

12. Немцов В. Д. Стратегічний менеджмент / В. Д. Немцов, Л. Є. Довгань. – К. : ТОВ «УВПК ЕксОб», 2001. – 560 с.

Надійшла 28.10.2012; рецензент: д. е. н. Благун І. С.

УДК 338.47

О. Г. КІРДІНА

Українська державна академія залізничного транспорту, м. Харків

АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ГЛОБАЛЬНИХ ЛОГІСТИЧНИХ СИСТЕМ

Розкрито сутність глобальних логістичних систем та сформовано основні аспекти їх розвитку в урахуванням передового досвіду.

The essence of global logistics systems and formed the main aspects of their development based on best practices.

Ключові слова: глобалізація світової економіки, логістична система,

Актуальність дослідження. Сьогодні сформувалися та продовжують розвиватися три міжнародних глобальних центри виробництва товарної продукції (за останні 40–50 років співвідношення між ними не зазнало радикальних змін). В першу чергу, це, безумовно, Сполучені Штати Америки, потім – Європейський Союз. На третьому місці – азіатський центр, який за останні роки дещо змінився. Якщо в 1970-і рр. в наукових дослідженнях традиційно говорилося про Японію та Південну Корею, то сьогодні головними товаровиробниками в Азії є Китай, Японія, Південна Корея, Індія і нові азіатські країни (Малайзія, Філіппіни, Індонезія, Сінгапур), у яких велике майбутнє.

Основною тенденцією розвитку світової економіки в даний час є глобалізація, яка стала на сучасному етапі однією з найбільш впливових сил, які визначають особливості виробництва і збуту товарів. Сучасна глобалізація сприймається світовою спільнотою як природний, закономірний і неминучий історичний процес, який вельми неоднозначний і суперечливий у своїх проявах.

Характерне для світової економіки упродовж кількох останніх десятиліть посилення інтернаціоналізації і глобалізації виробництва призводить, у свою чергу, до інтернаціоналізації і глобалізації транспортно-логістичних систем і товаропровідних мереж.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні та практичні основи формування та функціонування логістичних систем розкриваються в наукових працях Лукіних В.Ф., Майорової І.М., Назаренко В.М. Олійника Я.Б., Сергєєва В.І., Смирнова І.Г., Шум І.В. та ін. [1–3]. Проте залишаються недостатньо розкритими питання формування та розвитку глобальних логістичних систем.

Отже метою статті встановлено вивчення питань розвитку логістики в умовах глобалізації світової економіки та визначення основних підходів до формування глобальних логістичних систем.

Викладення основного матеріалу. Глобалізація – це процес швидкого формування світового економічного, фінансового, інформаційного простору на основі комп'ютерних технологій, поступового злиття національних економік у єдину загальносвітову систему. Процес супроводжується створенням нової інфраструктурної бази усієї світової діяльності: економічної фінансової, технологічної, інтелектуальної, транспортної, маркетингової, організаційно-правової тощо.

Глобалізація – об'єктивний процес, якому передуює і супроводжує його модернізація інформаційних, фінансових, економічних технологій, в першу чергу, у високо розвинених країнах : США, Франції, Німеччині, Англії, Японії, Ізраїлі, Китаї і деяких інших.

Термін “глобалізація” виник для характеристики транснаціонального функціонування світової економіки та інформаційних потоків. Глобалізація здійснювалася створенням комунікаційних та інформаційних систем, які забезпечували світову мережу логістики та стандартизацію якості. Відомо, що логістика – це система ефективного логічного обґрунтованого постачання і використання матеріальних, фінансових, інформаційних ресурсів.

Глобальні логістичні системи є потужним засобом економії дефіциту національних ресурсів: матеріальних, сировинних, енергетичних, фінансових, трудових. Їх відмінною особливістю є цільова спрямованість на найповніше задоволення сукупного попиту споживачів, причому вони є невід'ємними елементами розширеного відтворення. Саме глобальні логістичні системи дозволяють в сучасних умовах знайти найбільш продуктивні варіанти і форми організованих товарних ринків і матеріальних потоків.

