

Черкасов А.В., Колесник И.А.

Институт подготовки кадров государственной службы занятости Украины

СОЦИАЛЬНАЯ СФЕРА УКРАИНЫ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РЕФОРМИРОВАНИЯ

Аннотация

В статье рассматриваются проблемы социальной сферы Украины. Дается оценка эффективности государственной социальной политики. Анализируется ситуация на национальном рынке труда. Акцентируется внимание на проблеме неформальной занятости. Определяются условия эффективного реформирования социальной сферы.

Ключевые слова: социальная сфера, социальная политика, рынок труда, занятость, безработица, неформальная занятость.

Cherkasov A.V., Kolesnyk I.A.

State Employment Service Training Institute

SOCIAL SPHERE OF UKRAINE: PROBLEMS AND PERSPECTIVES OF REFORMING

Summary

The paper described the main problems of the social sphere of Ukraine. The effectiveness of social policy is evaluated. The situation in the labor market is analyzed. Characteristic features of the problems of informal employment are outlined. The effective reform of the social sphere is identified.

Keywords: social policy, labor market, employment, unemployment, informal employment.

УДК 656.078

ЛОГІСТИЧНИЙ АУТСОРСІНГ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Чукурна О.П., Більмак А.В., Іщенко Ю.С.

Одеський національний політехнічний університет

В статті розглянуто розвиток логістичного аутсорсінгу в транспортно-логістичній системі України. Проаналізовано відмінності національної логістики від глобальної логістики. Визначені принципи входження транспортно-логістичної системи України до глобальної логістичної системи. Запропоновано шляхи входження української транспортно-логістичної системи до глобального ринку логістичних послуг, в тому числі й логістичного аутсорсінгу.

Ключові слова: логістичний аутсорсінг, глобальна логістика, транспортно-логістична система.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Глобалізація міжнародної торгівлі, транснаціоналізація великих компаній та зростання обсягів виробництва товарів передбачає безперешкодне переміщення ресурсів та товарів між країнами й континентами, що можливо здійснити тільки при наявності потужної та розвинутої транспортно-логістичної інфраструктури. За своєю сутністю транспортні операції починають та закінчують будь-які переміщення, як сировини в процесі виробництва товарів, так й готових виробів та товарів при їх реалізації кінцевим споживачам. Зростаючу роль транспортно-логістичних послуг підтверджують дані UNCTAD [9], згідно з якими 63% світового обсягу накопичених інвестицій приходить саме на сферу послуг, в якій 23,4% складають саме транспортно-логістичні послуги. В умовах глобалізації основною вимогою до транспортно-логістичної діяльності стає ефективне управління

ланцюгами постачань, що неможливо здійснити без сучасних інформаційних технологій. Світові тенденції свідчать, що в сфері транспортної логістики в останні роки з'явилися нові форми організації ланцюгів постачань, в яких здійснюється віртуальне управління логістичним ланцюгом на всьому шляху просування товарів до споживачів. В цьому аспекті велика роль належить логістичному аутсорсінгу. Використання логістичного аутсорсінгу надає можливість планувати та керувати логістичним ланцюгом виходячи за межі національних ринків та формуючі ланцюги в глобальній економіці. Сучасні тенденції розвитку в сфері логістики впливають на усі сектори економіки країн та викликають значний науковий інтерес щодо дослідження цього питання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми, на які посилається автор. Дослідженням теоретико-методологічних питань розвитку логістичної діяльності присвячено багато наукових

праць закордонних та українських вчених, серед яких варто виділити наступних: М. Окландер [4], Е. Крикавський [2], Н. Чухрай [3], Кратта О.А., Чукурної О.П. [6] та ін. Враховуючи значний внесок цих науковців у розвиток концепції логістики, питання розвитку логістичного аутсорсингу в умовах глобалізації вивчено недостатньо.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, яким присвячується стаття. Вплив глобалізації на економічні процеси країни сприяв появі нових форм організації логістичної діяльності за рахунок впровадження аутсорсингу. Викликає значний науковий інтерес ступінь розвитку логістичного аутсорсингу в Україні та яким чином українська логістична система інтегрується до глобальної економіки. В науковій літературі цьому питанню не приділяється значної уваги. Але не можна ігнорувати вплив глобальних тенденцій на розвиток логістики. Саме тому, вибір теми дослідження є актуальним та сприятиме формуванню наукових висновків щодо ролі логістичного аутсорсингу в умовах глобалізації та його впливу на розвиток логістики в Україні.

