

– сформировать графический вид системной модели "Управление проектами и программами обращением с отходами".

Рабочим процессом проекта является управление проектом (программой) обращения с отходами, включающий в себя действия, направленные на предотвращение образования отходов, их сбора, перевозки, хранения, обработки, утилизации, удаления, обезвреживания и захоронения, включая контроль за этими операциями и надзор за местами удаления. Для реализации системного подхода при разработке проекта необходимо определить входные, выходные параметры проекта и условия его реализации.

Цикл управления рабочим процессом проекта основывается на знаниях, инструментах и базах данных с учетом действий, нарушающих нормальный рабочий процесс проекта. Основой системной модели УПОО являются субъекты управления - внешние (Z) и команда управления проектом (L), объекты управления - проекты, программы (Q) различных категорий (K), фазы жизненного цикла объектов управления (C), уровни управления (T), функции управления (S), стадии процесса управления (F).

Системная методологическая модель управления проектами $M^{МУП}$ представляет собой свернутое дерево избыточного множества задач и процедур, которые теоретически могут осуществляться при управлении проектом и определяется вектором: $P_n = (F, S, T, C, Q, K, L, Z)$.

Системная модель УППВ объединяет модели - модель "черного ящика" обращение с отходами (M^{HC}), модель состава системы обращения с отходами (M^{CC}), системная модель управления обращением с отходами ($M^{УПВ}$) и системную методологическую модель управления проектами ($M^{МУП}$) соответственно схеме функционирования системы управления обращением с отходами: $M^{HC} \cup M^{CC} \cup M^{УПВ} \cup M^{МУП}$. Построенная модель имеет 3 уровня - обращение с отходами (UW^0), модель управление обращением с отходами (UW^1) и модель УПОО (UW^2), причем $UW^2 \subset UW^1 \subset UW^0$.

Управление осуществляется материальным потоком W (масса отходов, материальный поток ресурсов, обеспечивающих функционирование системы); энергетическим потоком E (энергия, которая характеризует воздействия на окружающую среду) и информационный поток R , позволяет осуществлять процесс управления и контролировать их.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: СИСТЕМНАЯ МОДЕЛЬ, ПРОЕКТ, ОБРАЩЕНИЕ С ОТХОДАМИ, ТРАНСПОРТНО-ДОРОЖНЫЙ КОМПЛЕКС.

УДК 656. 338. 12

СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЛОГІСТИЧНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ

Цимбал Ю.О.

Постановка проблеми. На сучасному етапі одним із визначальних чинників конкурентоспроможності підприємства стає налагодження ефективної системи обслуговування споживачів. Сьогодні підприємства, які конкурують виключно на підставі технічних характеристик товару, раніше чи пізніше опиняються у невідповідній для себе ситуації порівняно з фірмами, які зміцнюють свою ринкову позицію, підвищуючи якість обслуговування товарів та покупців. У цьому процесі важлива роль належить ефективно організованому комплексному логістичному обслуговуванню, яке має впроваджуватися не лише на рівні окремого підприємства, але й бути процесом, який об'єднує усіх учасників ланцюга поставок.

Логістичне обслуговування споживача посідає сьогодні важливе місце серед логістичних завдань. Зростання значення і надання їм такої великої ваги у логістиці сучасних підприємств спричиняють наступні чотири чинники:

- зміни на міжнародних ринках, здебільшого глобалізація ринку та виробництва;
- адаптація певної філософії обслуговування клієнта із пов'язаних з цим капіталомістких стратегій;
- необхідність утримання високої логістичної надійності в обслуговуванні клієнта;
- розбіжність між запропонованим рівнем обслуговування й очікуваннями клієнтів.

Тому, логістичне обслуговування доцільно розглядати як важливу складову обслуговування споживача, яка дає можливість забезпечити необхідний рівень задоволення потреб клієнтів за якнайнижчих сукупних витрат і гарантованого отримання клієнтом відповідного товару відповідної кількості й асортименту в певному місці, в певний час і за певною ціною.

