

просами маркетинга. В общем случае наиболее вопросы маркетинга должны быть разрешены при принятии особо важных для деятельности банка решений, таких, как планируемое увеличение уставного капитала, существенное расширение географии деятельности и её масштабов (открытие филиалов и представительств).

Основной целью маркетинга является обеспечение оптимальной скорости продвижения банковских услуг на всем пути – от банковского учреждения до конечного потребителя (клиента), т.е. такой скорости, при которой сочетались бы наиболее выгодные темпы продажи и оборачиваемости денег, а также минимальные затраты на хранение финансовых ресурсов, с одной стороны, со способностью полностью и своевременно удовлетворять спрос клиентов, с другой [5].

Процесс маркетинга начинается с изучения клиента и выявления его потребностей, а завершается приобретением товара (услуги) и удовлетворением его реальных и конкретных потребностей. Процесс предоставления новых видов банковских услуг начинается с подготовки банковских работников, их места работы, способов предоставления этих услуг. Например, при входе в банк клиент начинает обычно свое движение слева направо. Если территориально расположить предоставление новых услуг в левой стороне зала, то клиент уделит им больше внимания, и вероятность того, что он воспользуется ими, повышается [2].

Список литературы

1. Герасименко В.В. Основы маркетинга. М: ТМС, 2010. [Электронный ресурс] / Режим доступа: [<http://mirznanii.com/a/4594/marketingovaya-politika-banka>]
2. Герасименко В.В. Основы маркетинга. М: ТМС, 2010. [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://mirznanii.com/a/4594/marketingovaya-politika-banka>
3. «О банках и банковской деятельности» [Электронный ресурс] // Консультант Плюс. 2017. / Режим доступа: <http://diplomba.ru/work/6496>
4. «Реализация комплекса маркетинга в банковской сфере» [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://www.kazedu.kz/referat/101245/5>

*М. Аскербек, научный руководитель М.Д. Каримова
Каспийский университет, Алматы, Казахстан*

Совершенствование системы логистики на предприятии

Аннотация. Логистическая система это очень сложная организационно завершенная экономическая система, состоящая из элементов, взаимосвязанных между собой в едином процессе управления материальными и сопровождающими их потоками. Понятие логистической системы является одним из важных и базовых понятий логистики. Термин «система» можно охарактеризовать как множество

элементов, которые находятся в связях и отношениях друг с другом, образуя при этом установленную целостность, единство.

Ключевые слова: *логистика, логистическая система, интеграция потоков, микро-макро логистические подсистемы, CRM-система.*

Развитие научно-технического прогресса, формирование рынка покупателя, обострение всех форм конкуренции, изменение приоритетов покупательской способности потребителей влияют на динамичность рыночной среды. Большая конкуренция на рынке, появление более новых и дешевых разработок, которые могут быть достаточно эффективными, заставляют руководство предприятий пересматривать и изменять существующие принципы в деятельности. Появилась потребность в проведении комплексных научных исследований, необходимых для изучения и решения многих возникающих задач и проблем.

Исследования в области логистики – нового научно-практического направления – призваны решать экономические проблемы и задачи, связанные с процессом движения товаров, денежных средств и информации. В настоящее время логистика, как одна из молодых наук, переживает стадию очень бурного развития. Многие вопросы, которые относятся к терминологии и основным понятиям о логистике постоянно углубляются и совершенствуются, вырабатываются совершенно новые теоретические положения, а также значительно расширяется круг проблем, которые решаются с помощью логистики. В наше время трудно себе представить какую-либо производственную, торговую либо работающую в сфере информационных технологий компанию, которая бы не использовала в своей деятельности логистический подход.

Для того, чтобы по полной мере использовать все возможности, которые открывает перед собой логистика, фирмы строят логистические системы и совершенствуют их для получения эффективности.

Мировой опыт свидетельствует о том, что лидерством в конкурентной борьбе обладает то предприятие, которое компетентно в области логистики и владеет в полной мере ее методами. Создание совершенной системы логистики позволяет компании планировать, контролировать и управлять процессом перемещения материальных и информационных ресурсов, таким образом, предприятие получает возможность использовать в своей работе не только отдельные элементы логистики, а все ее возможности.

Процедура разработки, обоснования и принятия конечных решений в процессе исследования и формирования логистических систем организаций называется анализом логистических систем. Сутью данного анализа является то, чтобы сложное превратить в простое, т.е. найти более эффективные средства управления сложными логистическими объектами, а труднопонимаемую логистическую проблему превратить в более простые серии задач, которые имеют методы решения [2].

Существует следующий порядок исследования логистической системы.

1. Сложная логистическая система разбивается на более мелкие составляющие элементы в целях выявления задач, доступных для решения.

2. Подбираются и применяются более подходящие специальные методы для решения отдельных задач.

3. Частные решения объединяются следующим образом, чтобы можно было построить решение глобальной задачи логистической системы.

При анализе логистических систем решаются следующие основные задачи:

- ✓ собрать точные и конкретные данные о логистической системе;
- ✓ четко и правильно описать исследуемую логистическую систему;
- ✓ разработать назначения элементов, решающих логистическую задачу, для того, чтобы определить его формы, методы, состав и способы взаимодействия с другими элементами логистической системы;
- ✓ сформулировать главные цели создания развития логистической системы;
- ✓ установить степень взаимосвязи цели логистической системы со средствами их достижения;
- ✓ выработать несколько оптимальных вариантов развития логистической системы при воздействии различных факторов внешней и внутренней среды;
- ✓ выбрать один из оптимальных вариантов развития логистической системы;
- ✓ выработать программу развития логистической системы;
- ✓ рассчитать и проверить эффективность взаимодействия элементов логистической системы, выявить узкие места и устранить их;
- ✓ проверить эффективность организации управления организацией, структуру и функции органов управления;
- ✓ разработать более конкретные показатели деятельности логистической системы.

