

**Комлєв Ігор,**  
здобувач вищої освіти ОС «Бакалавр»  
Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича  
Науковий керівник: **Белей Світлана**  
канд. екон. наук, доцент кафедри обліку і оподаткування  
Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича,  
м. Чернівці

## **УКРАЇНСЬКІ ЛОГІСТИКА ТА МАРКЕТИНГ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ**

Глобалізаційні процеси мають великий вплив як на ділові так і комерційні формації. Ця тенденція також включає в себе поширення глобальної бізнес культури. Природно, це породжує нові інструменти у логістичній сфері, оскільки перехід вітчизняних підприємств до глобального ринку пов'язаний із потраплянням у зону економічної невизначеності й бізнес-ризиків.

Характерно, що питання маркетингу та логістики перебувають у колі уваги вітчизняних учених, зокрема Сохацька О. зазначає, що: «... маркетинг та логістика дають змогу шкодо реагувати на зміни в маркетинговому середовищі, зрозуміти загальний характер та причини цих змін, робити їх прогнози максимально можливими, а також моделювати різні ринкові ситуації при виборі перспективних бізнес-цілей та основних шляхів їх досягнення»[1]. У цьому також переконує і Резнікова Н. [2,3,4].

Логістика відіграє важливу роль у стратегічному розвитку компанії. Оскільки її реалізація забезпечує: стратегічний маркетинговий план для компанії, маркетингові стратегії на певний проміжок часу, логістичні рішення приймаються у сфері постачання, виробництва, реалізації, співпраці з клієнтами та компаніями, які допомагають у бізнесі. Без цих інструментів компанія не зможе існувати та підтримувати стабільність на конкурентному ринку, оскільки не матиме інформації та керованої маркетингової та логістичної політики.

У цих умовах продаж товарів кінцевому споживачеві в логістичних та маркетингових системах є єдиним способом повернути гроші, вкладені у виробництво товарів, максимізувати прибуток. Таким чином, мета збутової політики полягає: по-перше, у точному визначенні попиту на товар і плануванні можливих його продажів; по-друге, у виборі ефективних каналів просування та швидкому продажі товару споживачам; по-третє, у створенні максимальних можливостей для швидкої «зустрічі» товару з кінцевим споживачем.

На сучасному етапі розвитку електронної комерції в Україні багато факторів впливають на управління діловою політикою підприємств при формуванні маркетингу та логістики. До них належать: значний рівень конкуренції між виробниками; наявність невеликої кількості спеціалізованих оптових посередників в Інтернеті; недосконалість законодавства, що регулює діяльність учасників ринку електронної комерції; практично не існує системи для впровадження науково обґрунтованих маркетингових підходів до оптимізації електронних продажів за допомогою економіко-математичних методів у практичну діяльність підприємства. Слід зазначити, що Інтернет поступово стає одним із основних засобів комунікацій та спілкування на сучасному етапі розвитку електронної комерції. Використання каналів продажів через Інтернет дозволяє консультивати клієнтів, розміщувати рекламу та іншу інформацію на веб-сайтах тощо. Одним з найефективніших інструментів в сучасній логістичній системі підприємства є маркетинг пошукових систем.

Згідно з поширеними у науковій літературі та Internet-ресурсах визначеннями, сутність пошукового маркетингу (search engines marketing) трактується як комплекс заходів по залученню користувачів Internet-простору до веб-сайту певної компанії, тобто це просування веб-сайту, який використовує пошукові системи як рекламні засоби. Структурна схема пошукового маркетингу подана на рис. 1.

Глобалізація економіки та супутні процеси на світовому ринку вимагають нових підходів до здійснення логістичної діяльності. До пріоритетних завдань

логістики слід віднести оптимізацію процесу документального оформлення логістичних операцій (контрактна логістика), оскільки цей процес має регулюючий вплив на потік інформації, а угоди контракту є інформаційною базою для логістичних операцій, тобто визначають стан матеріального потоку та обсяги фінансового потоку.