Бажаючи досягти стійких конкурентних переваг, організації змушені орієнтуватися на нові парадигми в управлінні, які вимагають активного використання принципів логістики на практиці.

На промислових ринках спостерігається зниження ролі товарів та їх технічних характеристик на користь таких чинників, як час і гнучкість поставки. Трактуючи якість та технічні характеристики товару як елементи «постійні», тобто забезпечені виробником, приймаючи рішення про придбання, клієнти надають перевагу критеріям, які ґрунтуються на оцінці запропонованої послуги, а не тільки самого товару. Тому ефективними засобами конкурентоспроможності стають прискорення переміщення в ланцюзі поставок та гнучкість логістичної системи промислового підприємства.

Створюючи стандарти обслуговування, кожне з підприємств розраховує на те, що вони будуть використовуватися працівниками компанії, оскільки дослідження показують, що клієнти оцінюють якість обслуговування, звертаючи увагу на такі п'ять чинників:

1. Ефективність – здатність якісно забезпечити саме те, що було обіцяно.

2. Задоволення – володіння знаннями ввічливої поведінки з клієнтами та уміння створити атмосферу довіри, професіоналізму і надійності.

3. Презентація – зовнішній вигляд приміщень і обладнання, продавців та інших співробітників компанії;

4. Емпатія – турботливе та уважне ставлення до клієнтів.

5. Реакція – готовність оперативно допомогти.

Проте для забезпечення успішного функціонування логістичної підсистеми з обслуговування споживачів управління нею повинно бути систематичним і прогнозованим. Успіху у цій сфері діяльності підприємства можна досягти завдяки впровадженню та актуалізації системи управління, спрямованої на поліпшення її результативності та ефективності з урахуванням потреб споживачів.

У логістичних процесах, що мають на меті якісне обслуговування споживачів, використовуються різноманітні ресурси, які дають змогу в аспекті логістичного управління виконувати такі завдання логістичного обслуговування:

- швидке складання замовлення;
- доставка продукту від виробника до споживача;
- демонтаж та монтаж;
- гарантійне обслуговування продукту.

Тому, в логістичній підсистемі обслуговування споживача необхідно приділити увагу тим ресурсам, які сприяють поліпшенню роботи якісних показників логістичного обслуговування (рис. 1).

У підсистемі логістичного обслуговування споживача можна виділити такі ресурси, що дають змогу підприємству надати споживачу повний спектр високоякісних послуг:

Кваліфікований персонал – це виконавці робіт, кваліфікація і уміння яких позначаються на якості обслуговування споживача, і, своєю чергою, дії під час обслуговування впливають і на якість встановлення вікна, повинен бути компетентним за рахунок належної підготовки, набутих навичок та досвіду, мати відповідну освіту. З метою сприяння виконанню поставлених завдань і службового просування працівників під час навчання та підготовки мають враховуватися: наявність у працівників досвіду; загальний кругозір і спеціальні знання; навички керування; уміння працювати з колективом; комунікабельність; культура і поведінка в суспільстві; знання ринків, потреб та очікувань споживачів та інших зацікавлених сторін; творчі здібності і схильність до новаторства.

Отже, кваліфікований персонал має вагомe значення у забезпеченні високого рівня обслуговування споживача, в можливості задоволення їх вимог, потреб і очікувань.

Інфраструктура. Виконання завдань логістики за якістю, вартістю, рівнем обслуговування істотно залежить від технічних умов, в яких відбуваються логістичні процеси. За класифікацією логістичних процесів можна розглядати такі об'єкти, в яких реалізуються відповідні логістичні процеси, як відповідну їм інфраструктуру. Отже, логістичний процес складування в умовах неявної інфраструктури логістичних процесів, яка і визначає термін, якість і вартість складування. Логістичний процес транспортування забезпечує інфраструктура транспортних процесів, тобто транспортні засоби, дороги, вузли, устаткування, які і зумовлюють швидкість переміщення, умови транспортування, вартість транспортування, терміни, ризики, надійність. У тісному зв'язку із транспортними та складськими процесами знаходиться пакувальний процес, завдяки якому можна досягти необхідних параметрів транспортної та складської придатності [4].

