структурованим. Менеджери зможуть відстежувати етапи роботи над макетом, а друкарі завжди матимуть доступ до актуальних версій файлів. При виборі між власним сервером і сервером від сторонніх компаній необхідно врахувати кілька ключових факторів: вартість обладнання або підписки на хмарне сховище; рівень безпеки даних; можливість масштабування системи відповідно до потреб компанії; контроль над даними; технічна підтримка та обслуговування системи. Власний сервер забезпечує повний контроль над даними та інфраструктурою компанії. Це особливо важливо для компаній, які працюють із конфіденційною інформацією або підлягають суворим нормативним вимогам. Однак недоліками можуть бути високі початкові витрати на обладнання та необхідність у фахівцях для його обслуговування. Сервер від сторонніх компаній (хмарне рішення) надає можливість швидкого розгортання та легкого масштабування в залежності від потреб компанії. Провайдери таких послуг забезпечують високу доступність і резервне копіювання даних. Однак використання хмарних рішень залежить від довіри до сторонніх постачальників і може стати дорогим при тривалому використанні. За останні два роки компанія використала 2 терабайти (2000 гігабайтів) даних. Якщо розглядати варіанти хмарного сховища від сторонніх компаній, то Google Cloud пропонує 2 терабайти пам'яті за 909,99 грн на місяць. Однак після використання цієї ємності доведеться створювати додаткові акаунти для збільшення обсягу зберігання [28].

Натомість купівля власного серверу може бути більш вигідним і довгостроковим рішенням. Вартість такого серверу варіюється від 14 000 до 120 000 грн залежно від об'єму накопичувачів і швидкості доступу до даних. Хоча початкові інвестиції можуть здатися значними, це дозволить уникнути постійних щомісячних витрат і забезпечить повний контроль над даними.

На власному сервері компанія отримає максимальну продуктивність і незалежність від сторонніх постачальників послуг. Крім того, не буде потреби створювати нові акаунти або обмежувати обсяги зберігання даних; при зростанні обсягів можна просто додати нові жорсткі диски або оновити обладнання без складних процедур.

Отже, як показала оцінка комунікації між підрозділами ТОВ "Вайт Груп", основними інформаційними системами є KeyCRM, Skype та Telegram. KeyCRM займає ключову позицію, забезпечуючи більшість комунікаційних процесів, включаючи обмін повідомленнями, постановку завдань, виставлення рахунків та формування транспортних накладних. Однак, існують проблеми з передачею великих файлів через Skype, що уповільнює робочий процес і підвищує ризик втрати даних. Використання різних платформ для зберігання файлів також створює труднощі з доступом до актуальних версій макетів. Для покращення комунікаційної системи рекомендується впровадження хмарних сховищ або власного сервера для централізованого зберігання файлів, а також інтеграція KeyCRM з іншими комунікаційними платформами для підвищення ефективності роботи компанії. Це дозволить централізувати всі процеси, знизити ризик помилок та втрати даних, підвищити ефективність роботи компанії та забезпечити зручний доступ до великих файлів для всіх співробітників.

РОЗДІЛ 3. ОРГАНІЗАЦІЯ КОМУНІКАЦІЙНОГО ЗВ'ЯЗКУ МІЖ ОСНОВНИМИ ПІДРОЗДІЛАМИ В КОМПАНІЇ ТОВ "ВАЙТ ГРУПП"

3.1. Роль і значення комунікацій в управлінні логістичними процесами ТОВ "Вайт Групп"

Як було описано в попередніх розділах, комунікації відіграють ключову роль у забезпеченні ефективності логістичних процесів у ТОВ "Вайт Групп". Від налагодженого процесу передачі даних та важливої інформації залежить своєчасне виконання замовлень, координація між підрозділами та загальна продуктивність компанії.

Розглянемо роль комунікації у логістичних процесах компанії ТОВ "Вайт Групп". Важливість налагодженого процесу передачі даних та важливої інформації не можна переоцінити. Ефективні комунікації є основою для забезпечення безперебійного функціонування всіх логістичних процесів. Від своєчасного обміну інформацією між підрозділами залежить не лише швидкість виконання замовлень, але й загальна ефективність роботи компанії.

Управління запасами своєчасне повідомлення про закінчення певних матеріалів на складі дозволяє менеджерам уникнути ситуацій, коли клієнтам пропонуються товари, яких немає в наявності. Наприклад, якщо друкарі вчасно повідомляють про закінчення паперу або фарби, відділ закупівель може оперативно поповнити запаси, що забезпечує безперебійний виробничий процес. Координація між підрозділами ефективні комунікації сприяють швидшому прийняттю рішень та координації дій між різними підрозділами компанії. Наприклад, оперативний обмін інформацією між відділом закупівель та виробничим відділом дозволяє своєчасно поповнювати запаси матеріалів, що необхідні для безперервного виробництва. Це, в свою чергу, забезпечує стабільність виробничих процесів та мінімізує простої. Реакція на зміни в попиті важливість комунікацій також проявляється у здатності компанії швидко реагувати на зміни в попиті та ринкових умовах. Завдяки

налагодженим комунікаційним каналам, ТОВ "Вайт Групп" може оперативно адаптувати свої логістичні процеси до нових вимог, що дозволяє зберігати конкурентоспроможність на ринку. Наприклад, якщо відділ маркетингу повідомляє про збільшення попиту на певний вид продукції, виробничий відділ може швидко перелаштувати виробничі процеси для задоволення цього попиту. Підвищення якості обслуговування клієнтів ефективні комунікації сприяють точному виконанню замовлень відповідно до вимог клієнтів. Завдяки чітким інструкціям та своєчасному обміну інформацією, зменшується ймовірність помилок у виробництві та доставці продукції. Наприклад, дизайнери отримують точні технічні завдання від менеджерів, що дозволяє створювати макети, які повністю відповідають очікуванням клієнтів.

Налагоджені комунікації у логістичних процесах є ключовим фактором для підвищення ефективності роботи компанії, забезпечення високого рівня обслуговування клієнтів та підтримання стабільності виробничих процесів. У ТОВ "Вайт Групп" ефективні комунікації дозволяють своєчасно реагувати на зміни в попиті, координувати дії між підрозділами та забезпечувати безперебійний виробничий процес.

У логістичних процесах ТОВ "Вайт Групп" можуть виникати різні проблеми, пов'язані з комунікаціями. Ці проблеми можуть впливати на ефективність роботи компанії, знижувати продуктивність та призводити до затримок у виконанні замовлень. Розглянемо основні проблеми, що можуть виникати у комунікаціях.

Неправильне або неповне передавання інформації. Однією з найпоширеніших проблем є неправильне або неповне передавання інформації між підрозділами. Наприклад, якщо менеджер з продажу не надає повну інформацію про замовлення виробничому відділу, це може призвести до виготовлення продукції, яка не відповідає вимогам клієнта. Це, в свою чергу, призводить до додаткових витрат на переробку та затримок у виконанні замовлень.

Відсутність своєчасного обміну інформацією. Відсутність своєчасного обміну інформацією між підрозділами може призвести до затримок у виконанні замовлень та зниження продуктивності. Наприклад, якщо відділ закупівель не повідомляє виробничий відділ про затримку постачання матеріалів, це може призвести до простоїв у виробництві. Своєчасний обмін інформацією дозволяє уникнути таких ситуацій та забезпечити безперебійний виробничий процес.

Невідповідність комунікаційних каналів. Використання невідповідних комунікаційних каналів може призвести до втрати важливої інформації або її неправильного тлумачення. Наприклад, якщо важлива інформація передається усно, а не через офіційні канали, такі як електронна пошта або внутрішня система управління, це може призвести до її втрати або неправильного розуміння. Використання відповідних комунікаційних каналів забезпечує точність та надійність передачі інформації.

Відсутність стандартизованих процедур комунікації. Відсутність стандартизованих процедур комунікації може призвести до хаосу та непорозумінь між підрозділами. Наприклад, якщо кожен підрозділ використовує свої власні методи та інструменти для обміну інформацією, це може ускладнити координацію та призвести до затримок у виконанні завдань. Впровадження стандартизованих процедур комунікації дозволяє забезпечити узгодженість та ефективність обміну інформацією.

