



Рисунок 1 – Етапи формування системи управління персоналом

СУЩНОСТЬ ЛОГИСТИЧЕСКОГО СЕРВИСА

Связов М.В.

Научный руководитель: Федорова В.А., к.э.н.

Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет

Современный рынок характеризуется высоким уровнем конкуренции. В связи с этим предприятиям становится все сложнее выделиться среди конкурентов, предоставляющих те же виды услуг по сходным ценам.

Решить данную проблему можно с помощью логистического сервиса, обеспечивающего приверженность клиента к товарам услугам предприятия. Для того чтобы эффективно предоставлять логистический сервис, необходимо уяснить, что он представляет собой.

В литературных источниках представлены различные точки зрения на сущность логистического сервиса [1-12]. В структуре определения исследователи выделяют следующие структурные элементы: содержание; родовое понятие; цель осуществления; субъект, осуществляющий сервис; субъект, которому предоставляется сервис; период осуществления; критерий эффективности. Однако количество данных структурных элементов, а также их количество являются различными. В связи с этим требует обоснования сущность понятия «логистический сервис».

Чтобы уточнить сущность логистического сервиса, обратимся к его фундаментальному значению. Непосредственно термин «логистика» имеет несколько определений. Первоначальное его значение «logistike» [12] – от греческого «рассуждать», «вычислять». В данном значении термин выражал искусство вычислений, основанный на формальной логике. Согласно Большому энциклопедическому словарю, логистика представляет собой «теорию и практику управления материально-техническим обеспечением, товарно-материальными запасами», то есть в своей основе имеет способность удовлетворять потребности в запасах.

При этом под сервисом подразумевают систему обеспечения и предоставления дополнительных услуг для клиента, способствующих более полному удовлетворению его потребностей и получением максимальной пользы от приобретенного товара либо полученной услуги. В связи с этим в качестве родового понятия предполагается использовать «комплекс услуг».

Определение цели осуществления сервиса довольно противоречиво и существует несколько её трактовок. Ключевыми стоит выделить: обеспечение связи «предприятие – потребитель»; удовлетворение потребностей клиентов; управление потоком товаров и материалов. Поскольку непосредственной задачей сервиса является предоставление особых услуг клиенту, в качестве определения цели осуществления стоит выбрать удовлетворение потребностей клиентов. В качестве субъекта, осуществляющего сервис, выделяется предприятие, которое может быть представлено в виде производителя, либо в иной форме. Субъектом, которому предоставляется сервис, многие авторы выделяют потребителя, однако, определение «клиент» более подходит для данного термина, поскольку является более широким понятием, под которое подпадает не только конечный потребитель, но и предприятие оптовой либо розничной продажи, что значительно расширяет сферу применения самого термина «логистический сервис». Период осуществления логистического сервиса характеризуется временным промежутком между моментом заказа и его получением. Наиболее приемлемым критерием оценки эффективности логистического сервиса предлагается считать соответствие понесенных затрат и качество предоставленного сервиса.

Таким образом, под логистическим сервисом предлагается понимать комплекс услуг, предоставляемый предприятием клиенту при реализации любой логистической операции от момента получения заказа до момента его доставки клиенту с соблюдением оптимальным соотношением затрат и качества.

Литература:

1. Дудар Т.Г. Основи логістики: [навч. посіб.] / Дудар Т.Г. – К. : ЦУЛ, 2012. – 171 с.
2. Аникин Б.А. Логистика: [учебник для вузов] / Аникин Б.А. – М. : Проспект, 2013. – 227 с.
3. Дыбская В.В. Школа отечественной логистики – становление и тенденции развития: к 10-летию кафедры логистики и Международного центра логистики ГУ-ВШЭ / В.В. Дыбская // Логистика. – 2010. – № 2. – С. 5-25.
4. Ельдештейн Ю. М. Логистика / Ю.М. Ельдештейн – М. : Проспект, 2010. – 157 с.
5. Тюрин Н.М. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства / Тюрин Н.М. – Київ: «Центр учбової літератури», 2013. – 408 с.
6. Иванов Д.А. Логистика. Стратегическая кооперация / Иванов Д.А. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 976 с.
7. Бродецкий Г.Л. Системный анализ в логистике. Выбор в условиях неопределенности / Бродецкий Г.Л. – М.: Academia, 2010. – 336 с.
8. Павлюченко И.В. Логистика: краткий теоретический курс / Павлюченко И.В. – Ульяновск : УлГТУ, 2011. – 95 с.
9. Jeffrey Glen Logistic in our life / Jeffrey Glen – London, 2012. – 254 с.
10. Скоробогатова Т.Н. Логистика / Скоробогатова Т.Н. – Симферополь : ООО «ДиАйПи», 2005. – 116 с.
11. Шамис В.А. Рассмотрение аспектов логистического сервиса / В.А. Шамис // NovaInfo.Ru. – 2016. – Т. 3. – № 42. – С. 179-182.
12. Словари, энциклопедии и справочники – Slovar.cc [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://slovar.cc/enc/bse/2013144.html>.

SWOT-АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ПАТ «ХАРКІВСЬКИЙ ТРАКТОРНИЙ ЗАВОД» НА РИНКУ ТРАКТОРНОЇ ТЕХНІКИ УКРАЇНИ

Середа Н.В.

Науковий керівник: Шевченко І.Ю., к.е.н.

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Важливим елементом стратегічного аналізу перспектив розвитку підприємства в ринкових умовах є SWOT-аналіз, котрий у загальному вигляді являє «...процес встановлення зв'язків між найхарактернішими для підприємства можливостями, загрозами, сильними та слабкими сторонами, результати якого в подальшому можуть бути використані для формулювання і вибору стратегій підприємства» [1].