

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДВНЗ «ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНІКА»
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
РАДА З НАУКОВО-ДОСЛІДНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ, АСПРАНТІВ І
МОЛОДИХ ВЧЕНИХ**

**АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ
СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ:
РЕГІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ ТА СВІТОВІ
ТЕНДЕНЦІЇ**

**Матеріали
III Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції
студентів та молодих вчених**

23 жовтня 2019 р., Україна, м. Івано-Франківськ

**Івано-Франківськ
ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника»
2019**

УДК 330.3+336+658
ББК 65.9 (4 УКР)
А 43

*Рекомендовано до друку Вченою радою ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника»
 (протокол № 10 від «30» жовтня 2019 р.)*

Редакційна колегія:

Благун І.С., д.е.н., професор (голова); Якубів В.М., д.е.н., професор (заступник голови); Баланюк І.Ф., д.е.н., професор; Дмитришин Л.І., д.е.н., професор; Пилипів Н.І., д.е.н., професор; Романюк М.Д., д.е.н., професор; Ткач О.В., д.е.н., професор; Левандівський О.Т., к.е.н., доцент; Ткачук І.Г., д.е.н., професор; Галушак І.Є., д.п.н., доцент; Гнатюк Т.М., к.е.н., доцент; Кондур О.С., д.п.н., доцент; Стефінін В.В., к.е.н., доцент; Шкроміда В.В., к.е.н., доцент; Щур Р.І., к.е.н., доцент; Плєць І.І., к.е.н., доцент.

А 43 Актуальні проблеми соціально-економічного розвитку: регіональні особливості та світові тенденції: Матеріали III Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції студентів та молодих вчених 23 жовтня 2019 р. – Івано-Франківськ: ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника», – 338 с.

У збірнику опубліковано матеріали конференції, присвяченої актуальним проблемам соціально-економічного розвитку держави, регіонів і підприємств та перспективам їх вирішення.

Матеріали структуровані в розрізі декількох напрямів досліджень: «Банківська система, гроші і кредит»; «Демографія, економіка праці, соціальна економіка і політика»; «Економіка і підприємництво»; «Математичне моделювання та інформаційні технології в економіці»; «Менеджмент і маркетинг»; «Міжнародна економіка та бізнес»; «Облік, аналіз та контроль»; «Податкова і бюджетна системи».

Видання призначене для науковців, викладачів, фахівців підприємств та представників органів влади, причетних до питань соціально-економічного розвитку та студентів.

Відповідальні за випуск – Гнатюк Т.М., Плєць І.І.

Матеріали подано у авторській редакції.

Відповідальність за зміст матеріалів, їх відповідність вимогам чинного правопису і достовірність фактів та статистичних даних несуть автори.

УДК 330.3+336+658
ББК 65.9 (4 УКР)

© ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника», 2019

Буряник М. М.,
Гринів Л. В., к.е.н., доцент

ДВНЗ “Прикарпатський національний університет імені В. Стефаника”

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЛОГІСТИЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В УКРАЇНІ

Підвищення соціально-економічного розвитку України, покращення добробуту населення в цілому відзначається на рівні певних підприємств, в першу чергу це через вищий менеджмент підприємства, який в свою чергу повинен бути соціально орієнтованим. Одна з головних цілей таких соціально відповідальних підприємств є забезпечення потреб розвитку суспільства. Відповідно, на дані підприємства покладаються високі стандарти якості виробництва продукції, економії часу перевезення, постійного вдосконалення виробництва, впровадження нових технологій, які б змогли зберегти природні ресурси і не завдавати серйозної шкоди довкіллю.

В наш час підприємства, які займаються господарською діяльністю, повинні аналізувати логістику як інструмент, який дає змогу скоротити витрати підприємства і збільшити доходи, що призведе до покращення його функціонування. Результативний логістичний менеджмент необхідний для того, щоб покращити показники діяльності підприємств. Застосування логістичного менеджменту є дуже актуальним в наш час, так як з його допомогою підприємства ефективно управляють всіма матеріальними потоками.

Логістичний менеджмент — це є оптимальні рішення для управління матеріальними та інформаційними потоками підприємства як логістичної системи [1].

Логістичний менеджмент повинен вдосконалити управління бізнес-процесами підприємства, його варто розглядати як загальний елемент досягнення найскладніших стратегічних цілей, так як з його допомогою підприємства економлять свій час, кошти, покращується якість продукції і зменшуються витрати на транспортування саме завдяки правильному логістичному управлінню.

Виходячи з досвіду економічно-лідуючих світових підприємств, можна виділити такі принципи:

1. Вибір стратегії: полягає в виборі цілей з підвищення рівня ефективності обслуговування споживача шляхом зростання своєчасного реагування на попит продукції.

2. Планування: застосування спільного інтегрованого планування діяльності учасників логістичного ланцюга у розрізі інтегрованих параметрів циклу замовлення, рівня запасів, планової інформації тощо.

3. На рівні реалізації логістичних процесів: інтегроване управління часовим переміщенням матеріальних благ, що вимагає повної інтеграції функцій і процесів у ланцюзі поставок [1].

Провідні світові компанії визнають, що ефективний логістичний

менеджмент є головним елементом для підвищення конкурентоспроможності, продуктивності, рентабельності підприємства.

