

Одним із методів удосконалення економічного управління у сучасному бізнесі є розвиток нової економіки масової співпраці, як системи соціально-економічних відносин з продукування, розподілу, обміну і споживання послуг на базі залучення через різні інтернет-платформи ресурсів великої кількості людей та їх безпосередній участі у діяльності пов'язаній із наданням послуг як виробників, так і споживачів. Впровадження інтернет-співпраці виступає одночасно і фактором, і формою глобалізації економіки, сприяє формуванню та реалізації глобального соціально-економічного значення людини у сучасному світі.

Варто також зосередити увагу на активізації внутрішніх резервів розвитку підприємства. Дані заходи щодо удосконалення економічного управління підприємством забезпечать стійке функціонування підприємства та його здатність до розвитку, а також належний рівень конкурентоспроможності.

Таким чином, узагальнюючи вищевикладений матеріал, варто зазначити, що сьогодні підприємства повинні застосовувати сучасні засоби і методи керування в межах обраної концепції управління, зосереджуватись на цілях розвитку і порядку удосконалення системи управління, удосконалювати організаційну структуру підприємства, переймати світовий досвід, вдало поєднувати сучасні технології управління з національними особливостями.

#### **Список використаних джерел:**

1. Довба І.В. Особливості оптимізації управління бізнес-процесами підприємства та методи їх удосконалення / Довба І.В., Сойма С.Ю. // [Текст] Мукачівський державний університет. Економіка і суспільство. Випуск 6 / 2016. С. 130-133.
2. Марченко О.С. Нова економіка масової співпраці як форма глобалізації економічної поведінки людини. [Текст]. // Актуальні проблеми економіки. № 4 (166), 2015. С. 29-35.
3. Науково-технічний розвиток: економіка, технології, управління [Текст] Матеріали XVI Міжнародної науково-практичної конференції, м. Київ, 18-19 квітня 2017 року. – К.: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2017. – 125 с.
4. Проблеми та перспективи розвитку інноваційної діяльності в Україні: VIII Міжнародний бізнес-форум [Текст]. (Київ, 19 березня 2015 р.); відп. ред. А.А. Мазаракі. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. – 272 с.

**Недбалюк О.О.**

*старший викладач,*

*Вінницький національний аграрний університет*

### **КОНЦЕПЦІЯ «JUST IN TIME» ЯК ОДИН ІЗ ОСНОВНИХ ІНСТРУМЕНТІВ УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЦТВОМ**

У сучасних умовах діяльність підприємств повинна бути орієнтована на випуск високоякісної і конкурентоспроможної продукції при мінімальних витратах на її виробництво. Саме тому особливого значення набуває використання передових концепцій, таких як «Just In Time» («Точно в строк») [4, с. 163].

Система «Just In Time» (JIT) являє собою єдиний комплекс заходів, здійснюваних для досягнення масштабного виробництва з використанням мінімальних матеріально-товарних запасів деталей і комплектуючих, напівфабрикатів і готової продукції. Деталі надходять на наступну робочу операцію «Точно в строк», збираються і швидко проходять через дану операцію. Метод «Точно в строк» базується на логістичній концепції – «нічого не буде зроблено, поки в цьому не виникне необхідність» [8, с. 273].

Система операційного менеджменту «Just In Time» (JIT) – найпоширеніша у світі концепція логістики, що вимагає доставки матеріалів, товарів та послуг саме у той час, коли вони стають потрібні для роботи чи процесу з використанням мінімальних матеріально-товарних запасів [1].

Отже, «Just In Time» (JIT) – це концепція управління виробництвом, яка спрямована на зниження кількості запасів. Відповідно до цієї концепції необхідні комплектуючі та матеріали надходять в потрібній кількості в потрібне місце і в потрібний час. Це підвищує ефективність самого виробництва за рахунок зниження всіх втрат. В першу чергу JIT застосовується до процесів, які регулярно повторюються. Це виробничі процеси, в яких вироби або компоненти виробляються серійно (великосерійному, масово). Ефективне застосування JIT можливе при синхронізації на виробництві потоків процесів і потоків матеріалів.

Основними рисами логістичної концепції JIT є: мінімальні (нульові) запасами матеріальних ресурсів, незавершеного виробництва, готової продукції; короткий виробничий (логістичний) цикл; невеликий обсяг виробництва готової продукції і поповнення запасів (постачань); взаємини по закупівлях матеріальних ресурсів з невеликим числом надійних постачальників і перевізників; ефективна інформаційна підтримка; висока якість готової продукції і логістичного сервісу [7].

Для будь-якого підприємства, яке бажає конкурувати на ринку, важливою перевагою є можливість надати необхідний і, зрозуміло, якісний товар споживачеві в найкоротші терміни і за нижчою ціною. І саме концепція JIT розрахована на підвищення конкурентоспроможності підприємства на ринку за рахунок досягнення певних цілей [5].

Такими базовими цілями для даної концепції є:

- нуль дефектів – максимально можливе скорочення числа дефектів у виробництві. Із назви стає зрозуміло, що дефектів в принципі виникати не повинно, навіть самих незначних;

- нульові запаси – всі види запасів, які будь-яким чином може використовувати підприємство, повинні мінімізуватися до нуля;

- нульовий час установки заготовок – скорочення часу установки призводить до скорочення самого виробничого циклу і скорочення запасів;

- нульовий час очікування – при досягненні цієї мети підвищується точність планування виробництва, а також узгодженість роботи. Адже якщо між різними операціями на підприємстві не буде простоїв, то складати виробничий план стане значно простіше;

- нуль зайвих операцій – базова для всієї концепції бережливого виробництва мета. З процесу виробництва повинні бути видалені всі ті операції, що не додають ніякої цінності продукту [6].

