

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., *Бєбик 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., *Скритнюк О. В.*, д-р юрид. наук, проф., *Калужний Р. А.*, д-р юрид. наук, проф., *Бабкін В. Д.*, д-р юрид. наук, проф.

Менеджмент

Федулова Л. І., д-р екон. наук, проф., *Гавєський Б. А.*, д-р філос. наук, проф., *Дахно І. І.*, д-р екон. наук, проф., *Дмитренко Г. А.*, д-р екон. наук, проф., *Воротіна 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. Скопець, 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 Проблеми ефективності функціонування підприємств морської 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		
І. М. Козак Логістичний підхід до управління збутовою діяльністю вітчизняних підприємств з метою підвищення їх конкурентоспроможності	116	Розділ 2 СТАНОВЛЕННЯ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ФІНАНСОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ	161
Ю. И. Тарасенко Маркетинг и строительный рынок Украины	119	Л. І. Воротіна Розвиток фінансового ринку підприємницьких структур в Україні	161

Л. М. ГУРЧ, канд. екон. наук, доц.

(Інститут міжнародної економіки та фінансів ім. Л. М. Кравчука МАУП, м. Київ)

ЛОГІСТИКА — ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ В УКРАЇНІ

Наукові праці МАУП, 2003, вип. 8, с. 80–82

Логістика як наука і інструмент бізнесу з'явилась в Україні лише 5 років тому. Особливості її розвитку в нашій країні полягають у розмаїтті способів і методів формування концепцій, шкіл і напрямків. Цьому сприяє як становлення нової економіки країни, так і формування ринкових відносин учасників різних товарних ринків.

Нині про логістику відомо вже багато. Щорічно у світі видаються тисячі книжок про бізнес і серед них чимало про логістику. Важливо одне — чи зможуть ці видання відповісти на запитання, що постають перед керівниками: як логістика впливає на організаційну структуру підприємства, чому активно пропагується створення відділів логістики, хто він — справжній, а не теоретичний менеджер з логістики в сучасній компанії? Останніми роками стиль керування компаніями у високорозвинених країнах ґрунтується на потужних логістичних службах, що впливають на більшість процесів, що відбуваються на підприємстві та в його оточенні (керування ланцюгом постачань; дослідження, аналіз і проектування організаційних і функціональних структур фірми; склади; зовнішній, внутрішній і технологічний транспорт; виробничі процеси; фізична дистрибуція; утилізація; оптимізація рівня обслуговування клієнта; керування запасами).

Для того щоб директори, що керують зазначеними процесами, могли дієво реалізовувати ділову політику і стратегію своїх компаній, потрібно знати про систему навчання логістиці. Варто пам'ятати, що керівники логістичних підприємств належать до економічної еліти світу і впливають на стратегію й розвиток глобальних ринків. До того ж динаміка оплати праці в логістиці найвища, а висококваліфіковані фахівці швидко влаштовуються на роботу, і це відбувається не тільки в розвинених країнах світу, а вже й в Україні.

