

2. Яковенко Р.В. Суб'єктивістські доповнення до законів попиту і пропозиції / Р.В. Яковенко, І.І. Бідна // *Materialy VII mezinarodni vedecko–prakticka konference [«Veda a technologie : krok do budoucnosti – 2011»]*. (Прага, Чехія, 27 лютого – 5 березня 2011 р.). – Praha : Publishing House «Education and Science» s.r.o., 2011. – Díl 7 : Ekonomické vedy. – С. 46-49.

3. Яковенко Р.В. Психологічні фактори купівлі. Тусовка : веб-сайт. URL: <https://tusovka.kr.ua/news/2018/06/17/psihologichni-faktori-kupivli> (дата звернення: 02.02.2020).

УДК 33

*Журило І.В., к.е.н., доц.,
Лазарева Ю.Г., магістрант гр. ЕП-19М
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький*

ОРГАНІЗАЦІЯ СИСТЕМИ ЛОГІСТИЧНИХ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ НА ПІДПРИЄМСТВАХ АВТОСЕРВІСУ

Для успішного функціонування на ринку та підвищення ефективності господарської діяльності, вітчизняним підприємствам слід ретельно формувати свій конкурентний потенціал, використовуючи ті внутрішні можливості, що є унікальними і властиві лише даному підприємству.

Однією з таких внутрішніх можливостей, зокрема для підприємств автосервісу, є організація дієвої системи логістичних бізнес-процесів, пов'язаних з рухом матеріальних потоків. Мова йде про інтегроване управління бізнес-процесами з просування матеріального потоку і обслуговуючих його інших логістичних потоків (інформаційних, фінансових тощо) від джерела їх виникнення до кінцевого споживача з метою досягнення цілі функціонування логістичної системи [5].

На першому етапі організації даних процесів на підприємстві автосервісу необхідно визначити об'єктний зміст логістичної системи. З цією метою звернемося до існуючих підходів, у рамках яких мають місце багато різних трактувань логістики.

Однією з причин неоднозначності тлумачення терміну «логістика» є специфіка й різниця масштабів завдань, вирішення яких пропонується у тих або інших літературних джерелах і які, відповідно, намагаються розв'язати окремі суб'єкти господарювання у межах своєї логістичної системи. Проте існуючі визначення, у більшості своїй, не суперечать концептуальній сутності логістики, а їх різноманітність є відбиттям процесу становлення і розвитку нових науково-практичних напрямків [1].

Так довгий час основним об'єктом дослідження, управління й оптимізації в логістиці вважався саме матеріальний потік. Пізніше в сферу інтересів логістики потрапили інформаційні та фінансові потоки. Сьогодні здійснюються спроби подальшого розширення сфери застосування логістики шляхом виділення як об'єктів її дослідження енергетичних, трудових та інших потоків, присутніх в економічних системах [1]. Однак, за ствердженням В.І. Сергєєва, «розширення об'єктної сфери логістики припустиме лише тоді, коли до нового об'єкта можна

застосувати ту ж методологію, методи, прийоми дослідження і менеджменту, що і до матеріального потоку» [4].

Зважаючи на об'єкт нашого дослідження, а саме підприємства автосервісу, нас цікавлять особливості логістичних операцій у сфері надання послуг. Основним стратегічним елементом менеджменту для багатьох закордонних фірм, які надають послуги, є «логістика сервісного відгуку» (service response logistics, SRL) [2]. SRL-підхід це процес координації логістичних операцій, найефективнішим щодо витрат і задоволення запитів споживачів способом. Тобто мережу автосервісу необхідно побудувати так, щоб з максимальною ефективністю задовольняти вимоги клієнтів щодо рівня обслуговування.