У концепції «Just In Time» істотну роль відіграє попит, який визначає подальший рух сировини, матеріалів, компонентів, напівфабрикатів та готової продукції.

Основними перевагами концепції JIT є:

- знижений рівень матеріальних запасів в процесі виробництва (незавершеного виробництва), закупівель і готових виробів;
- менші вимоги до розмірів виробничих площ;
- підвищення якості виробів, зменшення браку і переробок;
- скорочення термінів виробництва;
- більша гнучкість при зміні асортименту виробів;
- більш плавний потік виробництва з дуже рідкими збоями, причинами яких були б проблеми якості, коротші терміни підготовки до виробничого процесу; робочі з багатопрофільною кваліфікацією, які можуть допомогти або замінити один одного;
- підвищений рівень продуктивності і використання обладнання;
- участь робітників у вирішенні проблем;
- необхідність гарних стосунків із постачальниками;
- менша необхідність в невиробничих роботах, наприклад, складуванні і переміщенні матеріалів [2].

Система «Just In Time» – це система, яка застосовується переважно в серійному виробництві. У такій системі товари переміщуються через систему, і завдання виконується в точній відповідності з графіком. Дані системи вимагають дуже невеликих матеріальних запасів, оскільки послідовні операції жорстко скоординовані. Кінцевою метою «Just In Time» є збалансований, плавний потік виробництва.

Отже, основна перевага концепції «Just In Time» – знижений рівень запасів, висока якість, гнучкість, скорочення термінів виробництва, підвищення продуктивності та ефективності використання обладнання, зниження обсягу шлюбу і переробок, а також зменшені вимоги до площ. Система «Just In Time» є гарним способом підвищення конкурентоспроможності підприємства та її продукції на ринку. Данна концепція здатна допомогти тим підприємствам, які зацікавлені в наданні якісних і відносно недорогих товарів і послуг.

### Список використаних джерел:

1. Бровар Жан-Луи, Морган Роберт – Эффективный аутсорсинг: Понимание, планирование и использование успешных аутсорсинговых отношений / Пер. с англ., – Днепропетровск: Баланс Бизнес Букс, 2007. – 288 с.
2. Гайдаенко А. А. Логистика: учебник / А. А. Гайдаенко, О. В. Гайдаенко. – М.: Издательство «Палеотип», 2006. – 220 с.
3. Курочкин А. С. Операционный менеджмент: Учеб. пособие. – К.: МАУП, 2000. – 144 с.: ил. – Библиогр.: с. 140-141.
4. Кравченко О. А. Моделирование операционной системы Управления производством «точно в срок» / О. А. Кравченко // Комп'ютерні й інформаційні мережі і системи. Автоматизація виробництва: праці Одеського політехнічного університету. – 2011. – Вип. 3 (37). – С. 163-169.
5. Логистическая концепция/технология «Точно в срок» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.topspeed.ru>.

6. Менеджмент качества [Электронный ресурс]. – 2007. – Режим доступа: <http://www.kpms.ru>.

7. Оно Т. Производственная система Тойоты. Уходя от массового производства / Пер. с англ. / 3-е изд., перераб. и доп. – М. Институт комплексных стратегических исследований. 2008. – 208 с.

8. Чейз, Р. Производственный и операционный менеджмент, 8-е изд.: Пер. с англ. / Ричард Б. Чейз, Николас Дж. Эквилайн, Роберт Ф. Якобс. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2001. – 704 с.

### **Петренко В.С.**

*кандидат економічних наук, доцент,  
Херсонський державний університет*

## **МОТИВИ ВСТАНОВЛЕННЯ СТРАТЕГІЧНИХ АГРАРНИХ АЛЬЯНСІВ**

Хоча причини та мотиви аграрних компаній щодо створення стратегічних альянсів можуть змінюватися і розвиватися протягом багатьох років, більшість компаній створюють альянси, коли стикаються з конкретними обставинами у зовнішньому середовищі. Найпоширенішими мотивами для ініціювання та формування стратегічних альянсів є:

1. Вихід на нові міжнародні ринки. Хоча в минулому компаніям було зручніше використовувати експортерів, дочірні компанії чи спільні підприємства для виходу на нові ринки, вони все частіше використовують стратегічні альянси. Співпраця з місцевими компаніями на аграрному ринку або з іншими міжнародними компаніями, які знайомі з політичним та економічним середовищем країни, забезпечує розширення фірми, яка має додаткові навички та ресурси, необхідні для успіху. Стратегічні аграрні альянси особливо корисні на зовнішніх ринках, що характеризуються високим ступенем ризику та невпевненості. Навички, надані партнером у стратегічному альянсі, дозволять компанії більш безпечно орієнтуватися в невизначеному середовищі. Навіть великі транснаціональні компанії, які зазвичай віддають перевагу самостійній роботі через дочірні підприємства в усьому світі, можуть вирішити знайти партнера до вступу на незнайомий новий ринок, оскільки їм може знадобитися додаткові навички, які тільки один партнер стратегічного альянсу здатен забезпечити [1, с. 36].

2. Обмеження бар'єрів на зовнішніх ринках. Фірма буде співпрацювати з компанією, яка знайома з місцевими політичними, економічними, правовими та регуляторними ризиками, щоб обійти бар'єри, які ускладнюють входження нових іноземних компаній на цей ринок. Існує широкий спектр ринкових бар'єрів, які можуть заважати компанії успішно розширюватися на аграрному ринку. Торгові бар'єри є найбільш поширеними та легко визнаються перешкодами, однак компаніям також доводиться стикатися з такими бар'єрами, як складність створення мережі дистрибуції чи складність отримання привабливих місць для нерухомого майна для розширення мережі ресторанів.