Глобальна логістика підкоряється тим самим законам, що і внутрішньо національна, але світовий ринок висуває перед логістикою особливі завдання:

по-перше, функціональний цикл глобальної логістики триваліший через більш далекі відстані, які потрібно перетинати, більшу кількість посередників;

по-друге, самі логістичні операції на світовому ринку складніші внаслідок більшої розмаїтості одиниць збереження і запасів загалом, з якими доводиться мати справу, більшої документації, більшої кількості необхідних складських потужностей і менш розвинутої системи логістичних послуг (зокрема, транспортних і складських);

по-третє, на глобальному рівні підвищуються вимоги до інформаційних систем, оскільки зростає потреба у протязності каналів зв'язку, використанні різних мов і підтримці гнучкості логістичних процесів.; по-четверте, на світовому ринку не обійтися без глобальних виробничих, логістичних і маркетингових союзів, створення і розвиток яких теж становить непросте завдання [1].

Існує безліч причин, які спонукають компанії до виходу на світовий ринок. Прагнення до росту і виживанню в конкурентній боротьбі служить компаніям стимулом для розвитку міжнародних операцій. У той же час, супутній розвиток технологій і виробничих потужностей полегшує їм глобалізацію господарської діяльності. В даний час на макрорівні існує ряд головних факторів, що стимулюють глобалізацію. Серед них:

- економічне зростання більшості країн світу і лібералізація їх економік;
- ефективне функціонування логістичних систем і поліпшення світової логістичної інфраструктури;
- поява зон вільної торгівлі;
- технічний і технологічний прогрес.

Всі названі макроекономічні чинники грають істотну роль у розвитку світової економіки.

Важливим явищем у сучасній світовій економіці стало формування в її межах міжнародних глобальних логістичних систем. До них відносять міждержавні системи, що формуються на рівні декількох країн і навіть континентів. В більшості випадків в основі створення підприємствами глобальних логістичних систем знаходяться ті ж принципи, що і при формуванні їх на національному рівні:

- гармонізація технічних і технологічних систем у сфері перевезень;
- створення вільного ринку логістичних послуг;
- розроблення юридичних норм, правил і процедур;
- розміщення складських і термінальних потужностей;
- оптимізація дистриб'юторських мереж тощо [2].

До глобальних логістичних систем часто відносять системи, сформовані транснаціональними корпораціями або фінансово-промисловими групами. Вони спираються на світову інфраструктуру, міжнародну за своїм характером та об'єкти інфраструктури, що перетинають території двох і більше країн [3, с. 78].

Глобалізація світової економіки призвела до формування міжнародних стандартів функціонування логістичних систем. Ви рішення організаційних проблем встановлення належного стандарту обслуговування клієнтури забезпечується шляхом орієнтації логістичного сервісу на виконання основних показників базового рівня: доступності, функціональності і надійності. Розробляючи та експлуатуючі логістичні системи на міжнародному рівні, необхідно встановити рівень очікувань клієнтури від логістичного сервісу, визначити його витратність і критерії оцінки ефективності. Визначаються також потенційні матеріальні потоки, коло клієнтури, специфіку каналів розподілу. Для забезпечення світової якості логістичного обслуговування необхідно, щоб логістичні системи володіли максимально гнучкістю (мається на увазі можливість забезпечити спеціальні вимоги клієнтури), забезпечувався надійний інформаційний простір. Витрати логістичних систем повинні відповідати очікуванням клієнтури відносній ціні послуг логістичного сервісу [3].

Існують три основні підходи до формування логістичних систем як на національному, так і на міжнародному рівнях:

1) перший підхід полягає в тому, що при організації та здійсненні логістичних операцій основний упор робиться на вдосконалення процесу управління матеріальними потоками в логістичних системах; цей похід можна назвати «операційним», тобто спрямованим на вдосконалення різних операцій в логістичних системах;

2) другий підхід полягає в тому, що логістика повинна бути гнучкою і здатною до швидкого реагування на можливі зміни в запитах споживачів; цей підхід можна назвати «гнучким», і суть його в гнучкому і швидкому задоволенні клієнтури;

3) третій підхід концентрує увагу на інтеграції і координації роботи всіх учасників логістичних ланцюгів в рамках діючих на національному чи міжнародному рівні логістичних систем. Цей похід можна назвати інтегрованим.

