

МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ



НАУКОВІ ПРАЦІ МАУП

Засновано у 2001 р.

Випуск 8

ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ І РОЗВИТКУ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ В УКРАЇНІ

Київ 2003

УДК 330.3+336+658
ББК 65.9(4УКР)29-2я43
М43

Редакційна колегія

Головатий М. Ф., д-р політ. наук, проф. — головний редактор
Гайченко В. А., д-р біол. наук, проф. — заступник головного редактора
Корінний М. М., канд. іст. наук, доц. — відповідальний редактор
Марусева О. А. — відповідальний секретар

Економічні науки

Захожай В. Б., д-р екон. наук, проф., Федоренко В. Г., д-р екон. наук, проф., Титова Н. А., д-р екон. наук, проф., Куценко В. І., д-р екон. наук, проф., Осокіна В. В., канд. екон. наук, проф., Онищенко В. П., д-р екон. наук, проф.

Психологічні науки

Максименко С. Д., д-р психол. наук, проф., акад. АПН, Балл Г. А., д-р психол. наук, проф., Ложкін Г. В., д-р психол. наук, проф., Коломінський Н. Л., д-р психол. наук, проф., Чуприков А. П., д-р мед. наук, проф., Бурлачук Л. Ф., д-р психол. наук, проф., чл.-кор. АПН

Соціологічні науки

Судаков В. І., д-р соціол. наук, проф., Ручка А. О., д-р філос. наук, проф., Шкляр Л. Є., д-р політ. наук, проф., Пилипенко В. Є., д-р соціол. наук, проф., Танченко В. В., д-р філос. наук, проф.

Політичні науки

Бабкіна О. В., д-р політ. наук, проф., Бебик В. М., д-р політ. наук, проф., Горбатенко В. П., д-р політ. наук, проф., Храмов В. О., д-р політ. наук, проф., Шуба О. В., д-р політ. наук, проф.

Юридичні науки

Мироненко Н. М., д-р юрид. наук, проф., Марчук В. М., д-р юрид. наук, проф., Скрипнюк О. В., д-р юрид. наук, проф., Калюжний Р. А., д-р юрид. наук, проф., Бабкін В. Д., д-р юрид. наук, проф.

Менеджмент

Федулова Л. І., д-р екон. наук, проф., Гавський Б. А., д-р філос. наук, проф., Дахно І. І., д-р екон. наук, проф., Дмитренко Г. А., д-р екон. наук, проф., Вороніна Л. І., д-р екон. наук, проф.

Рекомендовано Вченою радою Міжрегіональної Академії управління персоналом (протокол № 6 від 30.09.02)

Міжрегіональна Академія управління персоналом.

М43 Наукові праці МАУП / Редкол.: М. Ф. Головатий (голов. ред.) та ін. — К.: МАУП, 2001. — ISBN 966-608-120-2

Вип. 8: Проблеми формування і розвитку ринкової економіки в Україні. — 2003. — 356 с. — Бібліогр. в кінці ст.

ISBN 966-608-345-0

У збірнику подано статті учасників трьох наукових конференцій, що відбулися у 2001–2002 рр. Розглядаються проблеми формування і розвитку ринкової економіки в Україні. Докладно висвітлюються проблеми підприємництва і маркетингу, розвитку фінансового ринку України, удосконалення фінансового контролю.

Для науковців, викладачів, державних службовців, усіх, хто цікавиться питаннями ринкової економіки.

Збірник "Наукові праці МАУП" зареєстровано Державним комітетом інформаційної політики, телебачення та радіомовлення України (свідоцтво від 11.04.02 за № 6048, серія КВ) як наукове видання, у якому висвітлюються результати новітніх наукових досліджень в галузях економіки, менеджменту, політології, соціології, психології, права, матеріалів наукових конференцій.

