фирмой и ее «тремя сторонами».

В комплексе логистического администрирования неделимой, составной частью звеньев логистической системы, придающей им характерные особенности, выступают элементы логистической системы (участки погрузки, разгрузки, комплектации, сортировки, консолидации, разукрупнения, перегрузки; автоматизированные рабочие места менеджера логистика, таможенного брокера и т.п.). В элементах логистической системы соответствующих функциональных подразделений компании и ее партнеров усилиями нижних (операционных) звеньев менеджмента выполняются логистические операции, связанные с материальными, финансовыми, сервисными и информационными потоками.

Главный критерий системы логистического администрирования – ее способность конкурировать на рынке при доведении материальных и (или) сервисных потоков до потребителя.

Выводы. Для того чтобы иметь цельное представление об экономической системе, необходимо ее рассматривать в тесном взаимодействии, единстве и динамике с учетом процесса управления, разновидностей систем, подсистем, звеньев, элементов. Это позволит увеличить эффективность деятельности этой единой, целостной системы за счет системного эффекта. В перспективе все большее число экономических структур будет превращаться в открытые системы логистического администрирования, а затем и «сквозные», так называемые, «инфрасистемы». Появляются возможности сетевого управления производственными инфраструктурными потоковыми процессами в рамках корпоративных, ассоциативных рыночных структур.

Литература

1. Крикавський Є.В., Чухрай Н.І., Чорнописька Н.В. Логістика: компендіум і практикум: Навч. посібник. – К.: Кондор, 2009. – 340 с.

2. Родников А.Н. Логистика: Терминологический словарь. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 251 с.

3. Сток Дж. Р., Ламберт Д.М. Стратегическое управление логистикой: Пер. с 4-го англ. изд. – М.: ИНФРА-М, 2005, XXXII. – 797 с.

4. Корпоративная логистика. 300 ответов на вопросы профессионалов / Под. общ. и научн. ред. В.И. Сергеева. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 976 с.

5. Денисенко М.П., Левковець П.Р., Михайлова Л.І. та ін. Організація та проектування логістичних систем: Підручник / За ред. М.П. Денисенка, П.Р. Левковця, Л.І. Михайлової. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 336 с.

6. Миротин Л.Б., Чубуков А.Б., Ташбаев Ы.Э. Логистическое администрирование: Учебное пособие. – М.: Издательство «Экзамен», 2003. – 480 с.

Надійшла 14.03.2010

УДК 711.57 (043.2)

Н. Д. ГУРІНА, Л. О. ДЕНИСЕНКО
Київський національний університет технологій та дизайну

РОЗВИТОК СПЕЦІАЛІЗАЦІЇ «МЕНЕДЖМЕНТ ВИСТАВКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ»

Розглянуті питання необхідності підготовки фахівців за спеціалізацією «Менеджмент виставкової діяльності» і досвіду організації їх навчання в Київському національному університеті технологій та дизайну; визначені знання та навички, які отримує фахівець-організатор виставкової діяльності.

The questions of necessary training the executives in specialization of Management of Exhibition Activities and experience of arrangement for their studying in the Kyiv National University of Technology and Design have been examined; knowledge and skills which an executive/organizer of exhibition activities is received have been determined

Ключові слова: спеціалізація; менеджмент виставкової діяльності; варіативна частина ОПП; фахівець-організатор виставкової діяльності; підприємство-експонент; стендист; промоутер.

Вступ. В Україні вища освіта визнана однією з провідних галузей розвитку суспільства. Стратегічні напрямки розвитку вищої освіти визначені Конституцією України, законами України «Про освіту», «Про вищу освіту», Національною доктриною розвитку освіти, указами Президента України, постановами Кабінету міністрів України.

Система освіти формується на основі потреб суспільства. В умовах розвитку ринкової економіки вища освіта перебудовує свою роботу. На освітніх тренах у вищих навчальних закладах з'явилося багато нових спеціальностей, які отримали поглиблений розвиток в підготовці фахівців більш спеціалізованого профілю [4].

Основний розділ. В Київському національному університеті технологій та дизайну кафедра менеджменту здійснює підготовку фахівців в галузі знань «Менеджмент і адміністрування» за напрямом «Менеджмент».

В рамках підготовки фахівців за цією спеціальністю в 2007 році була розпочата підготовка фахівців за спеціалізацією «Менеджмент виставкової діяльності». Необхідність підготовки фахівців з виставкового менеджменту зумовлена підвищенням ролі виставкової діяльності як одного з важелів розвитку ринкових відносин в Україні, розвитком зовнішньоекономічних зв'язків підприємств та входження України у світовий економічний простір, а також підвищенням попиту на даний вид послуг.

На теперішній час виставкова діяльність в Україні сформувалась як самостійна галузь економіки, яка є перспективною і швидко розвивається.

Щорічно зростають обсяги послуг, що надаються виставковими компаніями, збільшується кількість виставкових та конгресних центрів, обладнаних сучасними засобами презентації та комунікації. Стрімко розвивається інфраструктура виставкової діяльності.

Цікавим чинником є зменшення періодичних виставкових заходів та збільшення щорічних та сезонних, що свідчить про стабілізацію тематики виставкових заходів.

Суттєво збільшилась кількість виставок в Києві та Київській області.

Понад третину виставкових заходів України проводять організатори виставок в м. Києві, Одеській, Запорізькій та Донецькій областях.

Середня тривалість виставкового заходу коливається, в основному, в межах 3-5 днів. Половина заходів за тематикою відноситься до галузевих (спеціалізованих), майже чотири з кожних десяти – до багатогалузевих, інші – до універсальних виставок [7].

У виставкових заходах щорічно приймають участь більш ніж 70 тисяч організацій. Роботу організаторів виставок та виставкових центрів забезпечують понад 2-х тисяч штатних працівників, з них 60% мають вищу освіту.

Виставкові технології впроваджуються практично на всіх підприємствах, але їх ефективність визначається досвідом та кваліфікацією менеджерів. Слід відмітити, що сьогодні накопичені тривалою працею великий практичний досвід з виставкової справи, але гостро стає необхідність розробки теоретичних питань виставкової діяльності.

Отже, проблеми формування конкурентоспроможного персоналу, зайнятого у виставковому бізнесі, а також проведення наукових досліджень різних аспектів виставкової діяльності, є актуальними в сучасних умовах і потребують багатоступеневої професійної підготовки.

Моніторинг ринку праці України дозволив зробити висновок про необхідність підготовки фахівців за спеціалізацією «Менеджмент виставкової діяльності на освітньо-кваліфікаційному рівні «бакалавра» та «магістра», а також здобуття другої вищої освіти за зазначеними рівнями. Для абітурієнтів був розроблений буклет з інформацією про спеціалізацію для вступу в КНУТД за професійним спрямуванням «Виставкова діяльність».

Кафедрою менеджменту КНУТД розроблено варіативну частину освітньо-професійної програми підготовки бакалаврів та магістрів за спеціалізацією «Менеджмент виставкової діяльності», що вивчають науково-теоретичні основи, методологічні й організаційні положення управління виставковою діяльністю, сучасні концепції та погляди на виставкову діяльність.

Навчальні дисципліни варіативної частини включають в себе вивчення питань з сучасних виставкових технологій та обладнання, економіки, організації та менеджменту виставкової діяльності, виставкового дизайну та композиції, нормативно-правового забезпечення виставкової діяльності, менеджменту якості виставкових заходів, професійної майстерності стендиста, інтернет-технології у виставковій діяльності, сертифікації виставкових заходів, міжнародної виставкової діяльності, комунікативної політики у виставковій діяльності тощо.

Навчання студентів відбувається на основі розроблених для дисциплін комплексів навчально-методичних матеріалів, використання сучасних інформаційно-телекомунікаційних технологій та забезпечення навчально-методичною літературою (як наочними посібниками, так і на електронних носіях). Кафедрою готуються до друку навчальний посібник «Професійна майстерність стендиста» та підручник «Менеджмент виставкової діяльності».

Для закріплення практичних навичок у студентів здійснюється практика у національних виставкових комплексах, а також на підприємствах і в установах, які займаються виставковою діяльністю; планується організація практики за кордоном.

Навчальні дисципліни передбачають виконання широкого кола практичних завдань, які мають за мету спрямувати студентів на набуття знань та вмінь з предметної галузі, сформувати у студентів відповідні навички управління виставковою діяльністю, реалізувати стратегічні наміри підприємства.

Рівень знань студентів, а також набуття необхідних практичних навичок визначається проведенням тренінгових занять, виконанням індивідуальних завдань, проміжним і підсумковим контролем [3, 4].

Для надання навчальних, проектних, наукових та консультаційних послуг з виставкової діяльності при кафедрі менеджменту у 2008 році створено Центр розвитку та впровадження виставкових технологій (Центр РВВТ).

Основні напрямки діяльності Центру РВВТ:

1) створення умов для набуття студентами практичного досвіду професійної діяльності у

виставковій сфері;

2) надання послуг допомоги аспірантам, здобувачам та докторантам у науковій роботі шляхом здійснення систематичної господарської діяльності;

3) надання навчальних, наукових та консультаційних послуг з виставкової діяльності;

4) підвищення професійного рівня (кваліфікації) викладачів;

5) організація взаємовигідної роботи між професорсько-викладацьким складом університету та виставковими комплексами, підприємствами і організаціями.

При Центрі РВВТ створений студентський виставковий клуб «КНУТД-ЕКСПО». Зі студентами та викладачами кафедри менеджменту проводяться екскурсії та заняття на найкращих торгово-промислових виставках України. Організовуються майстер-класи, лекції, семінари за участю провідних вітчизняних та зарубіжних фахівців виставкової справи. Студенти кафедри менеджменту беруть участь у роботі на виставках в якості стендистів та промоутерів.

Стратегія навчальних дисциплін передбачає опанування теоретичних основ виставкової діяльності та її управління.

Фахівець-організатор виставкової діяльності в процесі навчання повинен знати:

- теоретичні та соціально-економічні основи виставкової діяльності;
- сутність, зміст і задачі виставкової діяльності;
- сучасну організацію виставкової діяльності в Україні та за її межами;
- технологію підготовки виставки організаторами;
- технологію підготовки підприємств до участі у виставкових заходах;
- організацію робіт на виставці підприємствами-експонентами;
- задачі і функції, персональну майстерність стендиста;
- фірмовий стиль, інформаційні технології та рекламні матеріали виставки;
- технології реклами виставки;
- підсумкові матеріали виставки, контроль результатів;
- методи оцінки ефективності виставкової діяльності [4].

Після закінчення навчання фахівець-організатор виставкової діяльності повинен вміти:

- обґрунтувати вибір відповідного рішення щодо прийняття участі у відповідному виставковому заході;
- організовувати діяльність щодо надання та використання основних видів виставкових послуг;
- організувати підготовку зразків товарів і послуг (експонатів) для демонстрації на виставках;
- організовувати виробництво на виставкових підприємствах;
- забезпечувати належний рівень якості послуг на підприємствах виставкової сфери;
- забезпечувати охорону праці та техніку безпеки;
- застосовувати результати маркетингової діяльності та комплексу маркетингових заходів впливу на ринок і конкурентну позицію підприємства за допомогою виставкових технологій;
- використовувати діючу законодавчо-нормативну базу з питань функціонування підприємств – учасників виставкового ринку;
- впроваджувати технологічний процес надання послуг на виставкових підприємствах;
- володіти практичними знаннями у сфері інформаційних технологій;
- застосовувати інноваційні технології в роботі підприємств;
- управляти цільовими виставковими комплексними програмами;
- проводити статистичні та соціологічні дослідження на виставці;
- давати загальну та маркетингову оцінку виставковим заходам;
- визначати економічну ефективність виставки;
- складати звіт після виставки, формувати архів виставок за кожний рік;
- розробляти заходи для стратегічного розвитку виставкової діяльності підприємства-експонента;
- визначати основні тенденції розвитку виставкової діяльності в Україні та в світі;
- досконало володіти сучасною діловою українською та іноземними мовами професійного спілкування [2, 3, 7].

Висновки. Підготовка кафедрою висококваліфікованих фахівців з менеджменту виставкової діяльності дозволить їм зайняти провідне місце у розвитку суб'єктів господарювання. Сьогодні від цієї «посади» все більше залежить успіх підприємницької діяльності.

Отже, метою підготовки фахівців за зазначеною спеціалізацією є забезпечення організацій, підприємств, установ висококваліфікованими кадрами, які матимуть всебічну теоретичну та практичну підготовку з питань менеджменту та технології надання послуг всім суб'єктам ринку.

Література

1. Ефименко Е.В. 100 вопросов и ответов о выставках и ярмарках: настольная книга экономиста – практика. Часть 1. Путеводитель экспонента и организатора выставок. – К.: КНТ, 2008. – 240 с.

2. Лукашова Л.В. Організація виставкової діяльності: Навч. посіб. для вищ. навч. закл. – К.: Київ. нац. торг. екон. ун-т, 2009. – 327 с.

3. Пекар В.О. Основи виставкової діяльності: Навч. пос. Для студ. вищ. навч. закл. / В.О.Пекар; ВНЗ «Інститут реклами», Вища школа виставкового менеджменту. – К.: Євроіндекс, 2009. – 49 с.

4. Петелин В.Г. Менеджер предприятия по рекламе и выставкам: Учеб. пособие. – М.: Изд-во «Ось-89», 2001.

5. Петелин В.Г. Организация торгово-промышленной выставки: секреты мастерства. – М.: Изд-во «Ось-89», 2000. – 447 с.

6. Шарков Ф.И. Выставочный коммуникационной менеджмент (управление выставочными коммуникациями). – М.: Альфа-Пресс, 2006. – 256 с.

7. Руководство для участников промышленных выставок / http: / www. subcontract.ru / start /.

Надійшла 14.03.2010

УДК 65.012.34:004

С. Л. ЛЕВИТ, С. С. СВИРИДОВА
Одесский национальный политехнический университет

ЛОГИСТИЧЕСКАЯ ИНФОРМАЦИЯ КАК СТРАТЕГИЧЕСКИЙ РЕСУРС

В статье рассмотрены логистическая информация, информационные технологии как стратегический ресурс, ресурс обеспечения конкурентоспособности современных предприятий. Определены основные составляющие логистической информации и ее функциональное назначение на всех этапах выработки управленческих решений; определена роль капиталовложений в достижении конкурентных преимуществ.

This article reviews logistic information and information technologies (IT) as strategic resource ensuring the competitiveness of the modern enterprises; it defines basic logistic information components and its functional purpose at all stages of the managerial decisions making; here is also described the significance of the investments in competitive advantages gaining.

Ключевые слова: информация, информационные технологии, логистика, инвестиции, контроль, анализ, стратегическое планирование.

Современная логистика – уникальная область человеческой деятельности. Основные положения логистики применимы ко всем видам экономической деятельности, включая предприятия частной, государственной и смешанного типа собственности. Новые эффективные черты логистика обрела в связи с тем, что ее традиционные направления слились воедино, образовав качественно новую систему – интегрированную логистику.

Интегрированная логистика охватывает и объединяет в единый процесс такие виды деятельности, как информационный обмен, транспортировка, управление запасами, складским хозяйством, грузопереработкой и упаковкой.

Актуальность. Информация является ключевым элементом логистических операций. Для принятия обоснованных решений необходимо наличие не только большого массива логистической информации, адекватно описывающей состояние процессов и внешней среды, но и сбалансированных информационных транзакций, генерируемых информационно-компьютерными технологиями. С учетом того, что логистическая информация описывает движение материальных потоков, она рассматривается как важнейший стратегический ресурс.

Логистическая информация как стратегический ресурс рассматривается в работах зарубежных авторов, таких как Джереми Шапиро, Джеймс Джонсон, Доналд Дж. Бауэрокс, Миротин Л.Б., Некрасов А.Г., Ташбаев Ы.Э. и др.

Для полного отражения информации на всех иерархических уровнях необходимо создать эффективную и опережающе действующую логистическую информационную систему.

Логистическая информация на каждом уровне выработки управленческого решения имеет свое функциональное назначение. Выделяется три основных этапа выработки управленческого решения: управленческий контроль, анализ решений, стратегическое планирование.

Задачи управленческого контроля – оценка результатов деятельности и соответствующая отчетность. Оценка результатов служит инструментом обратной связи, благодаря которому руководство может судить о том, насколько уровень логистического сервиса и использования ресурсов соответствует поставленным целям. В силу этого для управленческого контроля характерны четкие критерии оценки с ориентацией на тактические решения и на межфункциональные взаимодействия. На этом строится оценка прошлых результатов и альтернативных вариантов развития. В состав критериев оценки обычно входят финансовые показатели, показатели уровня обслуживания потребителей, показатели производительности и качества. В частности, это могут быть такие критерии, как транспортные или складские расходы, оборачиваемость запасов, удовлетворенность потребителей исполнением заказов [1].

Важным является не просто формирование отчета, содержащего оценку достигнутых результатов,