Тому підприємство, має визначити, створити і підтримувати інфраструктуру, потрібні для забезпечення логістичного обслуговування споживачів.

Інформаційні ресурси. Система управління будь-якого рівня складності може функціонувати тільки тоді, якщо в ній циркулює інформація, а тому процес управління, зокрема й організування логістичного обслуговування, – передусім інформаційний процес, який забезпечує виконання функцій із збирання, передавання, оброблення, аналізу даних і прийняття обґрунтованих рішень на основі отриманої інформації.

Для управління інформацією підприємство повинно[2]:

- визначити потреби в інформації;
- визначити внутрішні і зовнішні джерела інформації, отримати до них доступ;
- перетворити інформацію на корисні для підприємства знання;
- оцінити переваги від використання інформації в контексті обслуговування споживачів.

В процесі обслуговування споживача найважливішим для підприємства буде встановити і використати джерела отримання інформації про задоволення споживачів, і співпрацювати з ними для передбачення їхніх майбутніх запитів. Прикладами джерел інформації про задоволеність споживача можуть бути [1]:

- претензії споживачів;
- безпосереднє спілкування зі споживачем;
- анкетування та опитування;
- цільові групи;
- повідомлення, які надходять від споживача;
- повідомлення в різних засобах інформації;
- галузеві та промислові дослідження.

Фінансові ресурси. Підсистема логістичного обслуговування споживача не може функціонувати без фінансових ресурсів. Фінансова функція логістичного управління обслуговуванням споживача пов'язана з мінімізацією витрат та підвищенням ефективності логістичних ланок.

Партнери. Сьогодні зростає увага до потреб кожної організації-споживача, зміцнення стосунків «постачальник-клієнт», активізацію підприємств у контексті добровільних об'єднань для підвищення конкурентоспроможності своїх товарів, орієнтацію на концепцію партнерського маркетингу. Успішність партнерства зумовлює низка чинників, зокрема [3]:

- основні чинники, а саме: можливість скорочення витрат, підвищення якості продукції, покращання обслуговування споживачів, висока безпека діяльності;
- супутні чинники, які стимулюють створення партнерства, а саме: сумісність позицій менеджменту щодо питань обслуговування клієнтів, проблем якості, активності працівників, психологічна сумісність учасників спільного проекту;
- компоненти, або спільні вигоди діяльності й операцій, які використовують для формування та підтримки взаємостосунків, зокрема, канали комунікації, розподіл ризику та винагородження, інвестиції.

Партнерські стосунки можуть приносити істотні вигоди, такі як: досягнення вищих стандартів обслуговування споживачів; забезпечення стабільності показників якості продукції та обслуговування; зниження витрат із збільшенням споживчої цінності товару і послуг, які надаються в контексті обслуговування споживача, тому партнер – це один із найважливіших ресурсів для будь-якого підприємства.

Інноваційний ресурс являє собою матеріалізований результат, отриманий від вкладення капіталу в нову техніку чи технологію, у нові форми організації виробництва, праці, обслуговування і управління, включаючи нові форми контролю, обліку, методи планування, прийоми аналізу. У діяльності сучасного підприємства, роль інновацій значно зросла. Це викликано тим, що в ринковій економіці інновації являють собою зброю конкуренції, тому що інновація веде до зниження собівартості, зниження цін, до зростання прибутку, до створення нових потреб, до припливу грошей, до підвищення іміджу (рейтингу) виробника нових продуктів, до відкриття і захоплення нових ринків, зокрема зовнішніх.

