

інформації за рахунок сучасних засобів зв'язку, програмних засобів і комп'ютерної техніки, призначена для задоволення потреби споживача в інформації та передачі її в інші системи.

Таким чином, можна сказати, що сучасні інформаційні системи мають широкий спектр властивостей і виконують велику кількість функцій, які визначаються характером діяльності підприємства.

Література.

1. Глушко С.В., Шайкан А.В. Управлінські інформаційні системи. Навчальний посібник для студентів вищих закладів освіти. Львів, 2006. 320 с.
2. Маслов В.П. Інформаційні системи і технології в економіці: Навчальний посібник. Київ, 2005. 264 с.
3. Мельник Л.Г., Ильяшенко С.Н., Касьяненко В.А. Экономика информации и информационные системы предприятия: Учебн. пособ. Сумы, 2004. 400 с.
4. Облік видів економічної діяльності: Навч. посіб. /за ред. Н.О. Гури. Київ: Знання, 2004. 541 с.
5. Васильків Н.М. Опорний конспект лекцій з дисципліни “Ефективність інформаційних систем” з освітньо-кваліфікаційного рівня “Спеціаліст” для спеціальності “Економічна кібернетика”. Тернопіль, 2005. 98 с.
6. ДСТУ 2938-94. Системи оброблення інформації. Основні поняття. Терміни та визначення. Київ: Держстандарт України, 1995. 32 с.

ОГЛЯД РИНКУ ЛОГІСТИЧНИХ ПОСЛУГ

*Цубера Р. С., здобувач вищої освіти 2 року навчання
магістерської програми, r.tsubera@gmail.com*

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

В умовах розширення міжнародного товарообміну відбувається зміна структури транспортних ринків як нашої країни, так і світових. Це проявляється насамперед у необхідності координації дій різних видів транспорту для прискорення доставки вантажів від виробника до споживача. Система розподілу товару охоплює, поряд з транспортуванням, операції по її супроводу і прискоренню, тобто сукупність процесів, що не входять в сферу безпосереднього виробництва і споживання, але мають до них безпосереднє відношення. Акцент на цю особливість експедиційної діяльності обумовлений потребами клієнтури, що постійно розвиваються. Очевидно, діяльність транспортних підприємств буде спрямована в ще більшій мірі на

максимальне задоволення вимог вантажовласників. Однак основне завдання полягає не просто в перевезенні вантажів. Клієнт бажає отримати повний комплекс послуг з транспортного обслуговування, і в першу чергу експедиційні послуги [1].

У попередні роки розвиток українського ринку логістичних послуг йшов, переважно, по екстенсивному шляху. Вплив на ринок надавало збільшення попиту на транспортування і складування вантажів в умовах становлення виробництва в різних галузях і розвитку торгівлі. Але останнім часом все більше організацій усвідомлює, що їх логістична діяльність безпосередньо впливає на конкурентоспроможність компанії на ринку. Вітчизняний ринок логістичних послуг встає на новий, інтенсивний шлях розвитку.

Оптимізацію логістичних процесів можна проводити самостійно або звернутися до послуг професійного логістичного оператора. Вибір того чи іншого методу залежить від безлічі факторів: стратегії фірми, кон'юнктури ринку і т. д.

Ступінь передачі логістичних функцій третім особам може коливатися від окремих операцій (транспортування, складування) до участі аутсорсингової компанії в прийнятті стратегічних рішень. Залежно від рівня виконуваних операцій логістичних операторів поділяють на три групи: 2PL, 3PL, 4PL-провайдери. Розглянемо докладніше кожен із зазначених груп.

В даний час на українському ринку логістичних послуг домінують вузькоспеціалізовані логістичні посередники (2PL), які надають традиційні види послуг, що носять явно операційний характер: транспортування, складування, вантажопереробка, страхування вантажів і т. д. Саме на цьому рівні логістичних операторів спостерігається найбільша конкуренція. Багато логістичних посередників ставлять своєю стратегічною метою розвиток якості і складності послуг, що надаються до рівня 3PL, що дозволить побудувати з компанією-клієнтом середньострокові і довгострокові партнерські відносини.

На західних ринках домінують оператори, які надають комплексний логістичний сервіс – це і є згадані вище 3PL-провайдери. Вони беруть на себе виконання основних видів операційної логістики, обробляють замовлення, розробляють контракти та іншу документацію, здійснюють складування, доставку до кінцевого споживача і ін. 3PL-провайдери несуть відповідальність за умовами контракту за виконувани операції. Український ринок

3PL-компаній знаходиться в зародковому стані, оскільки створення такої компанії вимагає масштабних інвестицій в складську інфраструктуру і транспортний парк; необхідно розширення спектру послуг та підвищення їх якості.

На ще вищому рівні діють 4PL-провайдери, які здійснюють управління ланцюгами поставок компанії. 4PL-провайдери – це системні логістичні інтегратори, які займаються проектуванням і управлінням бізнес-процесами в ланцюгах поставок, в тому числі здійснюють координацію дій клієнта з основними контрагентами, обмін даними в логістичному ланцюзі в масштабі реального часу і т.д., з урахуванням довгострокових стратегічних цілей компанії-клієнта. Практично таких операторів на вітчизняному логістичному ринку немає.