Другими словами, потребность в анализе логистической системы возникает тогда, когда средства и возможности ограничены, а целей очень много. В таких условиях нужно упорядочить процедуру определения целей – нужно выяснить их иерархию и выявить приоритеты. В частности, анализ логистических систем применяется для решения объемных задач в области логистики, которые связаны с большими затратами.

Как отмечалось ранее, объектами изучения логистики являются материальные и сопутствующие им информационные и финансовые потоки. На своем пути эти потоки от первичного источника сырья до конечного потребителя проходят разные транспортные, производственные, складские звенья. Задачи по управлению материальными потоками, при традиционном подходе, в каждом звене решаются, в значительной степени, обособлено. Отдельные звенья при этом, представляют собой закрытые системы, изолированные от систем своих партнеров технологически, технически, методологически и экономически. В пределах закрытых систем управление хозяйственными процессами осуществляются с помощью общеизвестных методов планирования

и управления экономическими и производственными системами. Эти методы применяются и при логистическом подходе к управлению материальными потоками [1].

Для решения любых логистических задач нужно использовать знания, разработанные наукой. Логистические задачи встают перед организацией почти каждый день и требуют быстрых решений. Логистические задачи должны решаться с применением научной базы логистики. Научную же базу логистики составляет обширный спектр методов, разработанных в рамках различных дисциплин.

В целях выявления способов совершенствования и повышения системы логистики на предприятии, важно провести не только анализ показателей, но и подробно изучить проблемы и возможности, с которыми сталкивается компания. Агропромышленная компания «Адал АПК АО» занимается производством и реализацией молочной и кисломолочной продукции. Компания сталкивается с крупными конкурентами на рынке Казахстана и с конкурентами других стран. По таким причинам необходимо четко продуманная совершенная система логистики, которая сможет полностью автоматизировать систему, одним словом облегчить и упростить продвижение бизнеса. Продукция востребованная, но не имеет высокий статус потребления.

Высокое качество, доступная цена играет большую роль в отечественном производстве. Формирование потокового процесса в форме финансового, информационного и материального потока, оптимизация совокупных издержек обращения на всем диапазоне реализации этого процесса – «от источника к цели» это и есть результат усилий в сфере логистики.

Анализируя логистическую систему на ТОО «Адал АПК АО», мы рассмотрели области функционирования логистики. Закупочная логистика предприятия решает такие вопросы, которые связаны с обеспечением предприятия материалами и сырьем. Проводится скрупулезный анализ среди поставщиков, заключаются договора и строго контролируется их выполнение. Производственная логистика же решает задачи оказания материальных услуг или создания материальных благ. Наибольший объем работы выполняется в пределах территории одного предприятия.

В функции распределительной логистики входит решение задач по реализации готовой продукции. Для решения этих задач применяют два варианта продвижения готового товара: реализацией занимаются или торгово-посреднические предприятия, или же сами производители. Вопросами управления материальными потоками на транспортных участках занимается транспортная логистика. Она берет на себя транспортные работы, которые выполняются в процессе доведения материального потока от первичного источника сырья до конечного потребителя.

Информационная логистика определяется общей целью логистики: необходимый продукт в нужное время, в нужном месте с наименьшими затратами. Очевидно, что для выполнения этих правил в нужное время, в нужном месте должна оказаться и нужная информация. Количество и качество этой информации должно отвечать

предъявляемым требованиям, затраты, связанные с ее продвижением, должны быть минимальны.

В современной международной экономической ситуации в вопросах повышения эффективности на предприятиях актуальными оказываются совершенствование транспортных и логистических процессов. При решении этих проблем логистические компании применяют разнообразные методы, включая и CRM-системы, позволяющие изучать поведение и потребности потенциальных клиентов [3].

При внедрении CRM-системы в «АПК Адал АО» автоматизация однотипных процессов ускорило подготовку предложения услуги клиенту, создание заказов на основании запросов. Сократило время на ответ по обращению клиента. Предложенная система упростила процесс подготовки отчетов, анализа, повышения качества процесса логистики, увеличения объёмов продаж и оптимального взаимодействия всех его подразделений. Также «CRM-система» позволяет высвободить 3,5 часа времени специалиста «АПК Адал АО» за счет автоматизации и направить это время на другие задачи.

Список литературы

1. Ауесбаева Б., Момынкулова Ш.О. Внедрение CRM системы для логистических компаний // Саясатpolicy. 2018. №2(266). С. 8-11.
2. Гаджинский А.М. Логистика. М.: Дашков, 2017, 324 с.

Д.Е. Бабушкина, научный руководитель *И.В. Мжельская*
Сибирский государственный университет путей сообщения,
Новосибирск, Россия

Прогнозирование показателей деятельности компании в бизнес-планировании с использованием регрессионных моделей

Аннотация. *Бизнес-планирование неразрывно связано с прогнозированием показателей производственно-хозяйственной деятельности компании. Прогнозирование показателей деятельности для формирования денежных потоков в бизнес-планировании осуществляются, главным образом, на основе анализа ретроспективных данных производственно-хозяйственной деятельности. Основные показатели компаний прогнозируются с применением корреляционного анализа известных регрессионных моделей.*

Ключевые слова: *бизнес-план, прогнозирование показателей производственно-хозяйственной деятельности, корреляционно-регрессионный анализ, регрессионные модели, сценарный подход.*