Недостатня кваліфікація персоналу. Недостатня кваліфікація персоналу у сфері комунікацій може призвести до неправильного передавання інформації та виникнення помилок у логістичних процесах. Наприклад, якщо працівники не володіють навичками ефективного спілкування або не знають, як користуватися комунікаційними інструментами, це може призвести до втрати важливої інформації та зниження продуктивності. Навчання та підвищення кваліфікації персоналу у сфері комунікацій є важливим аспектом для забезпечення ефективності логістичних процесів.

Проблеми, що виникають у комунікаціях, можуть мати значний вплив на ефективність логістичних процесів у ТОВ "Вайт Групп". Вони можуть призводити до затримок у виконанні замовлень, зниження якості продукції, збільшення витрат та зниження задоволеності клієнтів. Розглянемо, як саме ці проблеми можуть впливати на діяльність компанії.

Для кращого розуміння впливу проблем у комунікаціях на логістичні процеси в ТОВ "Вайт Групп" можна створити схему, яка відображає основні проблеми та їх наслідки (Рис. 3.1).

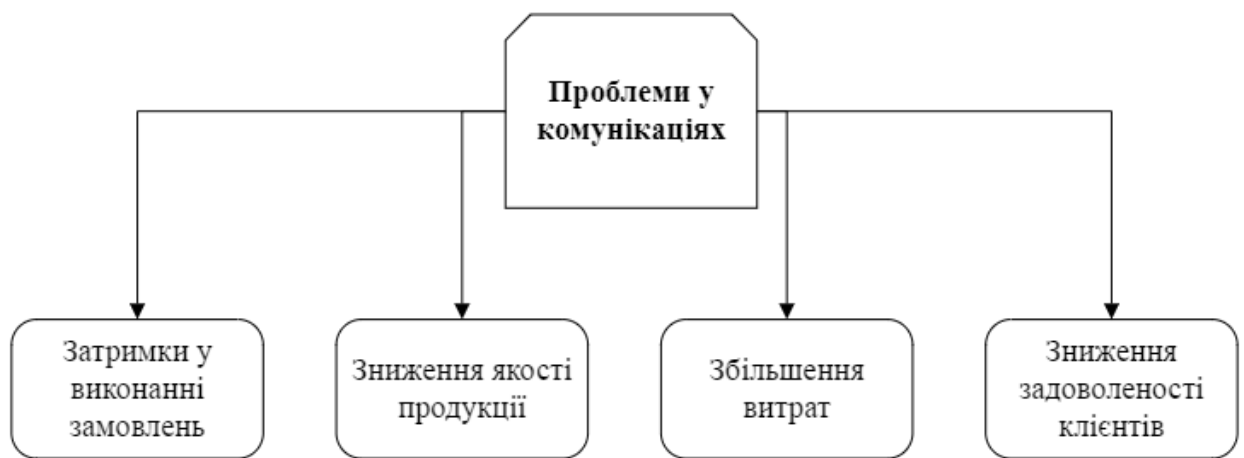


Рис. 3.1. Вплив проблем у комунікаціях на логістичні процеси

Джерело сформовано автором.

Ця схема допомагає візуалізувати, як проблеми у комунікаціях можуть впливати на логістичні процеси та загальну ефективність ТОВ "Вайт Групп". Вирішення цих проблем є важливим для забезпечення ефективності логістичних процесів та підвищення продуктивності компанії.

Неправильне або неповне передавання інформації між підрозділами може призводити до затримок у виконанні замовлень. Наприклад, якщо виробничий відділ не отримує своєчасної інформації про необхідні матеріали, це може призвести до простоїв у виробництві. Відсутність своєчасного обміну інформацією між відділом закупівель та виробничим відділом може затримати постачання матеріалів, що також впливає на терміни виконання замовлень.

Проблеми у комунікаціях можуть призводити до зниження якості продукції. Наприклад, якщо дизайнери не отримують точних технічних завдань від менеджерів, це може призвести до виготовлення продукції, яка не відповідає вимогам клієнтів. Невідповідність комунікаційних каналів або відсутність стандартизованих процедур комунікації може призводити до втрати важливої інформації, що впливає на якість продукції.

Відсутність ефективних комунікацій може призводити до збільшення витрат на виробництво та логістику. Наприклад, неправильне передавання інформації про запаси матеріалів може призвести до надлишків або дефіциту матеріалів, що збільшує витрати на зберігання або закупівлю. Недостатня кваліфікація персоналу у сфері комунікацій може призводити до помилок у виробництві, що потребує додаткових витрат на переробку продукції.

Проблеми у комунікаціях можуть призводити до зниження задоволеності клієнтів. Наприклад, затримки у виконанні замовлень або виготовлення продукції, яка не відповідає вимогам клієнтів, можуть негативно впливати на репутацію компанії. Відсутність своєчасного обміну інформацією між підрозділами може призводити до невідповідності очікуванням клієнтів, що знижує їхню лояльність до компанії.

Проблеми у комунікаціях можуть мати негативний вплив на загальну ефективність компанії. Вони можуть призводити до зниження продуктивності, збільшення витрат та зниження якості продукції. Це, в свою чергу, впливає на конкурентоспроможність компанії на ринку. Вирішення цих проблем є важливим для забезпечення ефективності логістичних процесів та підвищення продуктивності компанії. Проблеми у комунікаціях можуть мати значний вплив на ефективність логістичних процесів у ТОВ "Вайт Груп". Вони можуть призводити до затримок у виконанні замовлень, зниження якості продукції, збільшення витрат та зниження задоволеності клієнтів. Вирішення цих проблем є важливим для забезпечення ефективності логістичних процесів та підвищення продуктивності компанії.

Отже, комунікації відіграють ключову роль у забезпеченні ефективності логістичних процесів у ТОВ "Вайт Групп". Від налагодженого процесу передачі даних та важливої інформації залежить своєчасне виконання замовлень, координація між підрозділами та загальна продуктивність компанії. Ефективні комунікації сприяють швидшому прийняттю рішень, оперативному реагуванню на зміни в попиті та ринкових умовах, а також підвищенню якості обслуговування клієнтів. Вони дозволяють уникати затримок у виробництві, знижувати витрати та забезпечувати стабільність виробничих процесів. Налагоджені комунікаційні канали є основою для підтримання конкурентоспроможності компанії на ринку та задоволення потреб клієнтів. Таким чином, вдосконалення комунікаційних процесів є важливим завданням для підвищення ефективності роботи ТОВ "Вайт Групп" та досягнення її стратегічних цілей.

3.2 Обґрунтування та оцінка пропозицій щодо вдосконалення логістичної інформаційної взаємодії ТОВ "Вайт Групп"

У сучасному бізнес-середовищі ефективна інформаційна взаємодія є ключовим фактором для забезпечення безперебійного функціонування логістичних процесів. У ТОВ "Вайт Групп" вдосконалення інформаційної взаємодії може значно підвищити продуктивність, знизити витрати та покращити якість обслуговування клієнтів.

Розглянемо першу пропозицію щодо вдосконалення логістичної інформаційної взаємодії. HubSpot CRM є однією з провідних систем управління взаємодією з клієнтами, яка пропонує широкий спектр функцій для оптимізації бізнес-процесів. Ця система дозволяє централізувати всі дані про клієнтів, включаючи історію взаємодій, контакти, угоди та завдання, що забезпечує легкий доступ до інформації для всіх співробітників компанії. HubSpot CRM також інтегрується з іншими інструментами HubSpot, такими як

маркетингова автоматизація, управління контентом та аналітика, що дозволяє створювати комплексні рішення для бізнесу. Крім того, система пропонує зручний інтерфейс користувача, який спрощує навігацію та використання функцій, що робить її доступною навіть для користувачів без технічного досвіду. Завдяки своїй гнучкості та масштабованості, HubSpot CRM підходить для компаній різного розміру та галузей, забезпечуючи ефективне управління взаємодією з клієнтами.



Рис. 3.2 Логотип компанії HubSpot

Джерело [27].

