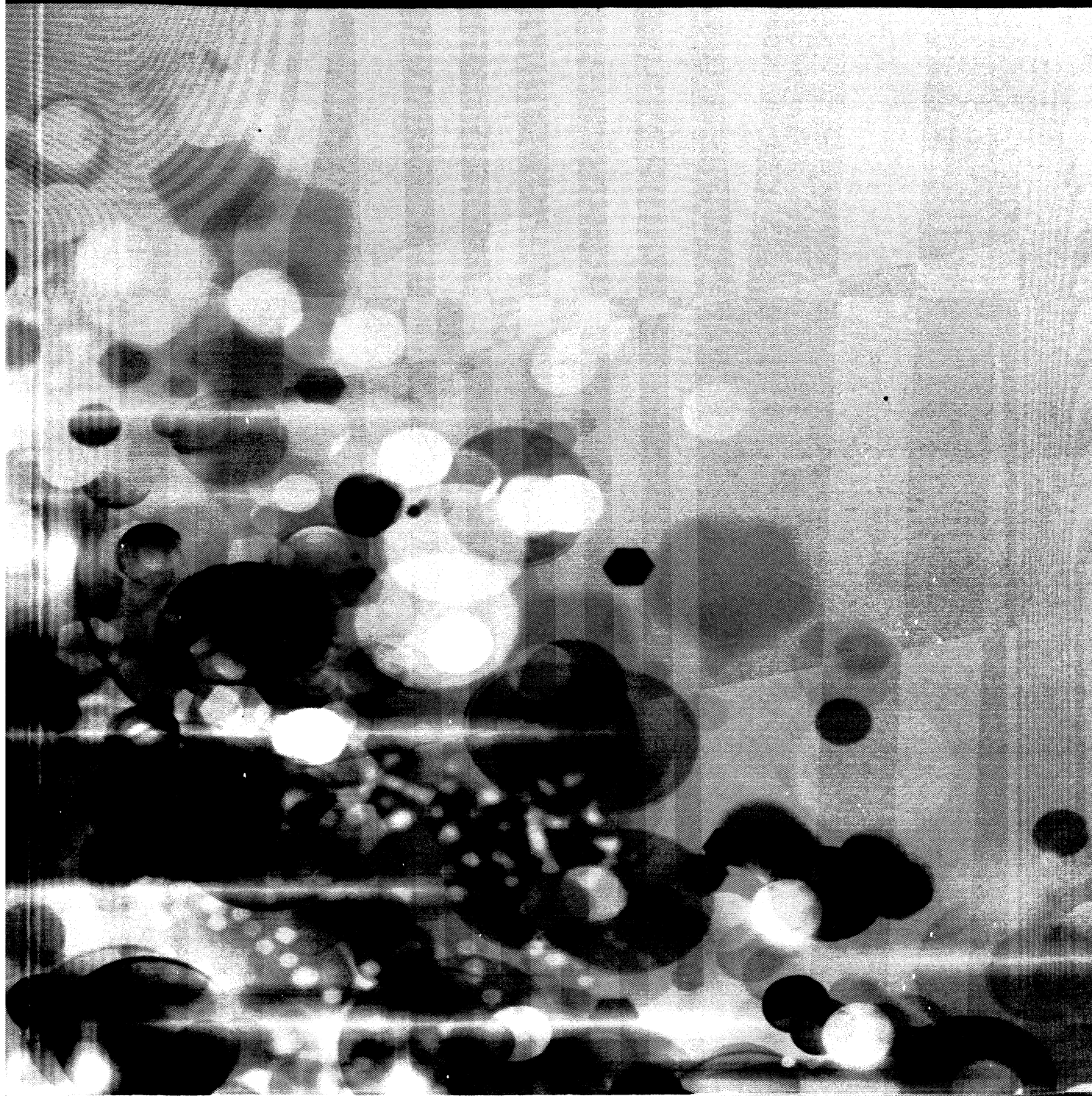




# МАРКЕТИНГ ТА ЛОГІСТИКА В СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ

# MARKETING AND LOGISTICS IN THE SYSTEM OF MANAGEMENT

ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ XII МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ



## РИНОК ЛОГІСТИЧНИХ ПОСЛУГ 2018: ВИКЛИКИ СУЧАСНОСТІ

© О. Є. Шандрівська., Л. Я. Якимішин, 2018

Формування суспільства в епоху розвитку економіки знань та позначене розбудовою цифрових технологій переносить акценти на формування країнами власних економік (за прикладом Китаю, який сфокусувався на головних акцентах розвитку власної економіки, перегляду Brexit та розвитком територіального ринку Канади, США та Мексики згідно угоди про вільну торгівлю НАФТА тощо (сформована на основі [1]). Очевидно, у перспективі ці тенденції відобразяться новим витком індустріалізації, підтверджуючи теорію економічних хвиль. Як на етапі поширення мегатенденцій глобалізації та індивідуалізації, який репрезентують розвиток інформаційних, телекомунікаційних та транспортних технологій, створення глобальних електронних ринків та формування глобальних мереж поставок тощо, так і у період очікуваної хвилі індустріалізації ринок логістичних послуг виявлятиме високу чутливість до проявів локальної нестабільності та високу залежність від динаміки розвитку суміжних, взаємопов'язаних та взаємодоповнюючих галузей економіки з акцентом на розвиткові логістики локальних територій.