Однак в сучасних умовах і при тих вимогах, які висуваються перед логістикою, з точки зору гарантії якості логістичного обслуговування споживачів і забезпечення чіткого та ефективного функціонування логістичних систем, логістика повинна бути і «операційною», і «гнучкою», і «інтегрованою».

Ринок логістичних послуг в даний час знаходиться на стадії фундаментальних змін, що надають серйозний вплив на роль і масштаби діяльності його учасників та структуру їхніх взаємин.

Основними типами гравців на ринку логістики є:

1. Транспортна компанія – фірма, що займається перевезеннями вантажів, частіше регіональна або працююча на певних внутрішніх чи міжнародних напрямках. Як правило, це спеціалізовані за видами транспорту компанії, що володіють великими транспортними активами (великою кількістю транспорту певного виду) і здають їх в оренду іншим гравцям ринку логістичних послуг або безпосередньо споживачам.

2. Транспортно-експедиторська компанія – фірма, що спеціалізується на організації перевезень і

наданні широкого спектру логістичних послуг. Як правило, не має чіткої галузевої спеціалізації. Пріоритетною для таких компаній є географічна експансія.

3. Логістичний аутсорсер – компанія, орієнтована на надання послуг з аутсорсингу логістики. Принципова відмінність від інших гравців полягає в наявності галузевих пропозицій, комплексності, складності реалізації послуг, регулярності їх надання та укладення довгострокових контрактів.

Сьогодні в міжнародній практиці до транспортно-логістичної інфраструктури відносять:

- термінали і транспортні вузли (вокзали, порти, аеропорти);
- об'єднуючі вузли інфраструктура (дороги, залізничні шляхи, морські шляхи, повітряні траси);
- центри отримання і обробки інформації про циркуляцію руху;
- відносини з клієнтами (агенції, системи резервування квитків, оформлення накладних, встановлення тарифів тощо);
- допоміжні логістичні партнери (страховки, охоронні організації тощо).

За останні роки серед логістичних компаній, що діють на світових ринках, переважає комбінована стратегія зростання, коли компанія розвивається як за рахунок внутрішніх джерел (розширюючи свої ринки, пропозиція послуг, клієнтську базу), так і за рахунок придбання інших подібних підприємств.

Одним з основних проявів сучасного етапу глобалізації світової економіки є інтеграційні процеси логістичної інфраструктури. Новим етапом у розвитку транспортно-логістичних систем на засадах добровільного об'єднання фірм, що є їх ланками і зберігають свою незалежність в даному співтоваристві, виступають транспортно-логістичні кластери. Вони сприяють більш ефективному використанню регіонального транспортно-логістичного потенціалу. Позиціонування функціонального циклу виконання замовлення в організаційних рамках глобального кластерного співробітництва орієнтоване на підвищення конкурентоспроможності об'єднання. Логістична кластерна інфраструктура – заснована на принципі добровільності сукупність матеріально-речових елементів системи управління матеріальними, інформаційними, фінансовими потоками ресурсів в русі, що задовольняють потреби починаючи від забезпечення сировиною, паливом, матеріалами підприємства і закінчуючи поставкою готової продукції кінцевому споживачу.

Функціонування глобальних логістичних систем обумовлюється розвитком міжнародних транспортних коридорів, під якими розуміється частина національної або міжнародної транспортної системи, яка забезпечує значні міжнародні вантажні і пасажирські перевезення між окремими географічними районами, включає пересувний склад і стаціонарні пристрої всіх видів транспорту, що працюють на даному напрямі, а також сукупність технологічних, організаційних і правових умов здійснення перевезень. Організація міжнародних транспортно-логістичних комплексів ставить собі за мету уніфікацію національних законодавств, гармонізацію транспортної інфраструктури, що має єдині технічні параметри і забезпечує застосування єдиної технології перевезень як основи створення глобальної логістичної системи і інтеграції національних транспортних систем в світову транспортну систему.