Перехід від KeyCRM до HubSpot CRM обґрунтований кількома ключовими факторами, які можуть значно покращити логістичну інформаційну взаємодію в ТОВ "Вайт Групп". По-перше, HubSpot CRM пропонує більш розширені можливості інтеграції з іншими системами та платформами, що дозволяє централізувати управління інформаційними потоками та уникнути дублювання даних. Це забезпечує прозорість і доступність інформації для всіх підрозділів компанії, що сприяє кращій координації та швидшому прийняттю рішень. По-друге, HubSpot CRM має потужні інструменти для автоматизації рутинних операцій, що дозволяє знизити навантаження на співробітників та підвищити ефективність їхньої роботи. Крім того, система пропонує більш детальну аналітику та звітність, що

дозволяє керівництву компанії приймати обґрунтовані рішення на основі актуальних даних.

HubSpot CRM отримує високу оцінку завдяки своїм численним перевагам, які включають зручний інтерфейс, широкі можливості інтеграції та потужні інструменти для автоматизації бізнес-процесів. Система дозволяє ефективно управляти взаємодією з клієнтами, забезпечуючи доступ до всієї необхідної інформації в режимі реального часу. Це сприяє підвищенню продуктивності співробітників та покращенню якості обслуговування клієнтів. Крім того, HubSpot CRM пропонує гнучкі тарифні плани, що дозволяє компаніям обирати оптимальний варіант відповідно до своїх потреб та бюджету. Важливо також зазначити, що система постійно оновлюється та вдосконалюється, що забезпечує її відповідність сучасним вимогам бізнесу та технологічним тенденціям.

Таким чином, впровадження HubSpot CRM в ТОВ "Вайт Групп" може стати стратегічним кроком для підвищення ефективності логістичної інформаційної взаємодії та загальної продуктивності компанії.

Другим запропонованим покращенням є, впровадження нових файлових систем для зберігання макетів в одному місці може значно оптимізувати роботу компанії ТОВ "Вайт Групп" та зменшити проблеми в комунікації між підрозділами. Одним з найпопулярніших рішень є Google Drive, який пропонує 15 ГБ безкоштовного сховища, а також платні плани: 100 ГБ (гігабайт) за \$1.99 на місяць або \$19.99 на рік, 200 ГБ за \$2.99 на місяць або \$29.99 на рік, і 2 ТБ (терабайт) за \$9.99 на місяць або \$99.99 на рік. Google Drive інтегрується з іншими сервісами Google, такими як Google Docs, Sheets та Slides, що дозволяє легко створювати, редагувати та зберігати документи. Крім того, Google Drive забезпечує зручний доступ до файлів з будь-якого пристрою, що робить його ідеальним для командної роботи та обміну файлами. Однак, варто зазначити, що Google Drive не пропонує наскрізне шифрування, що може бути важливим для компаній, які працюють з конфіденційною інформацією.

Dropbox є ще одним популярним варіантом для зберігання файлів, який пропонує 2 ГБ безкоштовного сховища, а також платні плани: 2 ТБ за \$9.99 на місяць або \$119.88 на рік для індивідуальних користувачів, і 3 ТБ за \$16.58 на місяць для професіоналів. Dropbox відомий своєю надійністю та простотою використання, а також можливістю синхронізації файлів на різних пристроях. Система також пропонує функції для відновлення видалених файлів та історії версій, що дозволяє користувачам відстежувати зміни та відновлювати попередні версії файлів. Dropbox забезпечує високий рівень безпеки, включаючи 256-бітове AES шифрування та двофакторну аутентифікацію, що робить його надійним вибором для компаній, які потребують захисту своїх даних [31].

OneDrive від Microsoft також є потужним інструментом для зберігання файлів, пропонуючи 5 ГБ безкоштовного сховища, а також платні плани: 100 ГБ за \$1.99 на місяць, 1 ТБ за \$6.99 на місяць або \$69.99 на рік для індивідуальних користувачів, і 6 ТБ (1 ТБ на користувача) за \$9.99 на місяць або \$99.99 на рік для сімей. OneDrive інтегрується з Microsoft Office, що дозволяє користувачам легко створювати, редагувати та зберігати документи Word, Excel та PowerPoint. Крім того, OneDrive пропонує функції для захисту файлів, такі як захист від програм-вимагачів та особистий сейф для зберігання важливих документів [32].

Таблиця 3.1

Порівняння хмарних сховищ

Платформа	Безкоштовне сховище	Платні плани	Особливості
Google Drive	15 ГБ	100 ГБ за \$1.99, 200 ГБ за \$2.99, 2 ТБ за \$9.99	Інтеграція з Google Docs, Sheets, Slides, доступ з будь-якого пристрою, відсутність наскрізного шифрування
Dropbox	2 ГБ	2 ТБ за \$9.99, 3 ТБ за \$16.58	Надійність, простота використання, синхронізація на різних пристроях, 256-бітове
OneDrive	5 ГБ	100 ГБ за \$1.99, 1 ТБ за \$6.99, 6 ТБ за \$9.99	Інтеграція з Microsoft Office, особистий сейф, шифрування.

Джерело [28,31-32].

Вибір між Google Drive, Dropbox та OneDrive залежить від конкретних потреб компанії ТОВ "Вайт Групп". Google Drive може бути ідеальним для команд, які активно використовують інші сервіси Google, такі як Gmail та Google Docs. Dropbox підходить для тих, хто цінує простоту використання та надійність, а також потребує високого рівня безпеки. OneDrive є відмінним вибором для користувачів Microsoft Office, які хочуть інтегрувати свої документи з хмарним сховищем. Впровадження однієї з цих систем дозволить централізувати зберігання макетів, забезпечити легкий доступ до файлів для всіх співробітників та зменшити проблеми в комунікації між підрозділами.

Впровадження власного сервера є альтернативою хмарному серверу від посередників. Для зберігання макетів може стати стратегічним рішенням для ТОВ "Вайт Групп", забезпечуючи повний контроль над даними та підвищуючи безпеку інформації. Власний сервер дозволяє зберігати великі обсяги даних, забезпечуючи швидкий доступ до них для всіх співробітників компанії. Це рішення також дозволяє уникнути постійних щомісячних витрат на хмарні сервіси та забезпечує гнучкість у налаштуванні системи під конкретні потреби компанії. Вартість власного сервера може варіюватися залежно від технічних характеристик та обсягу накопичувачів.

Для порівняння, розглянемо кілька варіантів серверів від провідних постачальників. Наприклад, InMotion Hosting пропонує сервери з ціною від \$139.99 на місяць за базовий план, який включає 16 ГБ оперативної пам'яті, 1 ТБ SSD сховища та 15 ТБ щомісячного трафіку. Цей варіант підходить для компаній, які потребують високої продуктивності та надійності. Інший варіант - Hostwinds, який пропонує сервери з ціною від \$122 на місяць за план з 8 ГБ оперативної пам'яті, 1 ТБ HDD сховища та необмеженим трафіком. Hostwinds також відомий своєю високою якістю обслуговування клієнтів та надійністю.

DreamHost пропонує сервери з ціною від \$169 на місяць за план з 16 ГБ оперативної пам'яті, 240 ГБ SSD сховища та необмеженим трафіком. Цей варіант підходить для компаній, які потребують високої продуктивності та безперебійної роботи. Крім того, DreamHost забезпечує 100% гарантію

безперебійної роботи, що є важливим для бізнесів, які залежать від постійного доступу до своїх даних. Всі ці варіанти пропонують різні рівні продуктивності та можливості, що дозволяє обрати оптимальний варіант відповідно до потреб та бюджету компанії.

Таблиця 3.2

Порівняння вартості та можливості серверів

Постачальник	Ціна (щомісячно)	Оперативна пам'ять	Сховище	Трафік	Особливості
InMotion Hosting	\$139.99	16 ГБ	1 ТБ SSD	15 ТБ	Висока продуктивність, надійність
Hostwinds	\$122	8 ГБ	1 ТБ HDD	Необмежений	Висока якість обслуговування, надійність
DreamHost	\$169	16 ГБ	240 ГБ SSD	Необмежений	100% гарантія безперебійної роботи

Джерело [33-35].

Вибір між власним сервером та хмарними сервісами залежить від конкретних потреб компанії ТОВ "Вайт Групп". Власний сервер забезпечує максимальну продуктивність та незалежність від сторонніх постачальників послуг. Крім того, не буде потреби створювати нові акаунти або обмежувати обсяги зберігання даних; при зростанні обсягів можна просто додати нові жорсткі диски або оновити обладнання без складних процедур. Однак, варто враховувати початкові інвестиції та необхідність у фахівцях для обслуговування серверу. Впровадження власного серверу дозволить компанії забезпечити високий рівень безпеки даних, швидкий доступ до інформації та гнучкість у налаштуванні системи під конкретні потреби бізнесу.

