

Під надійністю постачання в ланцюзі буде розглядатися набір таких критеріїв, як ефективність виконання замовлень з точки зору дотримання термінів поставки, якості послуг, що надаються, асортименту продукції і сукупних витрат. Перешкоди в системі постачання розуміються як випадкові відхилення від нормальної поведінки. Цим відхиленням відповідають зміни параметрів процесів і / або результатів взаємодії елементів ланцюга. Порушення, як наслідок впливу небезпечних чинників, можуть взаємно компенсуватися («складатися»). Таким чином, вплив перешкод на взаємодії в ланцюзі завжди проявляється через надійність постачальників. У зв'язку з прискоренням темпів зміни транспортного ринку виникають нові, підвищені, вимоги до надійності поставок, яким відповідають показники надійності, гнучкості і часу реагування (реактивності) постачальника на зміни ринку. Для їх задоволення необхідно більш ефективно використання ресурсів, засноване на технологіях автоматичної ідентифікації. Для підвищення ефективності та якості послуг постачальника необхідно скорочення термінів поставки і підвищення реактивності, тобто скорочення часу реагування на заявки споживачів. Швидке здійснення етапів поставки вимагає нових організаційних і технологічних заходів. Вони спрямовані на підтримку високого рівня передпродажної підготовки, скорочення їх життєвого циклу, термінів закупівлі та поставки, зниження запасів ресурсів.

Отже, надійність сьогодні виступає не тільки в якості комплексного показника діяльності логістичних систем і ланцюгів поставок, але і є одним із основних сучасних логістичних пріоритетів, що закладені в загальну стратегію діяльності логістичних компаній.

1. *Управління ланцюгами поставок : навчальний посібник / Т. О. Колодізева. – Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2016. – 164 с.*
2. *Основы менеджмента безопасности цепей поставок: учеб. пособие / А.Г. Некрасов.- МАДИ. – М., 2011. – 130 с.*

**С.В. ЛЕОНОВА**

Національний університет "Львівська політехніка"

## **ЦИФРОВИЙ РЕКРУТИНГ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ІНСТРУМЕНТ ПОШУКУ ТАЛАНТІВ**

© Леонова С.В., 2018

Сфера управління персоналом безперервно змінюється і трансформується завдяки впровадженню інформаційних технологій та діджиталізації. Функція рекрутингу в умовах цифрової епохи потребує використання інноваційних інструментів для професійного підбору персоналу та якісного заповнення вакансій.

Цифрова революція стає беззаперечним трендом, оскільки зараз представляє собою не лише автоматизацію рекрутингових систем, а й новий спосіб мислення, нові підходи до всіх процесів взаємодії з працівниками. Згідно з прогнозами поширюватиметься нова, динамічна модель рекрутингу, що значною мірою ґрунтуватиметься на датології (data science) та технології штучного інтелекту (AI). Традиційна модель, у рамках якої люди, котрі активно шукають роботу, подають заяви на вакансії, що рекламуються компанією, уступатиме місце підходу «Find & Engage», яка полягає в аналізованні великих масивів даних пулу «шукачів» та формування списків найбільш відповідних кандидатів, екстраполяцію значущих закономірностей та розрахування ступеня відкритості індивідів до сприйняття нових можливостей щодо працевлаштування. У свою чергу, елемент «engage» («захоплювати») вказує на те, що формування стосунків знов стає стрижнем рекрутингу [1]. Важливо зрозуміти особисті пріоритети і прагнення кандидата, а також його

розуміння успішного завершення рекрутингового процесу. Рекрутинг набуває статусу цифрового досвіду, оскільки кандидати розраховують на комфортну та оперативну комунікацію. Досвідчені рекрутери тепер отримують доступ до нових технологій, що дозволяє налагоджувати зв'язки із кандидатами та зміцнювати бренд працедавця. Сфера пошуку талантів та рекрутингу зараз перебуває під величезним тиском. Актуалізується нестача талантів та навичок на місцях. Водночас працівники вимагають нових кар'єрних моделей та можливостей. На зміну робочій силі приходять як технології, так і інновації – зокрема когнітивні, штучний інтелект, соціальне співробітництво, краудсорсинг та економіка спільного споживання. Провідні компанії перетворюють відкриту економіку талантів у можливість, впроваджуючи технології та розробляючи нові моделі, які дозволяють інноваційне використання талантів у діяльності підприємства. Залучення кваліфікованих кадрів – це вже не просто сфера відповідальності відділу HR. Зараз це головний аспект успіху для бізнесу, який посідає третє місце за результатами опитування 2018 року, в якому понад 8 з 10 (83%) керівників відзначають, що залучення талантів «важливе» або «дуже важливе» [1]. Пошук талантів (англ. *talents search*) – відносно новий напрямок підбору персоналу, який вже добре себе зарекомендував. Полягає в тому, що ведеться цілеспрямований пошук перспективних і цікавих людей на конференціях, зустрічах професіоналів, через моніторинг інтернет-мереж. Рекрутери деякий час стежать за розвитком потенційних кандидатів, а, у підсумку, на основі аналізу отриманої інформації розробляється програма мотивації та розвитку, після чого йдуть переговори і пропозиція про співпрацю.

Навесні 2018 року в Україні ресурсом djinni.co серед українських рекрутерів було проведене дослідження найпопулярніших ресурсів для пошуку кандидатів у сфері ІТ. Згідно з результатами опитування щодо популярності ресурсів для пошуку кандидатів у сфері ІТ серед українських рекрутерів перше місце посідає мережа linkedin, друге – djinni.co і на третьому місці опинились інші ресурси, серед яких традиційні сайти з пошуку роботи. За статистикою, у 2017 році порівняно з 2016 частка закритих вакансій за допомогою linkedin.com зросла більше, ніж в 2,5 рази — з 12,5% до 32%. Крім того, у 2017 році Facebook почав фігурувати, як окремий ресурс для заповнення вакансій, чого не спостерігалось в 2016 році. Частка ж традиційних джоб-сайтів скоротилась більше, ніж двічі з 68% до 32% [2].