Зосереджуючись на терміновості виконання замовлень та забезпеченні рентабельності виконання замовлень надавачі логістичних послуг на ринках країн з розвинутою економікою мають змогу скористатись інноваційними наробками технічного, технологічного та іншого спрямування, серед яких найбільш актуальними щодо використання вважаються:

а) поширення процесів автоматизації та робототехніки (до прикладу, запровадження системи автоматизації складів, введення на автомагістралі автономних транспортних засобів для перевезень вантажів та пасажирів, безпілотних контейнеровозів на водному транспорті), що є відповіддю на дефіцит персоналу у відповідних секторах чи намагання скористатися ефектом масштабу виробництва;

б) впровадження у практику господарювання логістичних технологій на основі інтелектуального програмного забезпечення (прикладами яких є онлайн-бронювання та котирувальні платформи в сегменті експедирування, завдяки яким спрощуються та прискорюються процеси ведення переговорів та які є критичними для власників вантажівок та власників-операторів;

в) поглиблення спеціалізації та забезпечення прибутковості завдяки злиттям та поглинанням (до прикладу, в секторах експрес-доставки вантажів та 3PL) у відповідь на загострення конкуренції (на основі [1]).

Світові тенденції розвитку ринку логістичних послуг поширюються на території країн, що розвиваються. Незважаючи на турбулентність кон'юнктури ринків, що розвиваються та вірогідність повторення глобальної фінансової кризи із десятилітнім циклом, на взірць дефолту у Російській Федерації 1998 року, банкрутства Lehman Brothers в 2008 р., кризи в Туреччині 2018 р., стратегія розвитку глобальних логістичних компаній може призвести до виходу ними на ринок України. Стверджується, що на середовищі розвитку ринку логістичних послуг позначаються такі чинники, як:

а) прискорення темпів зростання глобальної торгівлі у 2018 р., спричинене підписанням «Угоди про спрощення процедур міжнародної торгівлі» (2017 р.);

б) витіснення з ринку логістичних послуг посередників на користь дрібних, але технологічно більш розвинутих компаній;

в) поширення процесів регіоналізації на тлі структурних проблем та великих технологічних запитів, які підвищують рентабельність;

г) розвиток сучасних логістичних технологій, які сукупно сприяють розвиткові попиту на перевезення та, відповідно, формуванню спеціалізованих логістичних компаній, розбудові логістич-

них центрів. Очікується зростання зайнятості та концентрації учасників українського логістичних послуг, покращення якості логістичного сервісу, розширення номенклатури послуг, спеціалізації разом із підвищенням цінності для клієнтів. Отже, розвиток ринку послуг через активізацію залучення транспорту у логістичну систему країни сприятиме організації та раціоналізації бізнесу, економічному розвитку та екологічній політиці держави.

1. *Burnson P. State of Global Logistics: Delivering above and beyond.* – [Електронний ресурс].  
Режим  
[http://www.logisticsmgmt.com/article/state\\_of\\_global\\_logistics\\_delivering\\_above\\_and\\_beyond\\_al\\_trade](http://www.logisticsmgmt.com/article/state_of_global_logistics_delivering_above_and_beyond_al_trade). February 1, 2018.

Л. О. ШКВАРЧУК

Національний університет "Львівська політехніка"

## МІСТКІСТЬ РИНКУ ТА ЕКОНОМІЧНЕ ЗРОСТАННЯ

© Шкварчук Л. О., 2018

Проблеми вивчення чинників економічного зростання є актуальною сферою наукових інтересів. Проте, як зазначають вчені, дослідження місткості внутрішнього ринку як визначального фактору економічного зростання отримало обмежену увагу [1]. Більшість напрацювань у цій сфері торкаються мікроекономічного аспекту оцінювання залежностей між розміром ринку та розвитком окремої фірми [2].

Місткість ринку можна охарактеризувати як поточну потужність існуючого ринку, здатного поглинати різні види продукції та послуг. Існуюче суспільство виступає як ціль для можливого споживання для усіх внутрішніх та зовнішніх виробників та постачальників. Місткість ринку – шансом задовольнити існуючу клієнтуру легкодоступних споживачів без додаткових затрат щодо створення нового попиту. Тому місткість ринку можна розглядати як внутрішній чинник розвитку економіки. Більша місткість ринку створює вищий внутрішній потенціал економічного зростання оскільки місткість ринку визначає потенційний дохід, який може бути отриманий бізнесом. Ринки країн, що розвиваються, мають вищий потенціал для нових продуктів і послуг у порівнянні з ринками, швидко розвиваються або розвиненими, що є одним із визначальних чинників привабливості таких ринків для іноземних інвесторів.