Порівняння використання власного сховища та посередницьких сервісів є важливим кроком для визначення оптимального рішення для зберігання макетів у ТОВ "Вайт Групп". Розглянемо Google Drive як один з найкращих

посередницьких сервісів, а також власний сервер, щоб визначити, яке рішення краще підходить для компанії.

Google Drive пропонує 15 ГБ безкоштовного сховища, а також платні плани: 100 ГБ за \$1.99 на місяць або \$19.99 на рік, 200 ГБ за \$2.99 на місяць або \$29.99 на рік, і 2 ТБ за \$9.99 на місяць або \$99.99 на рік. Цей сервіс інтегрується з іншими продуктами Google, такими як Google Docs, Sheets та Slides, що дозволяє легко створювати, редагувати та зберігати документи. Google Drive забезпечує зручний доступ до файлів з будь-якого пристрою, що робить його ідеальним для командної роботи та обміну файлами. Однак, варто зазначити, що Google Drive не пропонує наскрізне шифрування, що може бути важливим для компаній, які працюють з конфіденційною інформацією.

Власний сервер забезпечує повний контроль над зберіганням та передачею даних, підвищуючи безпеку та конфіденційність інформації. Вартість власного серверу може варіюватися залежно від технічних характеристик та обсягу накопичувачів. Наприклад, InMotion Hosting пропонує сервери з ціною від \$139.99 на місяць за базовий план, який включає 16 ГБ оперативної пам'яті, 1 ТБ SSD сховища та 15 ТБ щомісячного трафіку. Hostwinds пропонує сервери з ціною від \$122 на місяць за план з 8 ГБ оперативної пам'яті, 1 ТБ HDD сховища та необмеженим трафіком. DreamHost пропонує сервери з ціною від \$169 на місяць за план з 16 ГБ оперативної пам'яті, 240 ГБ SSD сховища та необмеженим трафіком. Всі ці варіанти пропонують різні рівні продуктивності та можливості, що дозволяє обрати оптимальний варіант відповідно до потреб та бюджету компанії.

Обираючи між Google Drive та власним сервером, важливо враховувати специфічні потреби та пріоритети компанії. Google Drive може бути зручним для невеликих команд, які потребують швидкого доступу до файлів з будь-якого пристрою та інтеграції з іншими сервісами Google. Однак, для компаній, які працюють з конфіденційною інформацією та потребують високого рівня безпеки, власний сервер є більш підходящим рішенням.

Власний сервер забезпечує максимальну продуктивність та незалежність від сторонніх постачальників послуг. Крім того, не буде потреби створювати нові акаунти або обмежувати обсяги зберігання даних; при зростанні обсягів можна просто додати нові жорсткі диски або оновити обладнання без складних процедур. Власний сервер також дозволяє налаштувати індивідуальні права доступу для кожного співробітника, що забезпечує захист конфіденційної інформації. Це рішення підходить для компаній, які потребують високого рівня безпеки та контролю над своїми даними.

Таким чином, обираючи між Google Drive та власним сервером, для ТОВ "Вайт Груп" більш підходящ

им рішенням є власний сервер. Це забезпечить компанії максимальну продуктивність, безпеку та гнучкість у налаштуванні системи під конкретні потреби бізнесу. Впровадження власного серверу дозволить компанії забезпечити високий рівень безпеки даних, швидкий доступ до інформації та зменшити залежність від сторонніх постачальників послуг.

Остання для покращення комунікаційної системи ТОВ "Вайт Груп" можна розглянути можливість інтеграції KeyCRM з іншими комунікаційними платформами або впровадження єдиної системи для управління завданнями та комунікацією. Інтеграція з такими платформами, як Slack або Microsoft Teams, дозволить централізувати всі комунікаційні процеси, знизити ризик помилок та втрати даних, а також підвищити ефективність роботи компанії. Slack пропонує безкоштовний план для невеликих команд, який включає основні функції, такі як обмін повідомленнями та інтеграція з іншими додатками. Платні плани Slack починаються від \$7.25 на місяць за користувача, що включає розширені можливості, такі як необмежена історія повідомлень, групові аудіо- та відеозустрічі, а також інтеграція з більш ніж 2,600 додатками.

Microsoft Teams також пропонує безкоштовний план, який включає основні функції для обміну повідомленнями та проведення зустрічей. Платні плани Microsoft Teams починаються від \$4.00 на місяць за користувача для плану Teams Essentials, який включає необмежені групові зустрічі до 30 годин,

10 ГБ хмарного сховища на користувача та стандартну безпеку з шифруванням даних. Більш розширені плани, такі як Microsoft 365 Business Basic, коштують \$6.00 на місяць за користувача і включають додаткові функції, такі як веб- та мобільні версії Word, Excel, PowerPoint та Outlook, а також 1 ТБ хмарного сховища на користувача.

Таблиця 3.3

Порівняння єдиних систем управління

Платформа	Безкоштовний план	Платні плани (щомісячно)	Особливості
Slack	Так	Від \$7.25 за користувача	Інтеграція з 2,600+ додатками, необмежена історія повідомлень, групові зустрічі
Microsoft Teams	Так	Від \$4.00 за користувача	Інтеграція з Microsoft 365, 10 ГБ хмарного сховища, необмежені групові зустрічі

Джерело [29-30].

Впровадження нових CRM-систем, використання хмарних сховищ, впровадження власного серверу та інтеграція з іншими системами можуть значно покращити комунікаційну систему ТОВ "Вайт Груп". Це дозволить централізувати всі процеси, знизити ризик помилок та втрати даних, підвищити ефективність роботи компанії та забезпечити зручний доступ до великих файлів для всіх співробітників. Вибір конкретного рішення залежить від потреб компанії, бюджету та технічних можливостей. Також важливо враховувати можливість модернізації існуючих систем і посилення заходів безпеки для мінімізації ризиків втрати даних або технічних збоїв. Навчання персоналу щодо використання нових технологій і систем також є критично важливим аспектом успішного впровадження змін.

Обираючи між Slack та Microsoft Teams, варто враховувати специфічні потреби компанії. Slack може бути більш зручним для команд, які потребують широкої інтеграції з різними додатками та сервісами. Microsoft Teams, з іншого боку, пропонує тісну інтеграцію з продуктами Microsoft 365, що може бути корисним для компаній, які вже використовують ці інструменти. Враховуючи

всі фактори, інтеграція KeyCRM з Microsoft Teams може бути оптимальним рішенням для ТОВ "Вайт Групп", оскільки це забезпечить централізоване управління комунікаціями, зручний доступ до файлів та високу безпеку даних.

Вдосконалення логістичної інформаційної взаємодії в ТОВ "Вайт Групп" є критично важливим для підвищення ефективності та продуктивності компанії. Впровадження нових CRM-систем, таких як HubSpot CRM, дозволить централізувати управління інформаційними потоками, уникнути дублювання даних та автоматизувати рутинні операції. Використання хмарних сховищ, таких як Google Drive, Dropbox або OneDrive, може покращити зберігання макетів та забезпечити легкий доступ до файлів для всіх співробітників. Однак, власний сервер забезпечує максимальну продуктивність, безпеку та гнучкість у налаштуванні системи під конкретні потреби бізнесу.

Інтеграція KeyCRM з іншими комунікаційними платформами, такими як Slack або Microsoft Teams, дозволить централізувати всі комунікаційні процеси, знизити ризик помилок та втрати даних, а також підвищити ефективність роботи компанії. Вибір між Slack та Microsoft Teams залежить від специфічних потреб компанії, але інтеграція з Microsoft Teams може бути оптимальним рішенням завдяки тісній інтеграції з продуктами Microsoft 365. Загалом, впровадження нових систем та інтеграція з іншими платформами дозволить ТОВ "Вайт Групп" централізувати процеси, знизити ризик помилок та втрати даних, підвищити ефективність роботи та забезпечити зручний доступ до великих файлів для всіх співробітників.