ISBN 966-608-120-2

ISBN 966-608-345-0

ББК 65.9(4УКР)29-2я43

© Міжрегіональна Академія
управління персоналом (МАУП), 2003

Ю. В. Скопєць, Д. П. Шканов Маркетингові комунікації в системі автосервісу	77	А. Ю. Чорний Оцінка якості торговельної послуги	122
Л. М. Гурч Логістика — інструмент розвитку ринкової економіки в Україні	80	Г. І. Фролова Роль ситуаційного аналізу в системі маркетинг-менеджменту	124
А. О. Болотніков Значення товарознавства у розробці товарно-інноваційної політики	83	А. Ю. Бобир, Т. А. Болінчук Українська реклама у глобальній мережі Інтернет	126
А. А. Ткач Біржовий механізм інфраструктури ринку в перехідній економіці	86	А. М. Науменко Соціально-економічне значення впровадження логістичних систем управління на промисловому підприємстві	130
Л. І. Федулова Маркетинг-менеджмент у системі організації	88	В. Є. Момот Взаємодія інноваційної діяльності підприємств та макроекономічних коливань на тлі проявів ринкової турбулентності	132
М. О. Коблош Формування конкурентної стратегії суднобудівних підприємств: маркетинговий підхід	90	С. В. Крылов Особенности самоинвестирования предприятий морской отрасли	135
О. М. Шканова, А. М. Виноградська Проблеми створення сайту підприємства в мережі Інтернет	93	О. С. Крылова Проблемы эффективности функционирования предприятий морской отрасли	138
О. І. Хоменко Методи оцінки асортименту товарів та їх використання для підвищення конкурентоспроможності підприємства	96	К. В. Рогов Вільні економічні зони в Україні як чинник економічного розвитку	141
Н. Є. Килипенко Мета, принципи та стратегія маркетингової діяльності	99	О. О. Пінчук Особенности застосування законів брендингу у фармацевтичному бізнесі України	144
М. Г. Губанова Новые парадигмы формирования маркетинговой стратегии банковской организации	102	Ю. Н. Деречинський, С. В. Борданов, Ю. А. Козлова Тенденції розвитку нових підходів до ціноутворення на автотранспортних підприємствах	148
О. В. Висовень Інтернет — крок до маркетингу нового тисячоліття	104	А. М. Болтаг Невраховані можливості Public Relations	151
А. М. Науменко Управление предприятием в период трансформации экономики Украины: логистические концепции управления	108	С. Р. Хисамутдинов Теоретико-методологические основы конструирования модели маркетинга (на материалах Республики Татарстан, Россия)	154
В. Є. Скоцик Маркетингові системи каналів розподілу в аграрній сфері економіки	110	Ш. Д. Исмагилов Институциональные и региональные факторы развития малых и средних предприятий	158
В. М. Куценко Маркетинговий аналіз як передумова виходу фірми на зовнішній ринок	113	Розділ 2 СТАНОВЛЕННЯ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ФІНАНСОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ	161
І. М. Козак Логістичний підхід до управління збутовою діяльністю вітчизняних підприємств з метою підвищення їх конкурентоспроможності	116	Л. І. Воротіна Розвиток фінансового ринку підприємницьких структур в Україні	161
Ю. И. Тарасенко Маркетинг и строительный рынок Украины	119		

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНЕ ЗНАЧЕННЯ ВПРОВАДЖЕННЯ ЛОГІСТИЧНИХ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ НА ПРОМИСЛОВОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

Наукові праці МАУП, 2003, вип. 8, с. 130–131

Логістика спирається на комплексний підхід, припускає узгодження процесів, пов'язаних з матеріальними потоками, виробництвом і маркетингом. Важливість логістики полягає у використанні теорії компромісів у господарській практиці. Усе це разом дасть змогу відійти від відособленого управління різними функціями товарообігу і здійснити їх інтеграцію, що сприятиме одержанню такого загального результату діяльності, що перевищить суму окремих ефектів.

Із середини 80-х років XX ст. у західних країнах намітився новий підхід до розвитку логістики, який загалом можна охарактеризувати як логічне природне продовження зазначеного комплексного підходу. Специфіка цього підходу полягала у виході логістичної системи за межі економічного середовища й обліку соціальних, екологічних і політичних аспектів, а критерій — у максимальному співвідношенні витрат і результатів. Новий підхід було названо концепцією “загальної відповідальності”. Передбачається, що в XXI ст. суспільне значення проблем професійного навчання, захисту навколишнього середовища і прав споживачів підвищуватиметься. У цих умовах продовжиться розширення сфери компромісів і, що особливо важливо, вона охопить балансування цілей одержання прибутку і розв'язання соціальних завдань.

