

Література:

1. Черепанов С.В. Генезис концепции корпоративной социальной ответственности. *Теория и практика общественного развития. Экономические науки*. 2012. № 8. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/genezis-kontseptsii-korporativnoy-sotsialnoy-otvetstvennosti-1/viewer>.

2. Бізнес як суб'єкт соціальної політики: боржник, благодійник, партнер? За заг. ред. С.В. Шишкін. М.: ГУ-ВШЕ, 2005. 324 с.

3. Левченко Я.С. Теоретико-методологическое обоснование путей развития корпоративной социальной ответственности, как фактора конкурентоспособности. *Проблеми і перспективи розвитку підприємництва: Збірник наукових праць Харківського національного автомобільно-дорожнього університету*. Х., 2018. № 2 (21). С. 55-65.

СУТНІСТЬ ТЕРМІНІВ 3PL І 4PL, ПРИНЦИПИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ НА ЇХ БАЗІ

Шукурбаєв Байрамгелді (Туркменістан)

Науковий керівник: Кудрявцев В.М., к.е.н., доцент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

На даний момент практики розрізняють таку класифікацію логістичних провайдерів: 1PL, 2PL, 3PL, 4PL, 5PL.

Якщо термін PL (від англ. «Party of logistics») перекладати дослівно, то мова йде про сторону (компанії, ділові партнери), яка бере на себе функції по виконанню логістичних операцій [1].

На практиці під терміном рівня 1PL (від англ. «First party of logistics» – перша сторона логістики) розуміються компанії, які спеціалізуються на окремих напрямках логістичного бізнесу. Їх діяльність полягає в наданні послуг з виконання окремих операцій під час доставки вантажу: транспортування, зберігання, митне оформлення та ін. Даним видом бізнесу займаються, як правило, транспортні організації, митні брокери, порти, перевантажувальні термінали та ін. Власники вантажу (як відправники, так і одержувачі) можуть укладати ділові угоди з «first party of logistics» безпосередньо або через посередників, які на практиці прийнято визначати як рівня 2PL (наступний рівень логістичних послуг).

До компаній, що надають послуги по типу 2PL відносяться експедиторські, а також транспортно-експедиторські компанії і організації, які виконують роль посередників між покупцями (вантажовласники) і продавцями (1PL) послуг. На відміну від компаній типу 1PL тут мова йде про комплексний наданні послуг відразу по декількох напрямках. Так, в якості прикладу можна навести ситуацію, коли здійснюється транспортування вантажу декількома видами транспорту в транспортній системі, але при цьому виконуються також і послуги з митного оформлення. Слід зауважити, що така схема роботи вітчизняних експедиторських компаній є сьогодні однією із затребуваних.

В результаті переходу на більш якісний рівень з'явився термін «третя сторона логістики» – 3PL, який характеризує аутсорсингові компанії, які «продають» комплексну послугу з доставки вантажу за принципом from door to door (від дверей до дверей), виконуючи при цьому всі необхідні операції. І, тим не менш, в їх функції не входить менеджмент вантажних потоків: всі питання в даному випадку вирішує «купує» сторона, вантажовідправник або вантажоодержувач.

3PL має на увазі комплекс логістичних послуг – від доставки і адресного зберігання до управління замовленнями і відстеження руху товарів. У функції 3PL-провайдера входить організація і управління перевезеннями, облік і управління запасами, підготовка імпоротно-експортної документації, складське зберігання, обробка вантажу, доставка кінцевому споживачу.

При зверненні до логістичного посередника даного виду клієнт може розраховувати на надання комплексної послуги, на допомогу при адаптації до постійно змінюваних умов довкілля, що є додатковим фактором для підвищення його конкурентоспроможності. Проте, провайдер покоління 3PL не вирішує проблеми по управлінню рухом вантажів: цю функцію все-таки виконує вантажовласник. Тому поява на ринку логістичних послуг 4PL-провайдера можна назвати закономірним і передбачуваним.