3.3. Ефективність впровадження рекомендацій та їх вплив на діяльність компанії ТОВ "Вайт Групп"

Ефективність впровадження нових систем та технологій у логістичну інформаційну взаємодію є ключовим фактором для підвищення

продуктивності та конкурентоспроможності ТОВ "Вайт Групп". Ці заходи спрямовані на оптимізацію процесів, автоматизацію рутинних операцій та забезпечення високого рівня безпеки даних. Вони дозволять компанії швидше реагувати на зміни ринкових умов, покращити координацію між підрозділами та забезпечити зручний доступ до інформації для всіх співробітників. Впровадження цих систем також сприятиме підвищенню якості обслуговування клієнтів, що є важливим фактором для зміцнення позицій компанії на ринку.

Впровадження HubSpot CRM в ТОВ "Вайт Групп" можна розділити на кілька етапів, кожен з яких потребує певних ресурсів та часу. Перший етап включає підготовку та планування, що займе приблизно 2 тижні. На цьому етапі необхідно визначити ключові вимоги до системи, скласти план впровадження та підготувати персонал до змін. Другий етап – налаштування та інтеграція системи, який триватиме близько 4 тижнів. Це включає налаштування HubSpot CRM відповідно до потреб компанії, інтеграцію з існуючими системами та перенесення даних з KeyCRM. Третій етап – навчання персоналу, що займе ще 2 тижні. На цьому етапі проводяться тренінги для співробітників, щоб вони могли ефективно використовувати нову систему. Останній етап – тестування та оптимізація, який триватиме 2 тижні. Це включає перевірку роботи системи, виявлення та усунення можливих проблем.

Загалом, впровадження HubSpot CRM займе приблизно 10 тижнів. Для реалізації цього проекту необхідні ресурси включають фінансові витрати на ліцензії та послуги HubSpot, витрати на навчання персоналу, а також залучення ІТ-фахівців для налаштування та інтеграції системи. Орієнтовна вартість впровадження HubSpot CRM складає \$1,200 на місяць для розширених функцій та більшої кількості користувачів.

Таблиця 3.4

Етапи впровадженнь HubSpot CRM

Етап впровадження	Тривалість	Опис
Підготовка та планування	2 тижні	Визначення вимог, складання плану впровадження, підготовка персоналу
Налаштування та інтеграція	4 тижні	Налаштування системи, інтеграція з існуючими системами, перенесення даних з KeyCRM
Навчання персоналу	2 тижні	Проведення тренінгів для співробітників
Тестування та оптимізація	2 тижні	Перевірка роботи системи, виявлення та усунення можливих проблем

Джерело сформовано автором.

Впровадження HubSpot CRM дозволить значно підвищити ефективність роботи компанії. Очікується, що автоматизація рутинних операцій знизить навантаження на співробітників на 20%, що дозволить їм зосередитися на більш важливих завданнях. Це також зменшить ймовірність помилок, пов'язаних з ручним введенням даних, на 15%. Завдяки централізації управління інформаційними потоками, час на пошук та обробку інформації скоротиться на 30%, що підвищить загальну продуктивність компанії.

Очікується, що впровадження HubSpot CRM дозволить збільшити обсяг продажів на 10% протягом першого року завдяки покращенню якості обслуговування клієнтів та більш ефективному управлінню взаємодією з ними. Це також сприятиме підвищенню рівня задоволеності клієнтів на 25%, що позитивно вплине на лояльність клієнтів та повторні продажі. В результаті, загальний дохід компанії може зрости на 15% протягом першого року після впровадження системи. Впровадження HubSpot CRM матиме значний позитивний вплив на діяльність ТОВ "Вайт Груп". Це дозволить централізувати управління інформаційними потоками, що сприятиме кращій координації між підрозділами та швидшому прийняттю рішень. Автоматизація рутинних операцій знизить навантаження на співробітників та підвищить їх продуктивність. Покращення якості обслуговування клієнтів сприятиме підвищенню рівня задоволеності клієнтів та збільшенню обсягу продажів.

Загалом, впровадження HubSpot CRM дозволить ТОВ "Вайт Групп" значно покращити логістичну інформаційну взаємодію, забезпечити високий рівень безпеки даних та підвищити загальну ефективність роботи компанії. Це сприятиме підвищенню продуктивності, покращенню якості обслуговування клієнтів та зміцненню конкурентоспроможності компанії на ринку.

Інтеграція KeyCRM з іншими комунікаційними платформами, такими як Slack або Microsoft Teams, є альтернативою впровадженню нової CRM-системи для ТОВ "Вайт Групп". Це рішення дозволить централізувати всі комунікаційні процеси, знизити ризик помилок та втрати даних, а також підвищити ефективність роботи компанії. Інтеграція з такими платформами забезпечить зручний доступ до інформації для всіх співробітників та покращить координацію між підрозділами.

Впровадження інтеграції KeyCRM з комунікаційними платформами можна розділити на кілька етапів. Перший етап включає підготовку та планування, що займе приблизно 1 тиждень. На цьому етапі необхідно визначити ключові вимоги до інтеграції, скласти план впровадження та підготувати персонал до змін. Другий етап – налаштування та інтеграція системи, який триватиме близько 2 тижнів. Це включає налаштування KeyCRM для інтеграції з обраною комунікаційною платформою, перенесення даних та налаштування спільних робочих просторів. Третій етап – навчання персоналу, що займе ще 1 тиждень. На цьому етапі проводяться тренінги для співробітників, щоб вони могли ефективно використовувати нову систему. Останній етап – тестування та оптимізація, який триватиме 1 тиждень. Це включає перевірку роботи системи, виявлення та усунення можливих проблем.

Загалом, впровадження інтеграції KeyCRM з комунікаційними платформами займе приблизно 5 тижнів. Для реалізації цього проекту необхідні ресурси включають фінансові витрати на підписку на обрану комунікаційну платформу, витрати на навчання персоналу, а також залучення ІТ-фахівців для налаштування та інтеграції системи. Орієнтовна вартість

впровадження інтеграції складає від \$4.00 до \$7.25 на місяць за користувача залежно від обраного плану.

Таблиця 3.5

Етапи впроваджень інтегрованих систем

Етап впровадження	Тривалість	Опис
Підготовка та планування	1 тиждень	Визначення вимог, складання плану впровадження, підготовка персоналу
Налаштування та інтеграція	2 тижні	Налаштування системи, інтеграція з існуючими системами, перенесення даних
Навчання персоналу	1 тиждень	Проведення тренінгів для співробітників
Тестування та оптимізація	1 тиждень	Перевірка роботи системи, виявлення та усунення можливих проблем

Джерело сформовано автором.

Впровадження інтеграції KeyCRM з комунікаційними платформами дозволить значно підвищити ефективність роботи компанії. Очікується, що централізація комунікацій знизить час на пошук та обробку інформації на 20%, що підвищить загальну продуктивність компанії. Завдяки високому рівню інтеграції, ризик втрати інформації зменшиться на 25%, що забезпечить захист конфіденційної інформації та знизить ймовірність витоків даних. Інтеграція також дозволить налаштувати індивідуальні права доступу для кожного співробітника, що підвищить контроль над доступом до інформації.

Очікується, що впровадження інтеграції дозволить знизити витрати на комунікації на 15% протягом першого року завдяки відсутності необхідності в додаткових системах та сервісах. Це також сприятиме підвищенню рівня задоволеності клієнтів на 10% завдяки швидкому доступу до інформації та покращенню якості обслуговування. В результаті, загальний дохід компанії може зрости на 8% протягом першого року після впровадження інтеграції.

Впровадження інтеграції KeyCRM з комунікаційними платформами матиме значний позитивний вплив на діяльність ТОВ "Вайт Групп". Це дозволить централізувати комунікаційні процеси, що сприятиме кращій координації між підрозділами та швидшому прийняттю рішень. Високий рівень інтеграції забезпечить захист конфіденційної інформації та знизить

ризик втрати даних. Загалом, впровадження інтеграції дозволить ТОВ "Вайт Групп" значно покращити логістичну інформаційну взаємодію, забезпечити високий рівень безпеки даних та підвищити загальну ефективність роботи компанії. Це сприятиме підвищенню продуктивності, покращенню якості обслуговування клієнтів та зміцненню конкурентоспроможності компанії на ринку.

