

МЕРЕЖЕВЕ ПЛАНУВАННЯ РЕКЛАМНОЇ КАМПАНІЇ ВИРОБНИЧОГО ПІДПРИЄМСТВА

Антонець О.О., Марданова А.Р.

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут», м. Харків

В роботі обґрунтована необхідність використання методів мережевого планування в процесі формування рекламної кампанії підприємства.

Мережеве планування - метод управління, що ґрунтується на використанні математичного апарату теорії графів і системного підходу для відображення та алгоритмізації комплексів взаємозалежних робіт, дій чи заходів для досягнення чітко поставленої мети. Застосовується для оптимізації планування та управління складними розгалуженими комплексами робіт, що вимагають участі великої кількості виконавців і витрат обмежених ресурсів.

Основна мета мережевого планування - скорочення до мінімуму тривалості проекту.

Завдання мережевого планування полягає в тому, щоб графічно, наочно і системно відобразити й оптимізувати послідовність і взаємозалежність робіт, дій чи заходів, що забезпечують своєчасне і планомірне досягнення кінцевих цілей. Для відображення і алгоритмізації тих чи інших дій або ситуацій використовуються економіко-математичні моделі, які прийнято називати мережевими моделями, найпростіші з них - мережеві графіки. За допомогою мережевої моделі керівник робіт або операції має можливість системно і масштабно представляти весь хід робіт або оперативних заходів, управляти процесом їх здійснення, а також маневрувати ресурсами. Зокрема, мережеве планування доцільно застосовувати під час розробки рекламної кампанії.

На прикладі ПАТ «Харківський ювелірний завод» було побудовано загальний мережевий графік робіт рекламної кампанії.

Оптимізація параметрів мережевого графіку проводиться згідно з часовим фактором, для цього необхідно визначити критичний шлях. По всіх роботах, які належать не критичному шляху, існує резерв часу, тобто певна затримка в їх виконанні не позначиться на кінцевому результаті.

Якби всі виявлені роботи з планування рекламної кампанії проводилися послідовно, то це зайняло б у цілому 58 днів. За запропонованим способом планування максимальний час на виконання робіт, що належать критичному шляху 30 днів. Використання методів мережевого планування буде сприяти скороченню термінів робіт на 48%.

Таким чином, застосування системи мережевого планування при проведенні рекламної кампанії слугує досягненню запланованих результатів при мінімальних витратах економічних ресурсів і робочого часу.

Література:

1. Міненко С.М., Казаков О.Л. Економіко-математичне моделювання виробничих систем: Навчальний посібник. – М.: ГІНФО, 2002р. – 136с.