Отже, з проведеного аналізу можна зробити висновок, що *логістика бізнес-процесів на підприємствах автосервісу* – це інтегрована система планування, контролю, управління та регулювання потоками ресурсів як єдиним цілим, що допомагає заощаджувати кошти, час, обладнання, площі, витрати праці та ін. Логістика дозволяє контролювати всі процеси, де можна здійснити економію, а саме: постачання, продаж, транспортування, пакування, закупівлю, зв'язок з митницею та державними органами.

У процесі формування і подальшого вдосконалювання логістичної системи на підприємствах автосервісу необхідно: постійно підвищувати якість, надійність обслуговування і готовність до виконання замовлень і запитів споживачів; знижувати сукупні витрати, пов'язані з обслуговуванням й утриманням запасів; знижувати собівартість надання послуги.

Ми дослідили ринок автосервісу м. Кропивницький, який містить більше вісімдесяти юридично самостійних підприємств. При цьому помітною є різноманітність СТО за їх розмірами та спеціалізацією – від дрібних кустарних і сімейних фірм до великих СТО з мільйонним оборотом.

У галузі автосервісу вирішальну роль грає конкуренція якості й ціни, а на ринку лідирують підприємства, які пропонують відмінну якість за прийнятну ціну і мають низькі витрати. Більшість досліджених нами підприємств мають чималий досвід роботи на ринках послуг автосервісу та пов'язану з цим наявність деяких ключових навичок для ефективної конкуренції, високу репутацію у споживачів, імідж надійного партнера. Оскільки на ринку багато споживачів, що достатньо активно реагують на ціни, важливо проводити зниження витрат на всіх етапах та напрямках виробництва й обігу, тобто створювати стійкі переваги над конкурентами у витратах.

Індикаторами конкурентної сили (переваги) підприємств автосервісу виступають: поступове зростання кількості клієнтів-замовників; лідируюча стратегія; диференціація послуг підприємства; добре підготовлений персонал.

Щодо діапазону конкуренції стосовно кожного конкретного підприємства, можна говорити, що він може бути досить великий, якщо підприємство надає повний цикл ремонтно-діагностичних послуг стосовно великої гами моделей автомобілів. Ці роботи є часто дуже складними, високотехнологічними та, навіть, унікальними.

На нашу думку, першочергові заходи, які необхідно вжити для підвищення ефективності господарської діяльності підприємств автосервісу та запобігання їхнього банкрутства, полягають у наступному.

Керівництву даних підприємств слід звернути увагу на недоліки у плануванні потреби у запчастинах і терміновому їх забезпеченні при проведенні ремонту авто. Адже створення та збереження репутації надійного СТО, здатного не лише якісно провести діагностику та ремонт автомобіля, а й зробити це швидко з мінімальною втратою часу на очікування потрібних запчастин, дозволить підприємству стати безперечним лідером автосервісу.

Розв'язання цих проблем вимагає перегляду методів контролю товарних запасів з метою можливого вивільнення складських приміщень, а також грошових коштів, «заморожених» у надлишкових запасах.

Вирішення поставленого перед спеціалістом з логістики завдання передбачає групування товарних позицій (запчастин для ремонту автомобілів) з метою подальшого аналізу виділених груп та вибору оптимальних технологій планування та управління запасами для усього товарного асортименту, використовуваних СТО. Розділення товарів на групи повинно враховувати долю запасів по кожній позиції у сукупному обсязі товарних запасів, а також ступінь нерівномірності попиту (з урахуванням точності прогнозування) по кожній позиції. Вирішити поставлене завдання дозволить застосування методів ABC- та XYZ-аналізу.

Поєднання даних про співвідношення кількості та вартості ABC-аналізу з даними про співвідношення кількості та структури споживання XYZ-аналізу дозволяють отримати цінні інструменти планування, контролю й управління для системи постачання в цілому, і управління запасами зокрема.