Місткість ринку є одним із дванадцяти показників, за якими розраховують Індекс глобальної конкурентоспроможності, і відноситься до групи підіндексів оцінювання ефективності економіки. На рис. 1 наведено динаміку показників Індексу глобальної конкурентоспроможності (ІГК), місткості ринку та ВВП України, розраховані Всесвітнім економічним форумом та представлені в річних звітах [3]. Величина ВВП зазначена у \$млн, а ІГК та місткість ринку – за місцем у рейтингу країн. Місткість ринку країни оцінюється за двома елементами: місткість внутрішнього ринку та місткість зовнішнього ринку.

Оцінювання впливу місткості ринку на конкурентоспроможність та економічне зростання України, проведене за допомогою розрахунку коефіцієнтів кореляції Пірсона (див. дані табл. 1), показало наявність незначного зв'язку. Так, найбільшою мірою місткість ринку впливає на ВВП України, хоча цей вплив не є суттєвим. Місткість внутрішнього ринку більшою мірою визначає ВВП країни, ніж місткість зовнішнього ринку. Від'ємне значення отриманих коефіцієнтів кореляції є обґрунтованим, оскільки більше значення ВВП відповідає меншому порядковому номеру країни у рейтингу.

Чернобай Л.І., Черкас Х.Р. РЕФОРМУВАННЯ ЗАЛІЗНИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ АГРОПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ: СВІТОВИЙ ДОСВІД ТА ВІТЧИЗНЯНІ РЕАЛІЇ .....	259
Чирва О.Г., Подзігун С.М. СУЧАСНІ ТРЕНДИ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ.....	263
Chornopyska N. , Bolibrukh L. QUALITY OF LOGISTICS: RESEARCH OF 3PL MARKET IN UKRAINE .....	264
Czubała A. OBSZARY SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI PRZEDSIĘBIORSTW W POLSCE .....	265
Чуприна Н.М., Кузнецова Н.Г. МАРКЕТИНГОВІ АСПЕКТИ ВПРОВАДЖЕННЯ ЕКОЛОГІЧНИХ РОЗРОБОК НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ .....	267
Шалева О.І. ОСОБЛИВОСТІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ТЕМПЕРАТУРНОЇ ЛОГІСТИКИ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ .....	268
Шандова Н.В. СКЛАДОВІ МАРКЕТИНГОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ КОМПАНІЇ.....	269
Шандрівська О. Є., Якимишин Л. Я. РИНОК ЛОГІСТИЧНИХ ПОСЛУГ 2018: ВИКЛИКИ СУЧАСНОСТІ.....	271
Шкварчук Л. О. МІСТКІСТЬ РИНКУ ТА ЕКОНОМІЧНЕ ЗРОСТАННЯ.....	272
Яворська М. К. ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ «НАУКА» .....	274
Яковлев А.І. ЗАСОБИ ВРАХУВАННЯ ПОТРЕБИ КОНКРЕТНИХ СПОЖІВАЧІВ .....	276
Віктор Я. МАРКЕТИНГ ЧЕРЕЗ КОРДОНИ. ПРО ПРОСУВАННЯ МІСТ- ПОБРАТИМІВ: КРАКОВА І ЛЬВОВА .....	278
Мельникович О.М., Юсупова О.В. ТЕНДЕЦІЇ РОЗВИТКУ РЕКЛАМНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ .....	280
Перезовова І.В. ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ КОНЦЕПЦІЇ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОГО МАРКЕТИНГУ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ .....	282
Смерічевська С.В. СТРАТЕГІЯ ТОТАЛЬНОЇ ЛОГІСТИЗАЦІЇ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ: ПЕРСПЕКТИВИ ТА РЕАЛІЇ.....	284
Глинський Н.Ю., Гірна О.Б. ОБГРУНТОВАННЯ МІСЦЯ ТА РОЛІ ОРГАНУ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ У ФОРМУВАННІ ЕКОНОМІЧНОГО ПРОФІЛЮ ГРОМАДИ .....	286
Яричевська Я.І., Глинський Н.Ю. «ЗЕЛЕНА» ЕНЕРГЕТИКА У ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ СУЧАСНОГО МІСТА.....	287

УДК 339.188.4

М 266

**М 266** **Маркетинг та логістика в системі менеджменту: тези доповідей XII Міжнародної науково-практичної конференції.** – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2018. – 296 с.  
ISBN 978-966-941-235-5

Викладено матеріали, розглянуті на конференції, в яких висвітлено питання теорії маркетингу і логістики, практичного міжнародного досвіду інтеграції маркетингу і логістики в системі сучасного менеджменту, результати досліджень вітчизняних та іноземних науковців.

Матеріали становлять інтерес і можуть бути корисними для широкої наукової громадськості, керівників виробництв та державних установ, викладачів і фахівців з маркетингу і логістики, слухачів системи підвищення кваліфікації, студентів вищих навчальних закладів.

УДК 339.188.4

*Матеріали подано в авторській редакції  
Відповідальний за випуск Є. В. Крикавський*

ISBN 978-966-941-235-5

© Національний університет  
“Львівська політехніка”, 2018