

- 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.

Загалом, доставки негабаритних вантажів нерідко вимагають в тій чи іншій мірі реалізації спеціальних можливостей авіаперевізника. Найчастіше авіакомпанії звертаються за допомогою до послуг спеціалізованих компаній, які займаються організацією логістичних схем доставки негабаритних вантажів із використанням авіаційного транспорту, що не є цілком виправданим з точки зору спрощення процесу доставки, проте не є оптимальним з огляду на максимізацію власної фінансової вигоди.

Встановлено, що авіаперевізник негабаритних вантажів може виступати, як учасник елемента мультимодального ланцюга доставки авіаційним транспортом, так і брати на себе роль організатора всього ланцюга за принципом «від дверей до дверей». Авіаперевізник негабаритних вантажів, який пропонує продукт щодо комплексної доставки стає базовим 3PL логістичним провайдером, тобто перетворюється на постачальника послуг комплексного характеру, що вимагає створення інструментарію оптимізації його виробничо-логістичної діяльності. Очевидним є те, що неможливо і нераціонально постійно виконувати авіаперевізнку функції логістичного 3 PL провайдера, оскільки значна частина номенклатури вантажів вимагає від них організації доставки виключно авіаційним видом транспорту на стандартних умовах, проте існує потреба у активному використанні можливостей 3PL провайдера при організації ряду унікальних доставок. Всі ці протиріччя зумовлюють необхідність розробки теоретико-методологічних інструментів, зокрема визначення концептуальних рівнів гібридизації бізнес-моделі вантажного авіаперевізника, а також вирішення багатокритеріальної задачі оптимізації виробничо-логістичної діяльності авіакомпанії, в умовах мінливого внутрішнього і зовнішнього середовища.

Отже, існує необхідність у створенні чітких умов орієнтування авіакомпанії на вантажну клієнтуру в залежності від переваг перевізника, тобто створення унікального продукту, з одного боку і ефективного управління власними ресурсами за рахунок гібридизації власної бізнес-моделі, з іншого. Слід пам'ятати і про недопущення розриву між пропозицією і очікуваннями вантажної клієнтури.

В.В. ЛИФАР

Запорізький національний технічний університет

ПЕРСПЕКТИВИ СТВОРЕННЯ МЕРЕЖІ ТРАНСПОРТНО-ЛОГІСТИЧНИХ ЦЕНТРІВ В ЗАПОРІЗЬКІЙ ОБЛАСТІ

© Лифар В.В., 2018

Сучасні тенденції розвитку економіки характеризуються постійним зростанням обсягів виробництва, розширенням господарських зв'язків, розвитком коопераційних та інтеграційних процесів на мікро- та макрорівнях. Це обумовлює суттєве збільшення обсягів товарно-матеріальних потоків і висуває нові, більш жорсткі вимоги до їхнього інфраструктурного забезпечення. Одним із шляхів вирішення цієї проблеми є створення транспортно-логістичних центрів (ТЛЦ) у великих промислових, портових і транзитних регіонах країни на потужних напрямках руху матеріальних потоків на базах існуючих транспортних інфраструктур регіонів.

Транспортно-логістичні центри – це спеціалізовані підприємства, основними функціями яких є обробка та зберігання вантажів, інформаційні послуги. Транспортно-логістичні центри надають вільні площі для експедиторських і транспортних компаній, мають стоянку для вантажних автомобілів. У добре розвинених ТЛЦ також проводиться технічне обслуговування транспортних засобів, надаються митні, брокерські та інші види послуг. Фактично логістичні центри створюються для того, щоб вирішити проблему доставки вантажів від постачальника до споживача в найкоротші терміни і з найменшими фінансовими витратами. Транспортно-логістичні центри сприяють