Важливим для розвитку економіки України є досвід країн ЄС щодо формування глобальних торговельних, транспортних та телекомунікаційних логістичних систем, що розробляються в рамках програм і проектів, наприклад, «Collomodul», «Hermes», «Docimel», «TEDIM». Метою більшості цих проектів є підвищення ефективності та якості сервісу при управлінні рухом товарів, покращення екології, зниження логістичних витрат (зокрема, на транспортування і управління запасами) за рахунок зняття митних, тарифних, податкових та інших бар'єрів, раціоналізації вантажопотоків, створення мережі розподільчих логістичних центрів, формування торговельної, транспортної та телекомунікаційної інфраструктури.

Для України формування і розвиток глобальних торговельних, транспортних та інформаційних логістичних систем має основоположне значення, оскільки дозволяє прискорити інтеграцію в європейський економічний та інформаційний простір. Основними рушійними силами глобалізації в логістиці є:

- економічне зростання;
- перспективи розвитку глобальних ринків;
- регіоналізація;
- глобальна конкуренція;
- експансія технологій;
- дерегулювання транспорту та розвиток логістичної інфраструктури.

Найкращих результатів у глобальній логістиці домагаються за рахунок п'яти основних комплексних факторів:

- позиціонування,
- інтеграції,
- гнучкості,
- вимірності,
- регіоналізації.

Концепція позиціонування визначає відмітні особливості України у порівнянні з конкурентами, відносини з постачальниками і замовниками, організацію інформаційних потоків і операцій фізичного розподілу.

Інтеграція є основним чинником глобальних логістичних систем. Вона досягається шляхом використання сучасних інформаційних технологій для спільного використання необхідної інформації усіма партнерами глобальних логістичних ланцюгів і каналів.

Гнучкість – фактор швидкого реагування на специфічні запити споживачів, дозволяє адекватно вносити зміни як у виробництво, так і в дистрибуцію.

Вимірність характеризує найкращі глобальні компанії з позицій можливості моніторингу логістичного менеджменту та ідентифікації можливостей фірми в плані подальшого поліпшення її діяльності на євrorинку.

Важливу роль у глобальній логістиці відіграє фактор регіоналізації. Регіональні особливості глобальної логістики найбільш яскраво проявляються для країн, які розташовані в безпосередній близькості один від одного. Найбільш ефективним прикладом врахування чинника регіоналізації є створення інтегрованого Європейського Спільного ринку, що включає в себе більше 320 млн. споживачів. Загальний європейський акт, прийнятий у 1987 році, мав своєю ціллю зняття торговельних бар'єрів між країнами-членами Європейського Співтовариства і запровадження вільного руху товарів, послуг, капіталу, а також людей. Для досягнення цієї мети в документі були виділені три основних бар'єри, що підлягають усуненню:

- фізичний бар'єр: митний контроль та формальності при перетині границі;
- технічний бар'єр: відмінності в застосовуваних стандартах безпеки і здоров'я;
- фіскальний бар'єр: відмінності в ставках ПДВ та акцизи.

З усієї безлічі змін, передбачених концепцією Єдиного Європейського ринку, три надають найбільший вплив на глобальну логістику.

У глобальних системах існує тенденція до збільшення складності обслуговування матеріального потоку, збільшення часу виконання замовлення і рівня запасів. У цьому випадку, виділяючи глобальну логістичну систему як систему зменшуючи час виконання замовлення і забезпечуючи роботу сфокусованих підприємств, що виробляють обмежені партії для географічно відособлених районів.