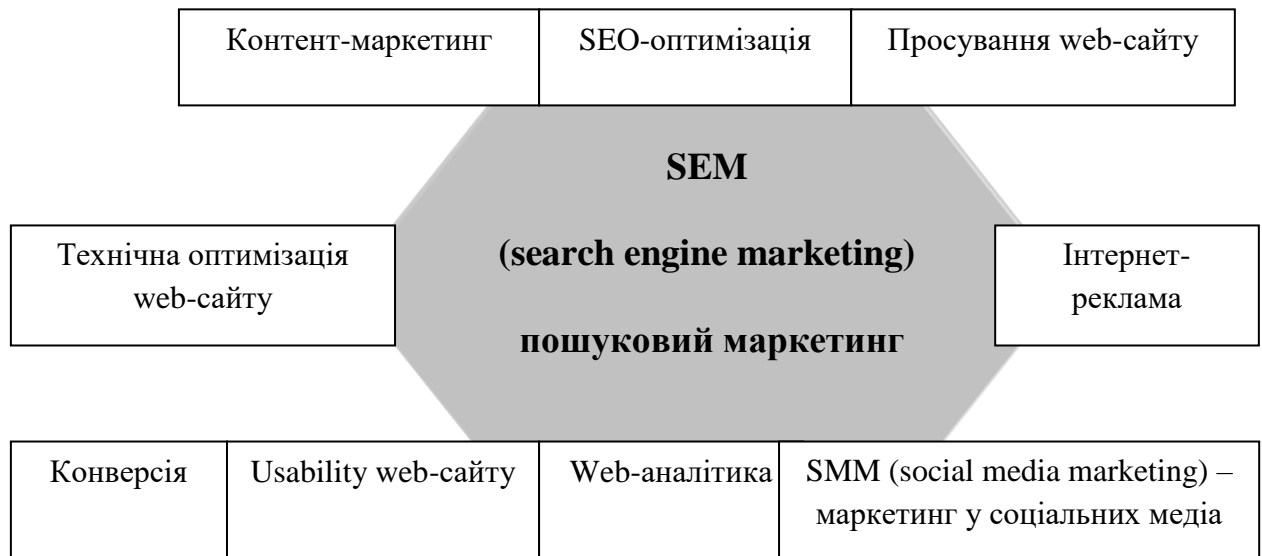


Рис. 1. Структурна схема пошукового маркетингу

*Джерело: складено автором*

Слід зазначити, що глобалізація суттєво вплинула на розвиток та широке використання логістичного підходу при формуванні міжнародних торгових відносин на світовому ринку. Саме глобалізація сприяє оптимізації розподілу ресурсів, розширенню асортименту товарів та підвищенню їх якості, стимулюючи розвиток всієї міжнародної транспортно-логістичної інфраструктури, яка обслуговує міжнародну логістичну інфраструктуру.

Слушною є думка Белей С., що: «...основою експортоорієнтованої політики України в глобальній економіці повинні стати нові погляди на економіку, що базується на соціальних і екологічних пріоритетах, активній державно-громадській політиці і законодавчому встановленні соціальних критеріїв цієї політики» [ 5, с. 133].

Таким чином, можна стверджувати, що основною причиною різних проблем у галузі експорту та імпорту є відсутність необхідних навичок

управління зовнішньоекономічною діяльністю. Тому в умовах глобалізації всебічне висвітлення проблеми розвитку зовнішньої торгівлі є пріоритетним завданням при розробці зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних підприємств. Відповідно логістична діяльність сучасного підприємства в умовах глобалізації залежить від багатьох факторів і дозволяє компанії підвищити свою конкурентоспроможність на ринку та стати лідером у окремих сегментах.

### Список використаних джерел

1. Сохацька О.М. Логістична діяльність підприємства в умовах глобалізації/ Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Серія Економічні науки. 2020. № 2 (145). С. 76-84. URL: <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/16243> (дата звернення 01.03.2020 р.)

2. Резнікова Н.В. Інституційні важелі міжнародної конкурентоспроможності національної інноваційної системи: проблема вибору інструментів стимулювання інноваційних підприємств. / Ефективна економіка. 2018. № 11. URL: [http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11\\_2018/16.pdf](http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11_2018/16.pdf). (дата звернення 01.03.2020 р.)

3. Резнікова Н.В. Проблема реінституціоналізації світової економіки в умовах незалежності: нові виклики глобальному регулюванню / Інвестиції: практика та досвід. 2017. № 10. С. 5–10.

4. Резнікова Н.В. Інноваційна модель розвитку національної економіки: оцінка стартових можливостей та засобів реалізації. URL: [www.academia.org.ua](http://www.academia.org.ua). (дата звернення 01.03.2020 р.)

5. Белей С.І. Удосконалення механізмів забезпечення експортоорієнтованого розвитку підприємств сільської економіки України в умовах глобалізації. // Економіка та управління підприємствами: теорія, практика, перспективи розвитку: колективна монографія. Кол. авторів. Полтава: ПП «Астрая», 2021. 188 с.