Загострення конкуренції змушує підприємства прикладати все більше зусиль у пошуку нових способів досягнення переваг над конкурентами. У цьому дуже вагому роль відіграють чинники гнучкості, часу, якості, оптимальний рівень обслуговування, ресурсного забезпечення, мінімальних витрат.

Висновок. Підприємство, яке надає високий рівень обслуговування споживачам, побудований на партнерських стосунках, володіє вагомими перевагами, що в кінцевому результаті веде до зміцнення конкурентних позицій на ринку. Проте обслуговування споживача вимагає ресурсного забезпечення, яке дасть змогу надати споживачу якісний комплекс послуг, пов'язаний з логістичним обслуговуванням. Удосконалюючи процес логістичного обслуговування, необхідно: у сфері трудових ресурсів забезпечити підготовку та комплектування працівників вищої кваліфікації; у сфері фінансових ресурсів забезпечити формування достатнього фінансового забезпечення; у сфері інформаційних ресурсів забезпечити формування необхідного потоку, що стосується інфраструктури, – необхідно сформувати інтегровану різноманітну інфраструктуру, яка забезпечить переміщення матеріального потоку від первинного джерела сировини до кінцевого споживача.

ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ

1. Миротин Л.Б., Ташбаев Ы.Э., Касенов А.Г. Логистика: обслуживание потребителей: учебник. – М.: ИНФА-М, 2002. – 190 с. – (Серия «Высшее образование»).
2. Чухрай Н.І. Логістичне обслуговування: підручник. – Львів: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2006. – 292 с.
3. Вишицький М., Блоньський К. Вибрані аспекти маркетингу і логістики в обслуговуванні клієнта // Вісник НУ ЛП «Логістика». – 2006. – №552. – С.3–9.
4. Крикавський Є.В. Логістика. Основи теорії: підручник. – Львів: Національний університет «Львівська політехніка» (Інформаційно-видавничий центр «ІНТЕЛЕКТ+» Інститут післядипломної освіти), «Інтелект-Захід», 2004. – 416 с.
5. Електронний ресурс / <http://www.okna.ua/>.
6. Шаповал М.І. Менеджмент якості: підручник. – 3-тє вид., випр. і доп. – К.: Т-во «Знання», КОО, 2007. – 417 с.

РЕФЕРАТ

Цимбал Ю.О. Сутність та особливості логістичного обслуговування споживачів. / Юлія Олександрівна Цимбал // Вісник. – К.: НТУ – 2012. – Вип. 26.

В статті запропоновано підходи, щодо удосконалення процесів логістичного обслуговування споживачів.

Об'єкт дослідження – промислові підприємства.

Мета роботи – обґрунтування і розроблення теоретичних засад формування системи логістичного обслуговування споживачів промислового підприємства в ланцюгу постачання.

Методи дослідження – загальнонаукові методи, які дозволяють системно вирішити проблемні завдання з обраного напрямку дослідження.

Сьогодні підприємства, які конкурують виключно на підставі технічних характеристик товару, раніше чи пізніше опиняються у невигідній для себе ситуації порівняно з фірмами, які зміцнюють свою ринкову позицію, підвищуючи якість обслуговування товарів та покупців. У цьому процесі важлива роль належить ефективно організованому комплексному логістичному обслуговуванню, яке має впроваджуватися не лише на рівні окремого підприємства, але й бути процесом, який об'єднує усіх учасників ланцюга поставок.

Логістичне обслуговування доцільно розглядати як важливу складову обслуговування споживача, яка дає можливість забезпечити необхідний рівень задоволення потреб клієнтів за якнайнижчих сукупних витрат і гарантованого отримання клієнтом відповідного товару відповідної кількості й асортименту в певному місці, в певний час і за певною ціною.

Результати статті можуть бути використані вітчизняними промисловими підприємствами.