Рушійна сила європейських технологій проявляється у глобалізації логістичних систем шляхом взаємного швидкого проникнення сучасних технологічних рішень, ноу-хау, проектів, наукових досліджень в економіку більшості розвинених країн. Практично жодна країна не може отримати довготривалої вигоди за рахунок використання нових технологій, так як вони швидко стають надбанням інших країн (компаній), минаючи національні кордони в сильно інтегрованому світовому економічному та інформаційному просторі.

Суттєве значення для просування глобальної логістики мають процедури дерегулювання, що проводяться країнами ЄС у частині зняття торговельних, митних, трансакційних і фінансових бар'єрів на шляху розвитку міжнародних торговельних, економічних, соціально-політичних і економічних взаємин.

Підвищення ефективності та якості роботи глобальних логістичних систем визначається впровадженням у логістику досягнень науково-технічного прогресу. Він не обмежується тільки вдосконаленням технічних засобів, а поширюється на вдосконалення процесів організації логістичних операцій, розробку нових технологій в галузі логістики, вдосконалення наукових підходів до вирішення проблем логістики.

Висновки. Стратегічне значення глобальних логістичних систем для розвитку економік країн світу визначає перспективи розвитку логістики в Україні. Серед них: 1) інтеграція організацій України у світову логістичну мережу; 2) впровадження новітніх технологій і обладнання; 3) розвиток інтегрованої логістики. Найбільшою проблемою для України є інтеграція у глобальну логістичну мережу, оскільки спостерігається відставання у розвитку логістичних технологій порівняно із провідними країнами. Для того, щоб пришвидшити інтеграцію України у глобальну логістичну мережу, необхідно приблизити рівень розвитку логістичної системи України до світового рівня шляхом впровадження новітніх технологій та обладнання.

Література

1. Лукиных В.Ф. Методология управления многоуровневой региональной логистической системой : [монография] / Лукиных В.Ф. – Красноярск : ЛИТЕРА-принт, 2010. – 292 с.
2. Waters D. Logistics. An Introduction to Supply Chain Management. Palgrave Macmillan / D. Waters New York: Quorum Books, 2003.– 333 p.
3. Майорова І.М. Проблеми інтеграції України в світову логістичну інфраструктуру [Електронний ресурс] / Майорова І.М. Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Evfkpi/2011/3ME%5C22.pdf.
4. Олійник Я.Б. Єврологістика та Україна: Площини взаємодії в ХХІ ст. / Я.Б. Олійник, І.Г. Смирнов, І.В. Шум // Зовнішня торгівля: Право та економіка. – 2007. – № 6 (35). – С. 6–12.
5. Смирнов І.Г. Інтеграція у європейську транспортно-логістичну систему – стратегічний вибір України (Геопросторовий аспект) / І.Г. Смирнов, І.В. Шум // Український географічний журнал. – 2005. – № 3. – С. 32–37.
6. Назаренко В.М. Транспортное обеспечение внешнеэкономической деятельности / В.М. Назаренко, К.С. Назаренко. –М. : Центр экономики и маркетинга, 2000. – 150 с.

7. Сергеев В.И. Глобальные логистические системы : [учеб. пособие] / Сергеев В.И. ; под общ. ред. В.И.Сергеева. – СПб. : Изд. дом «Бизнес – пресса», 2001. – 240 с.

Надійшла 04.10.2012; рецензент: д. е. н. Дикань В. Л.

УДК 658.512.3

Н. В. ГЕРАСИМЯК, М. В. КУЗЬМІНЧУК
Луцький національний технічний університет

СИТУАЦІЙНИЙ АНАЛІЗ ЯК ОСНОВА РОЗРОБКИ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ МОЛОКОПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ

У статті розглянуто поняття "ситуаційний аналіз". Обґрунтовано важливість та актуальність його проведення в процесі розробки стратегічних маркетингових рішень підприємством молокопереробної промисловості.

The article deals with the concept of situational analysis. Proved the importance and urgency of its implementation in the development of strategic marketing decisions now dairy industry.

Ключові слова: ситуаційний аналіз, маркетингова стратегія, маркетингове управлінське рішення, диференціація.