Загалом спостерігається тенденція зростання використання соціальних мереж з метою рекрутингу у ІТ сфері, що підкріплюється наступними аргументами: в Україні близько 10 млн користувачів Facebook (25% населення країни зареєстровані і є активними користувачами). Серед користувачів і керівники, і ІТ-спеціалісти, і маркетологи, і юристи, і інженери, і будівельники і т.д. В linkedin.com орієнтовно 2 млн українців, серед яких великий відсоток висококваліфікованих спеціалістів, як правило із знанням англійської мови, а також керівників середньої та вищої ланки. Незважаючи на яскраво виражений тренд серед ІТ-компаній, відсоток проникнення у цифрову сферу підприємств інших вітчизняних індустрій, які використовують цифрові ресурси з метою найму персоналу, є невеликим.

Доцільно навести декілька конкретних інструментів, які сприятимуть зміцненню кадрового потенціалу підприємства через активізацію рекрутингу у соцмережах:

- розміщення вакансій від імені активного рекрутера в linkedin.com у вигляді поста, що забезпечить рекомендації та відгуки цільових кандидатів (кількість зацікавлених може виявитись невеликою, але навіть одного якісного кандидата може бути достатньо для закриття вакансії);
- розсилка кандидатам коротких, легких і водночас інформативних текстів (що містяться у напрацьованій базі), яка дозволяє отримати відгуки у співвідношенні 1/50, що значно економить часові ресурси, порівняно з письмовим опрацюванням кожної заявки;
- використання таргетованої реклами в мережі Facebook (налаштувати цільову аудиторію та створити інфографіку до вакансії, яку Facebook покаже людям, що відповідають заданим параметрам — вік, стать, професія, місто.) Це дає можливість за відносно невеликий бюджет отримати відгуки потрібних кандидатів;
- проведення конкурсів та акцій у Facebook, метою яких є стимулювання учасників та розширення бази контактів зацікавленої аудиторії;

- запуск каналу з інформацією про вакансії в Telegram. Такого плану інструментарій потребує деяких інвестицій для реклами каналу з допомогою соцмереж та розсилок. Важливо інформацію про вакансії подавати дозовано, оскільки ймовірний ризик того, що при перевантаженні інформацією учасники будуть відписуватись.

Використовуючи вищенаведені інструменти варто дотримуватись декількох правил, які гарантують успіх у цифровому рекрутингу: представляти бренд компанії в соцмережах повинен представник компанії, а не сторінка компанії; профіль представника бренду повинен бути чітким, зрозумілим та інформативним; наявність рекрутингової стратегії та аналітика; постійне нарощення бази контактів через безперервну взаємодію з аудиторією; використання різноманітного контенту у поєднанні з широким функціоналом соціальних мереж; дотримання міри у використанні різноманітного контенту.

При наявності ефективної платформи, соціальні мережі можуть повністю замінити роботу з кадровими агентствами, що значно полегшить роботу сучасних рекрутерів та сприятиме залученню талановитих кадрів на підприємство.

1. *Рекрутинг: основні тренди 2018-го року*[Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.management.com.ua/tend/tend971.html>
2. *Як ефективно використовувати соцмережі для пошуку співробітників* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://delo.ua/lifestyle/jak-efektivno-vikoristovuvati-socmerezhi-dlja-poshuku-spivrobitn-344182/>

**С.Л. ЛИТВИНЕНКО, Л.Л. ЛИТВИНЕНКО**  
Національний авіаційний університет

## **ОПТИМІЗАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ АВІАКОМПАНІЙ ПРИ МУЛЬТИМОДАЛЬНІЙ ДОСТАВЦІ НЕГАБАРИТНИХ ВАНТАЖІВ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ ЗМІН**

© Литвиненко С.Л., Литвиненко Л.Л., 2018

Аналізуючи ринок негабаритних авіаційних перевезень слід зауважити, що він неодноразово еволюціонував та видозмінювався починаючи із 80-х років ХХ століття до сьогодення. Нові можливості розвитку цього ринку стали можливими із появою транспортної модифікації літака Ан-124-100, яка забезпечила безперешкодне перевезення вантажів на всій земній кулі. Реалізація проєктів великих концернів із доставки негабаритних вантажів за участю авіаційного транспорту активно включила авіаперевізників до числа учасників логістичного ланцюга доставки таких вантажів. Стає очевидним, що без забезпечення логістичного управління доставкою негабаритних вантажів в мультимодальному сполученні просто неможливо обійтись.

Комплексність проєкту доставки негабаритних вантажів зумовила появу різних техніко-технологічних рішень, які сприяли її реалізації. Ключовими факторами, які визначають успішність доставки негабаритних вантажів слід визнати швидкість та схоронність доставки. Перший чинник є головною перевагою авіаційного транспорту загалом, проте саме у логістичному ланцюгу доставки негабаритних вантажів використання авіації дозволяє реалізувати ключову перевагу високошвидкісної доставки. Схоронність доставки авіаційним транспортом забезпечується цілим рядом переваг починаючи від можливості високошвидкісної нерозбірної доставки вантажу та закінчуючи перевагами у забезпеченні охорони й загальною порівняно більшою надійністю авіаційного перевезення. У ряді випадків виникає потреба у забезпеченні екстраординарної доставки вантажів, тоді авіаперевізник має у екстреному порядку вирішувати питання планування доставки з огляду на можливості забезпечення власної виробничо-логістичної діяльності в умовах нових трансформаційних змін.