Основні вигоди, які отримує компанія, відмовившись від контрактної логістики, вирішивши займатися логістикою самостійно, полягає в наступному:

- компанія незалежна від зовнішніх постачальників послуг;
- підприємство не розкриває господарські зв'язки і ноу-хау;
- власний підрозділ з логістики підвищує стійкість бізнесу і його капіталізацію;
- у компанії накопичується досвід в здійсненні логістичних операцій, що в подальшому може призвести до диверсифікації бізнесу в цю сферу.

Основним недоліком створення власного логістичного підрозділу є інвестування значних сум в непрофільні активи – складську та транспортну інфраструктуру (сюди необхідно додати набір додаткового персоналу для обслуговування логістичного комплексу). Заморожування значних обігових коштів при ймовірності того, що побудовані склади виявляться незатребуваними. Це ризиковане перетворення, і ризик повинен бути прорахованим і виправданим.

Передаючи виконання логістичних операцій професіоналам, компанія-клієнт отримує наступні вигоди.

Компанія зосереджується на розвитку свого основного бізнесу, освоєнні нових технологій, завоювання ринку, тощо.

Поділ праці, спеціалізація, є важливим принципом ефективності організації економічної системи. Наявність у логістичних провайдерів спеціального досвіду, інфраструктури (склади, транспортний парк і т. д.) Дозволяє їм виконувати логістичні функції ефективніше і на більш високому рівні якості.

Однією з найважливіших функцій логістичних операторів є можливість передачі їм відповідальності за форс-мажор. Всі збитки, пов'язані з втратою товарів в результаті кримінального впливу, нещасних випадків, стихійних лих і т. п., несе провайдер.

Однак знайти хорошого логістичного партнера на вітчизняному ринку – завдання не з легких. Деякі великі компанії використовують практику розвитку власної логістичної інфраструктури з подальшою її передачею в довірче управління.

Одним з основних стримуючих чинників розвитку контрактної логістики є відсутність достатньої кількості великих підприємств, здатних надати весь комплекс логістичних послуг належної якості.

Але ринок логістичних послуг не стоїть на місці, і однією з головних його проблем, як це не парадоксально, можна назвати саме його інтенсивний, нерівномірний ріст. Розвиток українського ринку логістичних послуг має свої національні особливості. Тут співіснують сучасні логістичні термінали і старі неопалювані ангари, професійне управління ланцюгами поставок і нестандартні прості операції, сучасний автотранспорт і нерозвинена транспортна інфраструктура і т. д.

Розвитку логістичних послуг перешкоджає відсутність сучасної інфраструктури в необхідному обсязі.

У підприємств, які могли б стати клієнтами логістичних провайдерів, існують певні упередження, багато хто не довіряють якості пропонованих послуг, сумніваються в надійності поставок. І дійсно, виявляється провайдерами рівень виконання тих чи інших операцій далеко не завжди реалізується на практиці. Далі, для реалізації співпраці на рівні 3PL необхідно розкрити внутрішню інформацію, а більшість компаній побоюється (і не без підстав) крадіжки своїх технологій, розробок, ноу-хау та іншого інтелектуального капіталу.

Іншим важливим фактором є хаотичність бізнес-процесів на самих підприємствах-клієнтах. Через це компанії не можуть об'єктивно оцінити свої логістичні витрати. Також відбивається відсутність досвіду стратегічного планування бізнес-процесів на підприємствах, який показав би можливості досяжних переваг від використання аутсорсингу. Нерідкі випадки, коли компанія-клієнт не в змозі поставити завдання 3PL-провайдера. Невідповідність технічних і інформаційних стандартів ускладнює інтеграцію логістичного провайдера в компанію-клієнта.

Фахівці ринку логістичних послуг вважають, що майбутнє за сектором 3PL-провайдерів. На ринку логістичних операторів відбуватиметься консолідація – утворення великих транспортно-логістичних холдингів для розширення комплексності послуг та регіонального розширення. Така консолідація сприятиме протистоянню експансії міжнародних логістичних компаній.

Українському ринку логістики потрібні фахівці в різних товарних категоріях, тому що не кожна компанія-клієнт в змозі навчити співробітника аутсорсингової компанії роботі з його товаром.

Розвитку ринку логістичних послуг сприятиме збільшення обсягів експортно-імпортних операцій, розвиток роздрібної торгівлі, позитивна динаміка промислового виробництва, економічний підйом в країні.

Література.

1. Харрісон Алан. Управління логістикою: Розробка стратегій логістичних операцій : навч. посіб. Дніпропетровськ : Баланс Бізнес Букс, 2007. 368 с.

ОБГРУНТУВАННЯ ЛОГІСТИЧНИХ ПРОЦЕСІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Водолажська А. О., здобувач вищої освіти четвертого року навчання, vodolazka13@gmail.com

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

Будь-яка дія чи робота протягом певного часу має розглядатися як процес. За визначенням цього ж стандарту:

процес – це стійка, цілеспрямована сукупність взаємопов'язаних видів діяльності, яка за певною технологією перетворює "Вхід" у "Виходи", що складають цінність для споживача.

Для того, щоб у подальшому при розгляді сутності логістичного менеджменту не виникало питань методичного характеру, визначимо, які об'єкти логістичного управління можуть мати назву логістичних процесів.

Під час розгляду того, що розуміють під терміном "логістичний процес", доцільно дослідити його класифікацію.

У найбільш загальному підході будь-який процес класифікують за ознакою "Зміст робіт" .