Спираючись на світовий досвід Україна знаходиться на етапі формування логістичного менеджменту, суттєво відстає від Європи як по якості, так і по швидкості, кількості надаваних послуг. Подальший розвиток економіки повинен вести до інтенсивного покращення ринку транспортно-логістичних послуг, логістичного сервісу, що в свою чергу призведе до швидкого росту економіки.

Сучасний етап функціонування економіки України характеризується значним посиленням логістичної діяльності у сфері експортно-імпорتنих поставок, так і в системі міжфірмових відносин.

Ринок логістичних послуг в Україні почав формуватися на початку 90-х років ХХ ст. Першими на ньому стали діяти такі відомі західні логістичні компанії як "Kuehne+Nagel", "Schenker-Billspeidition Transport Logistics", "Raben", "Asstra", "FM Logistic", "Fedex" та інші. Спочатку вони спеціалізувалися на окремих сегментах транспортно-експедиційних послуг, що свідчило про нерозвиненість ринку логістики в Україні. Проте наявність логістичної складової у переліку послуг цих компаній свідчила про перспективи розвитку.

Разом з іноземними компаніями в Україні розвивалися і вітчизняні логістичні оператори, такі компанії як "УВК", "Комора-А", "Карго Сервіс", "Ост-Вест-Експрес".

Також окремим сегментом активно розвивається ринок експрес-доставки, активними гравцями якого є вітчизняні компанії "Нова пошта", Автолюкс, Делівері, Ін-там, Євро-експрес, Нічний експрес, САТ, Міст Експрес, EMS тощо.

Зі вступом України до СОТ зросла інтегрованість нашої країни у міжнародну торгівлю, що потребувало адекватного розвитку логістичних послуг і логістичної інфраструктури, які обслуговують зростаючі товарні потоки. Про динаміку ринку логістики в Україні свідчать дані рейтингу, що проводить Світовий банк за індексом логістичної ефективності.

Експерти постійно повторюють, що Україна має величезний потенціал, спроможний увійти у коло найрозвиненіших логістичних країн світу. Потенційний обсяг ринку логістичних послуг оцінюється ними у 100 - 150 млрд. дол. США. Проте, цей потенціал реалізується досить слабко, що спричинене, перш за все, недооцінюванням як органами державної влади, так і учасниками ринку, того факту, що логістика є рухомою силою економіки як на мікро-, так і на макрорівнях, і звичайно ж таки на рівнях самих суб'єктів господарювання.

На сьогоднішньому етапі розвитку основними бар'єрами на шляху до покращення ринку логістичних послуг є непрозорість ринку, корупція, нерозуміння необхідності підняття культури ринку загальними зусиллями, розробки єдиних стандартів логістичного обслуговування тощо.

Отже, логістична діяльність кожного підприємства потребує постійного розвитку і вдосконалення, але при цьому поглибленого вивчення усіх можливих факторів впливу і постійного нововведення. Вдосконалення

логістичного менеджменту на підприємстві дає можливість оптимізувати основні логістичні процеси та підвищити конкурентоспроможність діяльності підприємства.

Причинами, що уповільнюють розвиток логістики в Україні є:

- дефіцит державного зацікавлення до підходу проблем логістики, що проявляється у відсутності юридичної бази, центрів їх підготовки і фахівців;
- загальна економічна криза, що до невирішених питань власності і зниженням обсягів виробництва які гальмують будь-які змінення;
- логістичний підхід включає радикальні зміни в структурі підприємства, та змогу впровадити більш гнучкі організаційні структури, створити спеціалізовані цехи і служби транспортно-складського господарства;
- розвиток ідей логістики можна стимулювати за допомогою недоліків професійної підготовки кадрів.

Можна зробити висновок про необхідність вдосконалення механізму управління підприємством з використанням логістичної системи на підставі врахування впливу організаційно економічних чинників на формування витрат логістичної системи підприємства та розробки практичних рекомендацій щодо підвищення ефективності діяльності підприємства на основі логістичного підходу, що забезпечує підвищення його конкурентоспроможності в ринкових умовах за рахунок раціонального використання матеріальних і фінансових ресурсів.

Література:

1. Герасимова Л.М. Етапи в логістичному менеджменті Л.М. Герасимова // Наукове товариство Івана Кушніра. – 2012. -
2. Гринько Т. В. Функції логістичної системи в умовах забезпечення конкурентоспроможності підприємств галузі металургії / Т. В. Гринько // Економіка та держава. – 2016. – №5. – Травень. – С. 12–16.
3. Логістичний менеджмент : В. А. Кулик, М. Ю. Григорак, Л. В. Костюченко; Нац. авіац. ун-т, Укр. логіст. асоц. – К. : Логос, 2013. – 267 с.

Гулей М. В.,

Благуно І. І., к.е.н., доц.

ДВНЗ “Прикарпатський національний університет імені В. Стефаника”

EMAIL-МАРКЕТИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДТРИМКИ БІЗНЕСУ

Email-маркетинг є одним з найбільш результативніших видів просування бізнесу в мережі Інтернет та важливим інструментом роботи з цільовою аудиторією. Поштові розсилки підходять для багатьох цілей, починаючи від прямих продажів, закінчуючи збільшенням прихильності та отриманням зворотнього зв'язку. Даний метод допомагає створити і укріпити відносини з аудиторією, збільшити показники повторних покупок, а також оперативно збирати думки аудиторії.

Email-маркетинг дозволяє: