

по-третє, використанням теорії компромісів в діяльності суб'єктів господарювання, яка стала характерною рисою концепції побудови логістичних систем у сучасному просторі;

по-четверте, застосуванням теорії загальних витрат, яка дозволяє так перегрупувати витрати в розподіленні, що загальний рівень витрат на рух товарів і послуг від виробника до споживача на світовому, національному, регіональному та виробничому рівні істотно зменшиться.

Узагальнюючи проведений аналіз та оцінку сучасного рівня розвитку ринку логістичних послуг України, можемо виділити основні проблеми, які стримують його розвиток і зростання:

– недостатнє оновлення основних засобів у галузях виробничої інфраструктури, невідповідність їхнього технічного рівня сучасним і перспективним вимогам;

– відсталість транспортної інфраструктури та низький рівень міжгалузевої координації у розвитку цього виду інфраструктури, що призводить до роз'єднання єдиного транспортного простору, нерационального використання ресурсів і зниження ефективності використання транспорту;

– низький рівень розвитку складського господарства, механізації та автоматизації складських послуг;

– недостатня ефективність фінансово-економічних механізмів, що стимулюють надання інвестицій на розвиток логістики в Україні;

– недостатній обсяг і рівень кадрової підготовки;

– висока вартість логістичних послуг, що становить приблизно 15-25 % від вартості товару.

ДИЗАЙН-МИСЛЕННЯ В УПРАВЛІННІ ПРОЕКТАМИ

Ж.В. Манзик, здобувач вищої освіти

Науковий керівник: А.Р. Дунська, к.е.н., доцент

Національний технічний університет України

«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

Нові виклики зовнішнього середовища і посилення ролі інноваційної складової у розвитку сучасних компаній потребують використання нових методів до управління проектами, таких як дизайн-мислення. Цю методiku започаткували Хассо Платтнер та Девід Келлі – засновники унікальної дизайн-школи. Школа поєднує практики управління проектами та бізнесом з традиційною інженерною освітою. Це своєрідна методика створення інновацій. Одним з ключових її принципів є емпатія – вміння подивитись на світ очима інших людей, зрозуміти їх потреби, бажання, задачі, які перед ними стоять. Саме цього потребує від сучасного бізнесу кардинальна трансформація культури споживання, яка відбулась в останньому десятилітті. Другий принцип – це міждисциплінарність його платформи, яка дозволяє залучати спеціалістів з різних галузей: дизайну, мистецтва, інжинірингу, технологій, гуманітарні спеціальності. Тому його часто називають різновидом out-of-the-box thinking – нестандартним мисленням, яке змушує розум вийти за межі відомого.

Дизайн-мислення – це ефективна методика, котра дозволяє знаходити дещо нове і креативне в масі вже давно відомого усім. На сьогоднішній день важливим став перехід дизайн-мислення в бізнес. В першу чергу це пов'язано з тим, що в наш час об'єм даних по всьому світі подвоюється за 7-8 місяців. Зазначу, що в 1950-х роках для подвоєння глобального об'єму даних було потрібно 100 років.

Методика дизайн-мислення ґрунтується на трьох ключових складових:

– різні люди;

– різне розуміння середовища;

– постійна підтримка процесу.

Дизайн-мислення не доцільно застосовувати в компаніях, де люди працюють стандартно, наприклад, з 8-ї ранку до 5-ї вечора. Зазвичай його використовують у стартапах, на хакатонах аби швидко згенерувати ідею, часто навіть у командах, які до цього не були знайомі один з одним. І так, це працює. Мені самій поталанило випробувати ворк-шоп по дизайн-мисленню від представника компанії SAP і зайняти друге місце у хакатоні, будучи в команді, яку зібрала за годину до змагання з незнайомців, котрі були представниками різних сфер. Це доводить його ефективність.

Дизайн-мислення складається з п'яти етапів (рис. 1).

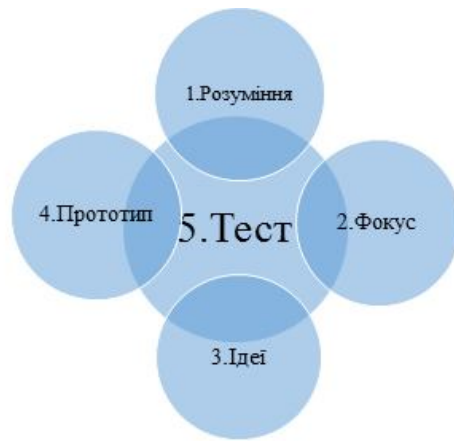


Рисунок 1. Етапи дизайн-мислення за класичною версією

Джерело: складено автором на основі джерела [1].

Розуміння. Перший етап полягає в пошуку суті проблеми. Тут варто зрозуміти споживача, його страхи, бажання. Для цього потрібно «піти в народ» і безпосередньо поспілкуватись зі своєю цільовою аудиторією. Акцент робити на почуттях, емоціях, використовувати емпатію. Це дозволить зрозуміти, чому люди чинять так, а не інакше.

Фокус. Єдиний спосіб знайти вірне рішення – правильно зрозуміти проблему. Суть фокусування – сформулювати питання. Воно має бути пов'язане з проблемою, яку вирішує даний проект. Тобто, беремо проблему і перефразовуємо її в питання. Цей етап ще називають «точкою зору». Перед тим, як її сформулювати, варто обробити зібрану на першому етапі інформацію. На практиці цей етап характеризується брейн-штормом, купою стікерів на стінах та емоційними обличчями учасників процесу.

Ідеї. Основною технікою буде також брейн-штормінг, де кожен з команди запропонує декілька варіантів, аби вибрати найкращі рішення.

Прототип. Це своєрідна перевірка ідей вже на практиці. На щастя, вона є відносно дешевою та швидкою.

Тест. Готовий продукт тестується на споживачах з метою отримання відгуку [1].

Дизайн-мислення допомагає визначити, що очікують споживачі від виробника. Важливо пам'ятати, що головним завданням проекту є не просто створення продукту, а реальне вирішення проблеми. Як сказав президент інституту дизайн-менеджменту Томас Локвуд: «Дизайн-мислення можна використовувати всюди, де є проблеми, люди і суміш декількох галузей знань. Це інструмент з допомогою якого можна формувати майбутнє і випускати на ринок товари, послуги та свій досвід».

Перелік посилань:

1. Stanford d.school [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dschool.stanford.edu/>

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ КОНЦЕПЦІЇ LEAN PRODUCTION ПРИ ОРГАНІЗАЦІЇ ВИРОБНИЦТВА В УМОВАХ ПрАТ «ЄВРАЗ-ДМЗ»

М.А. Мироненко, к.т.н., доцент

Г.В. Срібна, здобувач вищої освіти

Національна металургійна академія України, м. Дніпро

Проблематику використання концепції ощадливого виробництва (англ. Lean Production) у системі управління промисловими підприємствами висвітлювало багато зарубіжних і вітчизняних науковців та практиків, зокрема Таїті Оно, Джеймс Вумек, Джеффри Лайкер, Олексій Гринін та ін. [1-5].

У цих тезах автори розглядають питання організації виробництва на основі концепції Lean Production в умовах ПрАТ «ЄВРАЗ-ДМЗ». Ця проблема є досить актуальною для цього промислового підприємства і тому потребує особливої уваги.

Перш за все, варто зазначити, що ЄВРАЗ є вертикально-інтегрованою металургійною та гірничовидобувною компанією з активами у Росії, в Україні, у США, Канаді, Чехії, Італії, Казахстані та Південній Африці [6]. У 2015 році металургійні підприємства під брендом ЄВРАЗа виро-