Вперше термін 4PL був зареєстрований в 1996 році консалтинговою фірмою Andersen Consulting, нині Accenture, з наступним тлумаченням: «Логістичний провайдер четвертого рівня є менеджером ланцюжка поставок, який зводить ресурси, потужності і технологію свій організації з ресурсами, потужностями і технологією іншого логістичного підприємства і управляє їм з метою запропонувати клієнтам найбільш повне вирішення завдань в ланцюжку поставок» [2].

Як правило, 4PL-провайдери – це великі логістичні провайдери, які мають великої інфраструктурою і сучасними системами управління ланцюгами поставок, які здійснюють високотехнологічні процеси і реалізують складні логістичні схеми. Це і є 4PL-провайдер.

Логістичний провайдер четвертого рівня є менеджером ланцюжка поставок, який зводить ресурси, потужності і технологію свій організації з ресурсами, потужностями і технологією іншого логістичного підприємства і керує ним і з метою запропонувати клієнтам найбільш повне вирішення наявних завдань в ланцюжку поставок.

В цілому ж можна сказати, що 4PL-послуги в Україні поки затребувані досить слабо. Однак уже в найближчі 2-3 роки очікується значний попит на послуги логістичних операторів, які зможуть і будуть реально готові працювати в такому режимі [3-4].

Якщо ж звертатися до зарубіжного досвіду, то він свідчить, що до послуг таких компаній, як правило, звертаються великі корпорації, наприклад, такі як Intel і General Motors. Під 5PL розуміють 4PL-провайдера, який працює через мережу Internet.

Даний напрямок є наймолодшим з представлених вище, що має на увазі його подальше опрацювання, залишаючи цю нішу поки мало затребуваною, особливо в Україні.

Література:

1. Ботнарюк М.В. Партнерские взаимоотношения – императив ведения логистического бизнеса. *Общество: политика, экономика, право*. 2011. № 1. С. 53-57.
2. Титюхин Н. В чем различие между 1, 2, 3, 4 и 5PL-провайдерами. *Транспортная логистика*. 2007. № 10. С. 35-43.
3. Резер С.М. Контейнеризация грузовых перевозок. М.: ВИНТИ РАН, 2012. 678 с.
4. Лёвин С.Б. Сущность технологических терминов 3PL и 4PL и принципы функционирования предприятий на их базе. *Транспорт: наука, техника, управление*. 2015. № 7. С. 50-53.

ОБҐРУНТУВАННЯ НЕОБХІДНОСТІ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Щеклеїна А.О.

*Науковий керівник: Шершенюк О.М., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Важливе значення для підприємницької діяльності організацій мають формування витрат виробництва і їх облік – це важливо не тільки у зв'язку з тим, що неправильна організація витрат веде до катастрофічних наслідків, а також і з тим, що підприємство несе витрати у виробництві товарів і послуг, які є важливою характеристикою діяльності.

Кожен досвідчений керівник розуміє, що мінімізація витрат – це головний чинник максимізації прибутку і зміцнення конкурентних позицій, але причини низької віддачі від виробництва достатньо складно виявити, якщо до самої організації цих витрат не приділяється достатньої уваги.

В умовах сучасних світових інтеграційних тенденцій в процесі господарської діяльності формуються витрати підприємства в цілому та його структурних підрозділів. Більш детально класифікацію витрат підприємства показано на рис. 1 [1-2].

У виробництві є такі підходи, які використовують для вирішення задачі класифікації витрат і розділення змішаних витрат:

– суб'єктивний – припускає вольове віднесення витрат до змінних або постійних, базуючись на неформальному досвіді дослідника;

– статистичний – базує свої висновки на аналізі наявних статистичних даних. Даний підхід прийнято вважати більш об'єктивним, оскільки він полягає в аналізі конкретних даних за деякі минулі періоди (місяці) і побудові на цій основі залежності сумарних витрат від об'єму реалізації продукції.