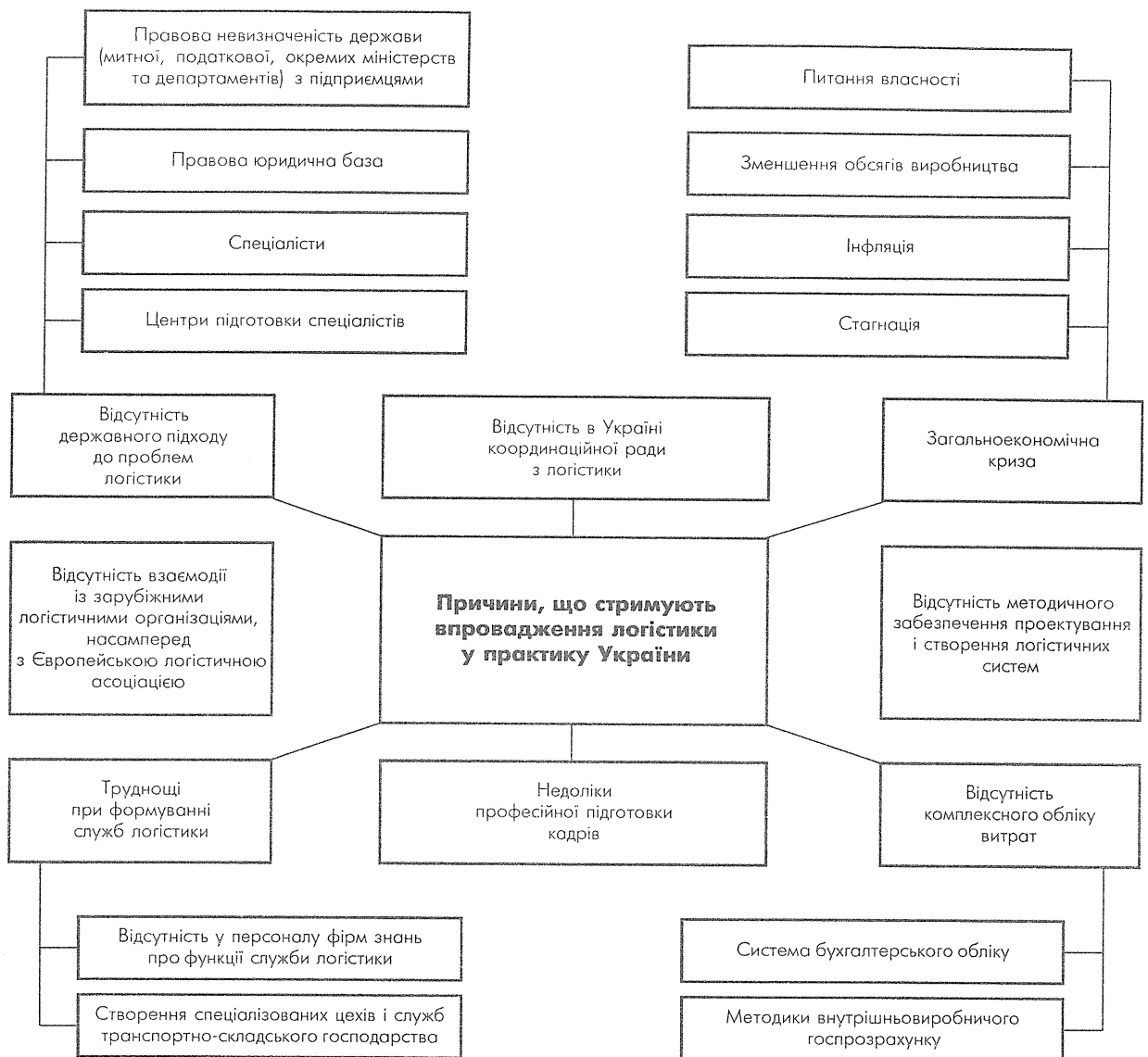
Нині важко уявити координацію дій у бізнесі без використання відповідного інструмента, яким і є логістика. Усвідомлення того, що таке логістика, залишає бажати більшого. Взагалі логістика асоціюється в розумінні керівників підприємств тільки з транспортом і складами. Водночас у нашій країні дедалі підвищується інтерес до логістики. Дії більшості відомих світових фірм орієнтовані на просування як своєї марки, так і логістики. Присутність таких компаній на ринку України відіграє позитивну роль і є прикладом для наслідування вітчизняними фірмами.

Розглянемо причини, що стримують впровадження логістики у практику діяльності підприємств в Україні (див. схему).

В Україні поступово складається ринок логістичних послуг. А це неминує сприяти появі фахівців, що надають ці послуги. З'явилася нова професія — логістик. Логістики — це ієрархія, що включає різних фахівців — від аналітиків до вищих топ-менеджерів. Кожний з них має певні функції, права й обов'язки.

Впровадження методів логістичного менеджменту у практику бізнесу дає можливість фірмам значно скоротити товарні запаси, прискорити оборотність обігового капіталу, знизити собівартість продукції та логістичні витрати в дистрибуції, забезпечити якнайповніше задоволення споживачів щодо якості товарів і супутнього сервісу.

Сучасний стан логістики в Україні характеризується низкою суперечливих моментів. Так, на тлі значного підвищення інтересу до логістики з боку як фірм, так і окремих урядових інститутів, об'єктивно існує і недостатнє сприйняття її у суспільстві загалом. Для більшості населення логістика все ще залишається чимось загадковим, як свого часу генетика і кібернетика. На жаль, багато вищих керівників компаній і чиновники різного ран-



Причини, що стримують впровадження логістики у практику України

гу дуже печітко уявляють собі потенційні можливості логістики щодо поліпшення бізнесу, підвищення конкурентоспроможності українських фірм, розв'язання макроекономічних і соціальних завдань. Катастрофічно не вистачає дипломованих логістичних менеджерів, а також популярних видань, де розкривається зміст логістики загалом і окремих її функціональних сфер. Явно недостатньою є роль засобів масової інформації в популяризації логістики, хоча добре відомо: щоб одержати якісно новий результат, ідея повинна опанувати масами.

Знання логістики необхідно всім. Не вдаючись до подальших міркувань щодо взаємодії логістики і ринків, доходимо висновку, що логістика стане невіддільним інструментом ринкових відносин, і

тому безліч прикладів. З одного боку, у компаніях і фірмах створюються посади логістиків, відповідні групи, відділи, підрозділи, з'являються і компанії, що спеціалізуються на логістичних послугах. З іншого боку, у вищих закладах освіти вводиться нова дисципліна — логістика, росте кількість аспірантів, докторських, кандидатських дисертацій, створюються курси та проводяться семінари, захищаються дисертації з логістичної тематики.