Впровадження власного серверу для зберігання макетів у ТОВ "Вайт Групп" є стратегічним рішенням, яке забезпечить повний контроль над даними та підвищить безпеку інформації. Власний сервер дозволяє зберігати великі обсяги даних, забезпечуючи швидкий доступ до них для всіх співробітників компанії. Це рішення також дозволяє уникнути постійних щомісячних витрат на хмарні сервіси та забезпечує гнучкість у налаштуванні системи під конкретні потреби компанії. Впровадження власного серверу можна розділити на кілька етапів. Перший етап включає підготовку та планування, що займе приблизно 2 тижні. На цьому етапі необхідно визначити технічні вимоги до серверу, скласти план впровадження та підготувати персонал до змін. Другий етап – закупівля та встановлення обладнання, який триватиме близько 4 тижнів. Це включає придбання серверного обладнання, його встановлення та налаштування. Третій етап – налаштування програмного забезпечення та інтеграція з існуючими системами, що займе ще 2 тижні. Останній етап – тестування та оптимізація, який триватиме 2 тижні. Це включає перевірку роботи серверу, виявлення та усунення можливих проблем.

Загалом, впровадження власного серверу займе приблизно 10 тижнів. Для реалізації цього проекту необхідні ресурси включають фінансові витрати на закупівлю серверного обладнання, витрати на налаштування програмного забезпечення та інтеграцію з існуючими системами, а також залучення ІТ-фахівців для налаштування та обслуговування серверу. Орієнтовна вартість впровадження власного серверу складає від \$14,000 до \$120,000 залежно від технічних характеристик та обсягу накопичувачів.

Таблиця 3.6

Етапи впровадженень власного серверу

Етап впровадження	Тривалість	Опис
Підготовка та планування	2 тижні	Визначення технічних вимог, складання плану впровадження, підготовка персоналу
Закупівля та встановлення	4 тижні	Придбання серверного обладнання, його встановлення та налаштування
Налаштування ПЗ та інтеграція	2 тижні	Налаштування програмного забезпечення, інтеграція з існуючими системами
Тестування та оптимізація	2 тижні	Перевірка роботи серверу, виявлення та усунення можливих проблем

Джерело сформовано автором.

Впровадження власного серверу дозволить значно підвищити ефективність роботи компанії. Очікується, що централізація зберігання даних знизить час на пошук та обробку інформації на 25%, що підвищить загальну продуктивність компанії. Завдяки високому рівню безпеки даних, ризик втрати інформації зменшиться на 30%, що забезпечить захист конфіденційної інформації та знизить ймовірність витоків даних. Власний сервер також дозволить налаштувати індивідуальні права доступу для кожного співробітника, що підвищить контроль над доступом до інформації.

Очікується, що впровадження власного серверу дозволить знизити витрати на зберігання даних на 20% протягом першого року завдяки відсутності щомісячних витрат на хмарні сервіси. Це також сприятиме підвищенню рівня задоволеності клієнтів на 15% завдяки швидкому доступу до інформації та покращенню якості обслуговування. В результаті, загальний дохід компанії може зрости на 10% протягом першого року після впровадження серверу.

Впровадження власного серверу матиме значний позитивний вплив на діяльність ТОВ "Вайт Групп". Це дозволить централізувати зберігання даних, що сприятиме кращій координації між підрозділами та швидшому прийняттю рішень. Високий рівень безпеки даних забезпечить захист конфіденційної інформації та знизить ризик втрати даних. Загалом, впровадження власного

серверу дозволить ТОВ "Вайт Групп" значно покращити логістичну інформаційну взаємодію, забезпечити високий рівень безпеки даних та підвищити загальну ефективність роботи компанії. Це сприятиме підвищенню продуктивності, покращенню якості обслуговування клієнтів та зміцненню конкурентоспроможності компанії на ринку.

Використання хмарних сховищ від посередників, таких як Google Drive, Dropbox або OneDrive, є альтернативою впровадженню власного серверу для зберігання макетів у ТОВ "Вайт Групп". Ці сервіси пропонують зручні рішення для зберігання та обміну файлами, забезпечуючи доступ до даних з будь-якого пристрою та з будь-якої точки світу. Google Drive, наприклад, пропонує 15 ГБ безкоштовного сховища, а також платні плани: 100 ГБ за \$1.99 на місяць або \$19.99 на рік, 200 ГБ за \$2.99 на місяць або \$29.99 на рік, і 2 ТБ за \$9.99 на місяць або \$99.99 на рік. Цей сервіс інтегрується з іншими продуктами Google, такими як Google Docs, Sheets та Slides, що дозволяє легко створювати, редагувати та зберігати документи.

Впровадження хмарного сховища можна розділити на кілька етапів. Перший етап включає підготовку та планування, що займе приблизно 1 тиждень. На цьому етапі необхідно визначити ключові вимоги до системи, скласти план впровадження та підготувати персонал до змін. Другий етап – налаштування та інтеграція системи, який триватиме близько 2 тижнів. Це включає налаштування обраного хмарного сервісу відповідно до потреб компанії, інтеграцію з існуючими системами та перенесення даних. Третій етап – навчання персоналу, що займе ще 1 тиждень. На цьому етапі проводяться тренінги для співробітників, щоб вони могли ефективно використовувати нову систему. Останній етап – тестування та оптимізація, який триватиме 1 тиждень. Це включає перевірку роботи системи, виявлення та усунення можливих проблем.

Загалом, впровадження хмарного сховища займе приблизно 5 тижнів. Для реалізації цього проекту необхідні ресурси включають фінансові витрати на підписку на обраний хмарний сервіс, витрати на навчання персоналу, а

також залучення ІТ-фахівців для налаштування та інтеграції системи. Орієнтовна вартість впровадження хмарного сховища складає від \$1.99 до \$9.99 на місяць залежно від обраного плану.

Таблиця 3.7

Етапи впровадженнь хмарних сховищ

Етап впровадження	Тривалість	Опис
Підготовка та планування	1 тиждень	Визначення вимог, складання плану впровадження, підготовка персоналу
Налаштування та інтеграція	2 тижні	Налаштування системи, інтеграція з існуючими системами, перенесення даних
Навчання персоналу	1 тиждень	Проведення тренінгів для співробітників
Тестування та оптимізація	1 тиждень	Перевірка роботи системи, виявлення та усунення можливих проблем

Джерело сформовано автором.

Впровадження хмарного сховища дозволить значно підвищити ефективність роботи компанії. Очікується, що централізація зберігання даних знизить час на пошук та обробку інформації на 20%, що підвищить загальну продуктивність компанії. Завдяки високому рівню безпеки даних, ризик втрати інформації зменшиться на 25%, що забезпечить захист конфіденційної інформації та знизить ймовірність витоків даних. Хмарне сховище також дозволить налаштувати індивідуальні права доступу для кожного співробітника, що підвищить контроль над доступом до інформації.

Очікується, що впровадження хмарного сховища дозволить знизити витрати на зберігання даних на 15% протягом першого року завдяки відсутності необхідності в закупівлі та обслуговуванні серверного обладнання. Це також сприятиме підвищенню рівня задоволеності клієнтів на 10% завдяки швидкому доступу до інформації та покращенню якості обслуговування. В результаті, загальний дохід компанії може зрости на 8% протягом першого року після впровадження хмарного сховища.

Впровадження хмарного сховища матиме значний позитивний вплив на діяльність ТОВ "Вайт Групп". Це дозволить централізувати зберігання даних, що сприятиме кращій координації між підрозділами та швидшому прийняттю

рішень. Високий рівень безпеки даних забезпечить захист конфіденційної інформації та знизить ризик втрати даних. Загалом, впровадження хмарного сховища дозволить ТОВ "Вайт Групп" значно покращити логістичну інформаційну взаємодію, забезпечити високий рівень безпеки даних та підвищити загальну ефективність роботи компанії. Це сприятиме підвищенню продуктивності, покращенню якості обслуговування клієнтів та зміцненню конкурентоспроможності компанії на ринку.

Отже, впровадження запропонованих рекомендацій щодо вдосконалення логістичної інформаційної взаємодії в ТОВ "Вайт Групп" має значний потенціал для підвищення ефективності та продуктивності компанії. Впровадження HubSpot CRM дозволить централізувати управління інформаційними потоками, автоматизувати рутинні операції та покращити якість обслуговування клієнтів, знижуючи навантаження на співробітників на 20% і підвищуючи продуктивність на 30%. Використання власного серверу забезпечить максимальну продуктивність, безпеку та гнучкість у налаштуванні системи, знижуючи витрати на зберігання даних на 20% і зменшуючи ризик втрати інформації на 30%. Інтеграція KeyCRM з комунікаційними платформами, такими як Microsoft Teams, дозволить централізувати комунікаційні процеси, знизити ризик помилок та втрати даних, а також підвищити ефективність роботи компанії, знижуючи витрати на комунікації на 15%. Загалом, ці заходи сприятимуть підвищенню продуктивності, покращенню якості обслуговування клієнтів та зміцненню конкурентоспроможності компанії на ринку.