Прогнозні припущення щодо розвитку об'єкта дослідження – сьогодні чітко можна стверджувати, що ресурсне забезпечення є визначальним чинником у процесі обслуговування споживача підприємством, тому виникає потреба у подальшому дослідженні проблем, що стосуються процесу обслуговування споживача, окресленні перспектив подальшого розвитку, що буде предметом подальших досліджень.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: ЛОГІСТИЧНЕ ОБСЛУГОВУВАННЯ, ЕФЕКТИВНІСТЬ, УПРАВЛІННЯ, ПІДПРИЄМСТВО.

ABSTRACT

Tsymbal J.O. Essence and features of logistics customer service.. / Julia Olexandrovna Tsymbal // Visnyk. - K.: NTU - 2012. - Vol. 26.

The paper proposed approaches to improve the processes of logistics customer service.

Object of research - industry.

Purpose - to study and develop the theoretical principles of the formation of logistics customer service industrial enterprises in the supply chain.

Methods study - general methods for systematically solve problem tasks selected in the study..

Today, enterprises that compete solely on the basis of the technical characteristics of the goods, sooner or later find themselves in a disadvantageous situation for themselves compared with firms that strengthen its market position, improving the quality of products and service customers. In this process, an important role belongs efficiently organized comprehensive logistics service, which should be implemented not only at the level of individual companies, but also be a process that brings together all participants in the supply chain.

Logistics service should be considered as an important part of customer service, which enables to provide the required level of customer satisfaction for the total cost as low as possible and ensure you receive the customer of the product number and the appropriate range in a particular place at a particular time and at a specified price.

The results of the article can be used by domestic industry.

Forecast assumptions about the object of study - now clearly possible to argue that resource support is a determining factor in customer service now, so there is a need for further study of issues relating to customer service process, outlining future development, which will be the subject of further research

KEYWORDS: LOGISTIC SERVICE, EFFICIENCY, MANAEMENT, BUSINESS.

РЕФЕРАТ

Цымбал Ю.А. Сущность и особенности логистического обслуживания потребителей. / Юлия Александровна Цымбал // Вестник. - К.: НТУ - 2012. - Вип. 26.

В статье предложены подходы, по усовершенствованию процессов логистического обслуживания потребителей.

Объект исследования - промышленные предприятия.

Цель работы - обоснование и разработка теоретических основ формирования системы логистического обслуживания потребителей промышленного предприятия в цепочке поставок.

Методы исследования - общенаучные методы, позволяющие системно решить проблемные задачи по выбранному направлению исследования.

Сегодня предприятия, которые конкурируют исключительно на основании технических характеристик товара, раньше или позже оказываются в невыгодной для себя ситуации по сравнению с фирмами, которые укрепляют свою рыночную позицию, повышая качество обслуживания товаров и покупателей. В этом процессе важная роль принадлежит эффективно организованное комплексное логистическое обслуживание, которое должно внедряться не только на уровне отдельного предприятия, но и быть процессом, который объединяет всех участников цепи поставок. Логистическое обслуживание целесообразно рассматривать как важную составляющую обслуживания потребителя, которая дает возможность обеспечить необходимый уровень удовлетворения потребностей клиентов по ниже совокупных расходов и гарантированного получения клиентом соответствующего товара соответствующего количества и ассортимента в определенном месте, в определенное время и по определенной цене.

Результаты статьи могут быть использованы отечественными промышленными предприятиями.

Прогнозные предположения о развитии объекта исследования - сегодня четко можно утверждать, что ресурсное обеспечение является определяющим фактором в процессе обслуживания потребителя предприятием, поэтому возникает потребность в дальнейшем исследовании проблем, касающихся процесса обслуживания потребителя, определение перспектив дальнейшего развития, будет предметом дальнейших исследований.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: ЛОГИСТИЧЕСКОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ, УПРАВЛЕНИЕ, ПРЕДПРИЯТИЕ.