Постановка проблеми. Маркетинг як концепція ринкової орієнтації управління підприємством передбачає швидке реагування підприємства на ситуацію, що змінюється. При цьому, як зазначав давньогрецький філософ Епікет, «слід завжди пам'ятати, що ми не можемо управляти подіями, а повинні пристосовуватися до них». Такий підхід необхідно використовувати при розробці маркетингових стратегій і планів, що є одним з основних етапів маркетингової діяльності підприємства. Маркетинговий (ситуаційний) аналіз, охоплюючи в комплексі всю виробничо-господарську діяльність підприємства, в кінцевому підсумку передбачає формування нових ідей і цілей, вироблення та оцінку способів їх досягнення, відповідних стратегічних напрямів розвитку та прийняття рішень керівництвом. Враховуючи специфіку ринку молочних продуктів, важливою складовою розробки маркетингових стратегій підприємств молокопереробної промисловості повинен бути ситуаційний аналіз.

Аналіз останніх досліджень і публікацій та виділення невирішених частин загальної проблеми. Проблематику ситуаційного аналізу вивчали такі науковці, як Л.Е. Басовський, І.К. Белявський, В.В. Войленко, Е.П. Голубков, А.І. Ковальов та інші. Питанням стратегічного маркетингового планування діяльності підприємств та формування відповідної маркетингової стратегії у зарубіжних доробках приділяється значна увага, про що свідчать праці І. Ансоффа, Г. Асселя, С. О'Доннела, Ф. Котлера, Ж.-Ж. Ламбена, М. Мак-Дональда, Х. Мінцберга, М. Портера тощо. Проте теоретичні і практичні аспекти аналізу маркетингового середовища, конкурентних переваг, розробки маркетингової стратегії підприємств молокопереробної промисловості потребують подальшого поглиблення. Не до кінця вивченими залишаються питання ситуаційного аналізу як основи прийняття маркетингових стратегічних рішень підприємствами, зокрема суб'єктами підприємництва молокопереробної промисловості.

Мета статті. Метою статті є обґрунтування маркетингової стратегії діяльності підприємства молокопереробної промисловості на основі результатів ситуаційного аналізу.

Виклад основного матеріалу досліджень. Одним з діючих методів аналізу маркетингової діяльності підприємства є ситуаційний аналіз, що являє собою аналіз минулого, теперішнього і майбутнього становища продукту, стратегічного господарського підрозділу чи організації з урахуванням зміни факторів зовнішнього середовища. Вдало проведений ситуаційний аналіз допомагає керівництву позбутися ілюзій та реалістично глянути на ситуацію на ринку, спланувати свою діяльність, розробити маркетингову стратегію підприємства.

Маркетинговий ситуаційний аналіз як елемент прийняття маркетингових управлінських рішень може охоплювати таку проблему діяльності підприємства, як оцінка:

- внутрішніх і зовнішніх факторів діяльності підприємства як суб'єкта конкретно взятого ринку;
- напрямів діяльності підприємства з погляду можливостей (динаміки, перспектив) того чи іншого ринку, конкурентного становища підприємства на ньому, фінансових результатів діяльності підприємства;
- зовнішнього середовища діяльності підприємства для визначення напрямків та суб'єктів впливу на ринкове становище підприємства – поточне і перспективне [7].

У міжнародній практиці прийнято проводити ситуаційний аналіз один – два рази на рік не тільки з метою управління маркетинговою діяльністю, але і з метою контролю за нею. [3].

Ситуаційний аналіз діяльності ПАТ «Рожищенський сирзавод» як одного з учасників ринку молочної продукції проведено у такій послідовності: аналіз маркетингового середовища підприємства, аналіз сильних та слабких сторін підприємства.

Молочна промисловість України – одна з провідних галузей агропромислового комплексу України. Питома вага галузі в загальних обсягах харчової та переробної промисловості складає понад 18%, у той час як м'яса – 13%, тютюнова – 10% і кондитерська – 6% [9]. Ринку молока та молочної продукції України характеризується наразі значною нестабільністю. Основні негативні тенденції зосереджуються у