Розглянемо ще одну з проблем, а саме проблему підготовки в Україні логістичних менеджерів, спеціалістів з логістики.

Спеціальність “логістика” стала однією з найпопулярніших у рейтингу нових професій. Про-

блеми, які вирішує ця спеціальність, завжди супроводжують життєвий цикл будь-якого підприємства чи компанії. Отже, попит на логістиків існує чи найближчим часом існуватиме практично в кожному підприємстві України.

Вже кілька років у штатні розписи компаній вводяться посади менеджерів з логістики, а в окремих створюються навіть відділи. Цей процес почався разом з утвердженням у вітчизняній економіці ринкових відносин на початку 90-х років ХХ ст. Першопрохідцями були представництва зарубіжних компаній в Україні, спільні підприємства (СП). Вимоги закордонних партнерів та інвесторів бралися до виконання, копіювались і впроваджувалися. Вітчизняні фахівці, отримавши певний досвід, а також здобувши певні знання за кордоном, були залучені у вітчизняних компаніях і почали там впроваджувати логістичні методи. Оскільки не було жодних загальних рекомендацій, методів, принципів побудови логістичних служб, кожний вніс у цей процес елементи суб'єктивізму. Тепер, при загальному розумінні необхідності фахівців і служби логістики в компанії вимоги, що висувуються до них, у більшості випадків не відповідають їх функціональним обов'язкам.

Що повинен робити логістик і його відділ? Логістик — це насамперед системний інтегратор матеріального потоку. Він працює над його наскрізним проходженням від виробника до споживача, забезпечує об'єднання основних функцій логістики (вантажопереробка, розподіл, складування, транспортування, упакування, керування замовленнями і закупівлями тощо) в єдиний бізнес-процес і далі координує його й оптимізує щодо зниження витрат, собівартості й витрат загалом.

Вже тільки з переліченого можна зробити висновки про обсяг знань, який повинен мати фахівець з логістики.

Підсумовуючи, зазначимо, що логістика має активний інтегруючий потенціал, здатний пов'язати і поліпшити взаємодію базисних функціональних сфер організації бізнесу, таких як постачання, виробництво, маркетинг, дистрибуція, організація продажів. Рационально керуючи запасами продукції в закупівлях і дистрибуції, логістика сприяє зменшенню загальних витрат, зниженню ціни товарів і в результаті поліпшенню стратегічних позицій компанії на ринку. Логістичний менеджмент може забезпечувати ефективну координацію обсягів закупівель товарів із прогнозованим маркетингом обсягом продажу. Таким чином, логістичний менеджмент підтримує сис-

темну стійкість фірми на ринку, згладжуючи внутрішньофірмові суперечності між закупівлями, виробництвом, маркетингом, фінансами і продажами, а також оптимізує міжорганізаційні взаємини з логістичними посередниками.

Необхідно звернути увагу на участь держави у формуванні інфраструктури, яка визначає умови здійснення логістичної діяльності, її правового регулювання, підготовки і безперервного навчання персоналу. Відкриття спеціальності та підготовка професіоналів логістики, які відповідатимуть світовим стандартам кваліфікаційних характеристик, є невідкладною проблемою для України. З цього приводу серед керівників вищих закладів освіти та інших спеціалістів точиться дискусія щодо введення нової спеціальності "логістика" чи тільки викладання логістики як дисципліни. У світі попит на фахівців з логістики завжди високий. Особливо значення таких фахівців збільшується в умовах перехідної економіки. Варто пам'ятати, що на різних рівнях керування логістикою в компанії формується різний набір посад чи спеціальностей, що визначаються з огляду на конкретні завдання. Використання логістичного підходу в управлінні матеріальними та відповідно їм фінансовими, інформаційними й іншими потоками на підприємствах України допоможуть підприємствам не тільки вижити в умовах нестабільної економіки, а й підвищити свою конкурентоспроможність на ринку, якість обслуговування споживачів продукції та послуг, отримати значний економічний ефект, домогтися визнання не тільки на ринках країн ближнього зарубіжжя.



Література

1. Кальченко А. Г. Основи логістики. — К., 1999.
2. Крикавський Є. В. Логістика підприємства: Навч. посіб. — Л.: ДУ "Львівська політехніка", 1996.
3. Эддоус М., Стэнспорилд Р. Методы принятия решения. — М.: ЮНИТИ, 1998.
4. www.madi.ru/logistics — координационный совет по логистике. — Москва.
5. www.logisticstraining.com — учебно-консультационный центр по логистике IATA/FIATA.
6. www.llc.ru — логистическая информация.
7. www.sntc.fr, www.btl.se, www.msas.com — логистические услуги транспортных компаний: точные технологии доставки товаров.
8. www.leeshore.com/logic.fics — виртуальная логистическая директория (ПО по логистике).
9. www.clm.org — совет по логистическому менеджменту (Council of Logistics Management). — США.