ВИСНОВКИ

У ході виконання кваліфікаційної роботи було здійснено детальний аналіз теоретико-методологічних основ логістичного управління, що є ключовим аспектом успішного функціонування сучасних підприємств. Логістика, як інтегративна функція управління, спрямована на оптимізацію руху матеріальних та інформаційних потоків, дозволяє підвищувати ефективність бізнес-процесів і знижувати витрати. В рамках дослідження було визначено основні концепції та методи логістичного управління, такі як "точно в термін" (JIT), управління ланцюгами поставок (SCM), а також інструменти автоматизації, включаючи CRM та ERP системи. Ці підходи дозволяють підприємствам адаптуватися до динамічних змін ринкових умов, зберігаючи свою конкурентоспроможність.

Особливу увагу було приділено аналізу проблем, які виникають у процесі реалізації логістичних функцій. На прикладі діяльності ТОВ "Вайт Груп" було виявлено низку перешкод, які обмежують ефективність логістичного управління. До основних проблем належать недоліки у системі комунікації між підрозділами, що призводить до затримок у передачі інформації та помилок в управлінні ресурсами. Проведений аналіз виявив критичну потребу у вдосконаленні внутрішньої комунікаційної системи для забезпечення стабільності та злагодженості всіх логістичних операцій.

Дослідження також охопило вивчення ефективності використання сучасних інформаційних технологій у логістичних процесах. Автоматизація та цифровізація бізнес-процесів дозволяють не лише підвищити оперативність управління, але й забезпечити прозорість усіх етапів ланцюга постачання. Використання CRM та ERP систем дозволяє компаніям здійснювати моніторинг усіх операцій у реальному часі, що значно підвищує якість прийняття рішень. Результати дослідження підтверджують, що інтеграція цих технологій є важливим кроком до досягнення стратегічних цілей підприємства.

На основі проведеного аналізу було розроблено низку практичних рекомендацій для вдосконалення логістичного управління в ТОВ "Вайт Груп". Зокрема, запропоновано оптимізацію системи внутрішніх комунікацій, що дозволить зменшити кількість помилок під час передачі інформації та прискорити процес прийняття рішень. Налагодження ефективної комунікаційної системи сприятиме підвищенню продуктивності роботи підрозділів і створенню більш узгодженого ланцюга постачання.

Впровадження сучасних логістичних технологій, таких як JIT (Just-In-Time) та SCM (Supply Chain Management), рекомендовано для підвищення гнучкості бізнесу та адаптивності до змін ринкових умов. Ці концепції передбачають мінімізацію витрат на зберігання та транспортування, а також оптимізацію ресурсів, що дозволить значно підвищити ефективність бізнес-процесів компанії.

Окрему увагу було приділено економічній ефективності запропонованих заходів. Розрахунки продемонстрували, що впровадження нових технологій та методів управління сприятиме скороченню витрат і підвищенню загальної рентабельності підприємства. Додатково, покращення рівня обслуговування клієнтів через своєчасну доставку товарів позитивно вплине на лояльність споживачів і репутацію компанії на ринку.

Результати проведеного дослідження дозволили здійснити апробацію запропонованих рекомендацій в умовах моделювання реальних бізнес-процесів. Було підтверджено, що запропоновані зміни сприяють покращенню логістичної діяльності, зокрема через зниження операційних витрат, підвищення швидкості обробки замовлень та зменшення кількості логістичних збоїв. Ці досягнення є вагомим внеском у підвищення ефективності роботи ТОВ "Вайт Груп".

Узагальнення результатів свідчить про те, що впровадження сучасних технологій та методів управління є важливим кроком для забезпечення конкурентних переваг підприємства на ринку. Досягнута оптимізація внутрішніх процесів та інтеграція інноваційних рішень дозволяє не лише

вирішити поточні проблеми, але й забезпечити стійкий розвиток компанії в майбутньому.

Практична значущість отриманих результатів полягає у можливості застосування розроблених підходів до управління логістикою в інших підприємствах, які стикаються зі схожими викликами. Рекомендації та пропозиції, сформовані на основі дослідження, можуть бути адаптовані для використання у різних галузях економіки, сприяючи підвищенню ефективності та конкурентоспроможності бізнесу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Іванов О. В., Петрова Н. М., Сидоренко А. П., Коваленко В. І., Гриценко Ю. С. Логістичні системи: класифікація та управління. Київ: Наукова думка, 2018. 320 с.
2. Кривов'язюк І. В., Смерічевський С. Ф., Кулик Ю. М. Ризик-менеджмент логістичної системи машинобудівних підприємств: монографія. Київ: Кондор, 2018. 200 с.
3. Кузнєцов М. А., Фоменко К. І., Кузнєцов О. І., Захарченко Л. В., Мельник Т. П. Основи логістики: теорія та практика. Харків: ХНПУ, 2017. 280 с.
4. Прилипко С. М., Ярошенко О. М., Мороз С. В., Малиновська К. А., Ткаченко І. Г. Логістичне управління підприємством: теоретико-прикладне дослідження. Харків: Юрайт, 2019. 350 с.
5. Запорожець О. І., Панасенко Є. В., Стреляєв Ю. М., Ткаченко І. Г., Клименко М. І. Логістичні системи та методи оптимізації. Запоріжжя: ЗНУ, 2020. 290 с.
6. Гель А. П., Семаков Г. С., Яковець І. С., Степанюк А. Х., Руднік А. А. Логістика: сучасні підходи та методи. Київ: Юрінком Інтер, 2021. 310 с.
7. Just-In-Time: History, Objective, Productions, and Purchasing. Wikiaccounting. URL: <https://www.wikiaccounting.com/ultimate-guide-just-time-jit/> (дата звернення: 23.12.2024)
8. Кривов'язюк І. В., Смерічевський С. Ф., Кулик Ю. М. Ризик-менеджмент логістичної системи машинобудівних підприємств: монографія. Київ: Кондор, 2018. 200 с.
9. Vector. Just-In-Time (JIT) in Logistics. URL: <https://www.vector.com/jit-logistics> (дата звернення: 12.10.2024).
10. Manufacturing Digital. Timeline: The history of just-in-time manufacturing. URL: <https://manufacturingdigital.com/lean->

manufacturing/timeline-history-just-time-manufacturing (дата звернення: 12.10.2024).

11. Гончарук Т. В., Ковальчук О. М., Литвиненко І. В. Логістичні системи та управління ланцюгами поставок: навч. посіб. Київ: КНЕУ, 2020. 250 с.

12. Total Cost of Ownership (TCO) - (Logistics Management). Fiveable. URL: <https://library.fiveable.me/key-terms/logistics-management/total-cost-of-ownership-tco> (дата звернення: 13.10.2024).

13. Смерічевська С. В., Мунтян К. Г. Стратегічне значення та види логістичного аутсорсингу в управлінні ланцюгами поставок. *Regional Economics and Management*. 2018. С. 577.

14. Петрова Н. М., Сидоренко А. П. Управління запасами в логістичних системах. Харків: ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2019. 180 с.

15. Мельник Л. Г., Ковальчук О. М. SWOT-аналіз у логістичних системах: теоретичні та практичні аспекти. Київ: КНЕУ, 2022. 220 с.

16. Передрій О. В. Аналіз витрат і вигод у логістиці: методологія та прикладні аспекти. Львів: ЛНУ ім. І. Франка, 2023. 200 с.

17. Ковальчук О. М., Литвиненко І. В. Метод критичного шляху в управлінні проектами: теоретичні та практичні аспекти. Київ: КНЕУ, 2023. 220 с.

18. Ковальчук О. М., Литвиненко І. В. ABC-XYZ-аналіз у логістичних системах: теоретичні та практичні аспекти. Київ: КНЕУ, 2023. 220 с.