Логістика в більшості випадків бере участь у створенні вартості опосередковано. Однак вона має величезний потенціал для оптимізації витрат, а отже, сприяє підвищенню рентабельності в усіх галузях підприємницької діяльності, що, у свою чергу, сприяє підвищенню соціально-економічного розвитку держави. За допомогою логістичних

методів управління товаропотоками менеджмент підприємства має можливість знизити витрати і, отже, вишукати додаткові джерела для формування соціальних бюджетів. Очевидно, що логістичні системи повинні створюватись і управлятись з огляду на загальну мету — досягти максимально ефективної діяльності підприємства загалом. Тому увагу потрібно фокусувати на міжфункціональні компроміси підприємства, включаючи власне виробничі й інші нелогістичні його підрозділи. Критерієм такого підходу має бути мінімізація витрат підприємства, оскільки часто спроба максимально зменшити витрати за рахунок будь-якого елемента може призвести до збільшення обсягу загальних витрат. Критерій мінімуму загальних витрат товарообороту і виробництва потребує визначення компромісів щодо інтересів усіх структурних підрозділів підприємства з метою досягнення найефективнішого співвідношення витрат і отриманих результатів.

На вітчизняних підприємствах логістика будується винятково на функціональній основі. Це пояснюється кількома основними факторами. Першим фактором є недостатнє забезпечення комп'ютерною технікою і відповідним програмним забезпеченням, що аж ніяк не сприяє інтеграції окремих функцій логістики. Другий фактор — це мінливе середовище. Умови економічної нестабільності постійно штовхають компанії до нарощування прибутків, тому зусилля менеджменту (залежно від ринкової ситуації) зосереджені на короткострокових інвестиціях. Тому мало хто звертає увагу на економічний потенціал логістики. Третім є організаційний фактор. Менеджери, що викону-

ють окремі логістичні функції (транспортування, закупівля, складське господарство та ін.), чинять опір, коли інтеграційні процеси логістики погрожують їхній функціональній компетентності й руйнують інформаційні бар'єри між підрозділами. І остання перешкода на шляху прогресу логістики на підприємстві — віддача від інвестицій у логістику надто важко піддається кількісній оцінці. Ця причина є також наслідком того, що менеджери найчастіше не здатні точно визначити необхідний розмір витрат.

Логістика останнім часом вийшла за межі свого призначення. Зауважимо лише, що вона має велике значення для стратегічного управління і стратегічного планування. Необхідно також урахувати можливість логістики впливати на стратегію підприємства, на створення нових для нього конкурентних переваг на ринку, на поліпшення загальних економічних і соціальних умов суспільства загалом. Підприємства істотно впливають на управління соціальними процесами в суспільстві. Прискорення соціально-економічного розвитку країни, підвищення добробуту суспільства загалом реалізуються на рівні окремих підприємств, наприклад через

вищий рівень менеджменту підприємства, який, у свою чергу, повинен бути соціально орієнтований. Одна з цілей функціонування соціально відповідального підприємства полягає в забезпеченні реалізації потреб розвитку суспільства. На підприємства покладаються особливі моральні зобов'язання і соціальна відповідальність. Від підприємств очікують високих стандартів надійності продукції і виробничих процесів, гідного поводження з персоналом, постачальниками і конкурентами, спрямування зусиль на заощадження природних ресурсів, відкритої інформаційної політики тощо.



Література

1. Гаджинский А. М. Основы логистики: Учеб. пособие. — М.: ИВЦ "Маркетинг", 1996. — 124 с.
2. Гордон М. П., Карнаухов С. Б. Логистика товародвижения. — М.: Центр экономики и маркетинга, 1998. — 168 с.
3. Клейнер Г. Предприятие как фактор институциональной стабильности // ПТПУ. — 2001. — № 3.
4. Сергеев В. И. Логистика в бизнесе: Учебник. — М.: ИНФРА-М, 2001.