Література

1. *Ващенко Н. П.* Територіальна організація соціальної інфраструктури: конспект лекцій. — К.: КНТЕУ, 2000. — 125с.
2. *Десслер Г.* Управление персоналом. — М.: Бином. Лаборатория знаний, 2004. — 799с.
3. *Мазева Н.* Качество трудовой жизни –важная составляющая менеджмента персонала // Проблемы теории и практики управления. 2004. -№3. — с. 115-121.
4. Управление персоналом: учебник / Под ред. Кибанова А. Я..— М.: ИНФРА –М, 2003. — 636с.
5. *Юфеев О. В.* Планирование социально-бытовой инфраструктуры. — М.: Экономика, 1990. — 124с.

Скоробогатова Т. Н.,
к. э. н., доцент,
Таврический национальный университет
им. В. И. Вернадского,

РАЗВИТИЕ ЛОГИСТИЧЕСКИХ КОНТИНУУМОВ В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ

Современный потребитель, экономящий время и деньги, предпочитает приобретать комплексный продукт, включающий и продукцию, и услуги. Действительно, сейчас трудно себе представить покупку товара только в одной форме; в большинстве случаев, покупатель выбирает континуум.

В качестве континуума может рассматриваться и предприятие-продуцент, и полученный продукт. В первом случае, речь идет об организации процесса обслуживания потребителей, во втором — о самом товаре.

Образование континуумов в сфере услуг рассмотрено нами в работе [1]. В частности, оно касалось торговли и ресторанного хозяйства. Данные виды деятельности дают яркий пример сочетания продукции и услуги: в торговле происходит доведение продукции до потребителя, её упаковка, расфасовка и т. п. ; ресторанное хозяйство обеспечивает окончательную обработку сырья с целью приготовления заказанных потребителем блюд. Кроме того, к континуумам можно отнести индивидуальное производство, включающее пошив одежды, обуви, головных уборов, изготовление мебели и т. д.

В настоящих условиях континуумы создаются при обслуживании не только индивидуальных, но и производственных потре-

бителей. На такой факт, в частности, указывает Крикавский Е. В. (не называя термин «континуум»), предлагая понятие логистического продукта и определяя его как груз, являющийся предметом логистического обслуживания [2, с. 39]. Данный континуум, по нашему мнению, можно рассматривать как традиционно-логистический, где основное внимание сосредоточено на продукции. Традиционно-логистические континуумы могут иметь различный масштаб и структуру. При переходе от крупносерийного к мелкосерийному производству, увеличивается доля услуги и, соответственно, уменьшается удельный вес продукции. Если предприятие-производитель само организует доставку товара потребителю, то здесь велика роль материального производства. Посредник, добавляя ценность товару (за счёт операций: нарезки, сортировки и др.), концентрирует внимание на его индивидуализации. В сфере индивидуального обслуживания континуум выступает в качестве сервисно-логистического, где базу составляет услуга, а продукция играет дополнительную роль (учебники — в образовании, лекарства — в медицине и т. п.).

Конечно, разделение логистических континуумов на традиционные и сервисные весьма условно. В частности, это касается индивидуального изготовления предметов домашнего обихода. Для них трудно провести границу между продукцией и услугой. К данным континуумам тяготеют предприятия, осуществляющие обновление продукции (ремонт, крашение и др.). Материальная часть здесь определяется конкретными дополнениями товара, нематериальная — организацией обслуживания.

В заключении хотелось бы указать, что конкурентоспособность логистических континуумов определяется качеством и продукции, и услуги. Например, долгое ожидание в ресторане может ослабить впечатление от хорошо приготовленного блюда. В то же время некачественная продукция «перечеркнет» высокую культуру обращения с клиентом.

Литература

1. В развитие темы соотношения понятий «продукция» и «услуга» // Маркетинг: теорія і практика: Збірник наукових праць. — Луганськ: Східноукраїнський національний університет ім. В. Даля. — 2006. — № 12. — С. 245-253.

2. Крикавський Є. Логістика. Для економістів: Підручник. — Львів: Вид-во Національного університету «Львівська політехника», 2004. — 448 с.