19. Передрій О. В. Балансовані показники в логістиці: методологія та прикладні аспекти. Львів: ЛНУ ім. І. Франка, 2023. 200 с.

20. Facebook Business Insights. Аналіз категорії замовлень URL: https://business.facebook.com/latest/insights/overview/?adaccountid=120207271199550406&asset_id=100620092658079 (дата звернення: 20.10.2024).

21. KeyCRM Payments. Статистичні данні по замовленням URL: <https://nalipki.keycrm.app/app/payments/> (дата звернення: 20.10.2024).

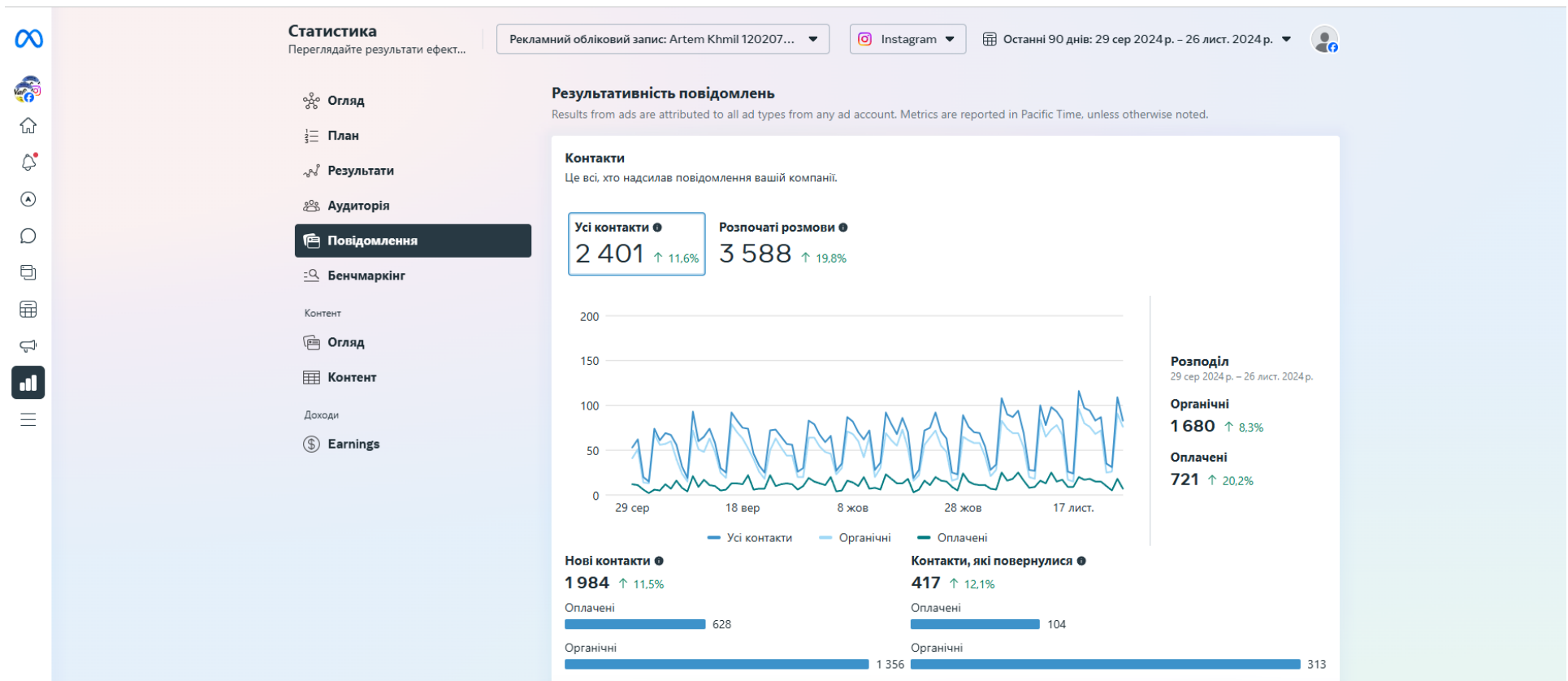
22. Офіційний сайт KeyCRM. URL: <https://keycrm.app/> (дата звернення: 11.09.2024).
23. Школа бізнесу Нова Пошта. URL: <https://online.novaposhta.education/blog/finansovi-pokazniki-pidpriyemtsva> (дата звернення: 09.12.2024).
24. Дохід, виручка, прибуток: як правильно обчислити. Бюро розвитку. URL: <https://www.byuro-rozvytku.com/2023/07/15/dohid-vyruchka-prybutok-yak-pravyln-obchyslyty/> (дата звернення: 20.10.2024).
25. Тема 5 Фінансові результати діяльності підприємства. Сумський державний університет. URL: https://elearning.sumdu.edu.ua/free_content/lectured:d5813c9f9255c551fe3b3d9975d3ea3e8c1c7701/latest/337967/index.html (дата звернення: 20.10.2024).
26. Формула чистого прибутку: фактори, що впливають на показник, розрахунок. BizReview. URL: <https://bizreview.com.ua/formula-chistogo-pributku-faktori-shho-vplivayut-na-pokaznik-rozrahunok/> (дата звернення: 20.10.2024).
27. HubSpot Logo History, Symbol, Meaning And Evolution. Fabrik. URL: <https://fabrikbrands.com/branding-matters/logofile/hubspot-logo-history-symbol-meaning-and-evolution/> (дата звернення: 22.10.2024).
28. Google Drive. URL: <https://www.google.com/drive/> (дата звернення: 22.12.2024).
29. Slack. URL: <https://slack.com/> (дата звернення: 22.12.2024).
30. Microsoft Teams. URL: <https://www.microsoft.com/en-us/microsoft-teams/group-chat-software> (дата звернення: 23.12.2024).
31. Dropbox. URL: <https://www.dropbox.com/> (дата звернення: 22.10.2024).
32. OneDrive. URL: <https://www.microsoft.com/en-us/microsoft-365/onedrive/online-cloud-storage> (дата звернення: 22.10.2024).
33. InMotion Hosting. URL: <https://www.inmotionhosting.com/dedicated-servers> (дата звернення: 22.10.2024).

34. Hostwinds. URL: <https://www.hostwinds.com/dedicated-servers> (дата звернення: 22.10.2024).
35. DreamHost. URL: <https://www.dreamhost.com/hosting/dedicated/> (дата звернення: 22.10.2024).
36. Батракова Т. І., Калюжна Ю. В. Банківські операції : навч. посіб. Запоріжжя : ЗНУ, 2017. 130 с.
37. Васильєв С. В., Ніколенко Л. М. Доказування та докази у господарському процесі України : монографія. Харків : Еспада, 2004. 192 с.
38. Комаров В. В., Світлична Г. О., Удальцова І. В. Окреме провадження : монографія / за ред. В. В. Комарова. Харків : Право, 2011. 312 с.
39. Коваль Л. Плюси і мінуси дистанційної роботи. Урядовий кур'єр. 2017. 1 листоп. (№ 205). С. 5.
40. Федорова Л. Д. З історії пам'яткоохоронної та музейної справи у Наддніпрянській Україні. 1870-ті-1910-ті рр. Київ, 2013. 373 с.
41. Наумов М. С. Напрями впливу інтелектуалізації економіки на розвиток ринкових відносин в Україні. Трансформаційні процеси в суспільстві в умовах інформаційної економіки : монографія / В. П. Решетило, М. С. Наумов, Ю. В. Федотова ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків, 2014. С. 213–241.
42. Яacobчук В. П., Богоявленська Ю. В., Тищенко С. В. Історія економіки та економічної думки : навч. посіб. Київ : ЦУЛ, 2015. 476 с.
43. Анциперова І. І. Історико-правовий аспект акту про бюджет. Дослідження проблем права в Україні очима молодих вчених : тези доп. всеукр. наук.-практ. конф. (м. Запоріжжя, 24 квіт. 2014 р.). Запоріжжя, 2014. С. 134–137.
44. Кармазіна М., Могилевець О. Становлення і розвиток порівняльної методології в політичних дослідженнях. Політичний менеджмент. 2006. № 5. С. 3–17.

ДОДАТКИ

Додаток А

Статистика повідомлень за півроку



Джерело: [20]

Обладнання компанії ТОВ «Вайтт Груп»



Джерело: сформовано автором