При побудові системи логістичних бізнес-процесів підприємства необхідно враховувати сучасні засоби комп'ютерного моделювання, зокрема систему логістичних бізнес-процесів, спроектовану засобами UML, та модель її потоків з використанням розфарбованих мереж Петрі. Імітаційна модель на основі CP-net дозволяє отримати вихідні характеристики в залежності від варіативних вхідних даних.

Аналіз вимог до логістичної системи за допомогою засобів UML та розфарбованих мереж Петрі дозволяє, насамперед, виявити помилки ще на стадії проектування і, разом з цим, одержати готові до реалізації алгоритми, правильність функціонування яких вже доведено формально. Дана методика дозволяє отримати перевірений проект системи логістичних бізнес-процесів та уникнути помилок чи дублювання потоків, тим самим підвищуючи її дієвість та ефективність використання [3].

Для надання якісних послуг дуже важливою є узгодженість робіт персоналу, що неможливе без чіткого розуміння процесу надання послуг і чіткого його документування. Успішне планування й бездоганне виконання кожної фази надання послуги лежать в основі задоволення клієнта й забезпечує зростання прибутку підприємства.

Створення та збереження репутації надійного СТО, здатного не лише якісно провести діагностику та ремонт автомобіля, а й зробити це швидко з мінімальною втратою часу на очікування потрібних запчастин, дозволить товариству стати безперечним лідером автосервісу не лише у м. Кропивницькому, а й за його межами.

Список використаних джерел

1. Заборська Н.К. Основи логістики: навчальний посібник / Н.К. Заборська, Л.Е. Жуковська – Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2011. 216 с.
2. Кулибанова В.В. Сервисная деятельность. Маркетинг: учебник и практикум для СПО. М.: Издательство Юрайт, 2018. 259 с.
3. Мельник Г.В., Скіцько В.І. Моделювання логістичних бізнес-процесів з використанням розфарбованих мереж Петрі // Актуальні проблеми економіки. – 2015. – №6. – С. 429-443.
4. Сергеев В.И. Логистика в бизнесе: Учебник. М.: ИНФРА-М, 2001. 608 с.
5. Солодка О.В. Реінжиніринг логістичних бізнес-процесів як спосіб їх вдосконалення // Вісник НУ «Львівська політехніка». – Серія: Логістика. – 2010. – №669. – С. 317-322.

УДК 65.012.331

*Запірченко Л.Д., к.е.н., доц.,
Ковальова В.В., студент гр. ЕП-16
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький*

ОСОБЛИВОСТІ ПРАЦІ ТА ДОБОРУ ПЕРСОНАЛУ В ТОРГОВЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ

З розвитком ринкових відносин в Україні на результативність діяльності торговельного підприємства визначний вплив продовжує здійснювати економічний аспект в управлінні персоналом.

Основними напрямками діагностики персоналу підприємства є визначення потреби та розробка заходів, спрямованих на підвищення ефективності його використання. Такий широкий діапазон задач і напрямів аналізу і планування передбачає використання різних прийомів і методів їх проведення.

Під персоналом підприємства розуміють сукупність осіб, що працюють на певному підприємстві і вкладають свій труд, фізичні та розумові здібності, знання та навички в проведення господарсько-фінансової діяльності підприємства, реалізацію його статутних завдань (закупівлю та реалізацію товарів, виробництво продукції, надання послуг та інше).

Основною метою управління персоналом є забезпечення мінімізації витрат підприємства на його формування і утримання та максимізація результатів від використання.

Усі трудові процеси, виконувані працівниками в торговельному бізнесі розділені на два різних по своїй природі і змісту виду:

- зв'язані зі зміною форм вартості товару;
- обумовлені продовженням процесів виробництва в сфері обігу.

Перший вид робіт забезпечує зміну форм вартості і містить у собі процеси купівлі-продажу, обслуговування покупців, ведення обліку і звітності, організації реклами й ін.

Другий вид робіт містить у собі такі трудові процеси, як транспортування, фасовка, збереження, підсорткування, навантаження, вивантаження товарів тощо.