Метою статті є дослідження розвитку транспортно-логістичної діяльності в Україні та відповідність її світовим тенденціям в сфері використання логістичного аутсорсингу.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Логістичний аутсорсинг представляє собою діяльність з передачі певних логістичних операцій іншим посередницьким підприємствам. Зазвичай, логістичний аутсорсинг впроваджують транспортні посередники. Світовий ринок послуг з логістичного аутсорсингу представлений, в першу чергу, великими провідними логістичними компаніями, до яких відносять: DHL (Німеччина), UPS (США), FedEx (США), ТЖ (Нідерланди), Kuehne & Nagel (Швейцарія), FM-Logistics (Франція), Schenker (Німеччина), AP Moller-Maersk (Данія), Nippon Express (Японія), Panalpina (Швейцарія) та ін. Глобальні компанії стикаються з різними логістичними обмеженнями і можливостями в різних частинах планети, тому Всесвітній банк регулярно публікує рейтинг рівня розвитку логістики по всіх країнах світу – індекс доступності логістичних послуг Logistics Performance Index (LPI) [7]. Рейтинг складається на базі опитування глобальних логістичних компаній за сукупністю наступних показників: робота митниці, наявність інфраструктури, міжнародні перевезення, логістика компетенції, можливість відстеження вантажів та швидкість й вартість доставки. Перше місце за рейтингом 2016 року зайняла Німеччина (4,23 балів з 5 можливих). Друге місце займає Люксембург (4,22), третє – Швеція (4,2), четверте – Нідерланди (4,19), п'яте – Сінгапур (4,14). Україна посідає 79 місце, Росія – на 99 місці з 155 країн рейтингу [8].

Основними факторами, що визначають попит на послуги з логістичного аутсорсингу, є динаміка світової економіки і міжнародного товарообміну, глобалізація вантажопотоків і ускладнення схем доставки, потреби в оптимізації витрат, пов'язаних з перевезенням, зберіганням і дистрибуцією товарів. В структурі світового ринку логістичних послуг близько 55% припадає на транспортно-експедиторські послуги, при цьому їх частка під

впливом уповільнення темпів зростання міжнародних вантажоперевезень знижується [6].

Глобалізація сприяла виникненню глобальної логістики, яка на відміну від національної характеризується наступними ознаками:

- міжнародна торгівля пов'язана з більшими обсягами угод, що дозволяє компенсувати високі витрати на перевезення;
- для міжнародних ринків характерний великий вплив конкуренції та більш широкі коливання попиту;
- у більшості компаній немає великого досвіду роботи в області глобальної логістики.

Основною відмінністю розвитку логістики в умовах глобалізації є використання логістичного аутсорсингу при проектуванні й управлінні ланцюгами постачань. Логістичний аутсорсинг представляє собою покупку власником вантажів логістичних послуг, як простих (транспортівання, складування, зберігання, експедирування), так і комплексних (постачання, розподіл, постачання товарів за принципом «від дверей до дверей»). В ролі аутсорсера (провайдера) логістичних послуг виступають логістичні посередники, які можуть бути представлені в наступних організаційних формах: **First Party Logistics (1 PL)** – автономна логістика; **Second Party Logistics (2 PL)** – традиційні логістичні послуги; **Third Party Logistics (3PL)** – традиційні та додаткові послуги; **Fourth Party Logistics (4PL)** – інтеграція всіх компаній, залучених в ланцюг поставок; **Fifth Party Logistics (5PL)** – інтернет-логістика;

Перший вид логістичного посередника – це First Party Logistics (1 PL) представляє собою автономну логістику підприємства. Основними вимогами до організаційної діяльності такого посередника є обов'язкова наявність відділу доставки, складу, митного відділу та інших структур. Активи такого посередника складаються з транспортних засобів, складських приміщень та персоналу. Основними видами діяльності є: зберігання товарів, транспортування, документальний супровід операцій, митне оформлення.

Другим видом логістичного посередника є **Second Party Logistics (2 PL)** – це компанії, які надають традиційні послуги з транспортування та управління складськими приміщеннями. Основними напрямками діяльності логістичних посередників типу 2PL є: транспортна логістика, експедирування вантажів, логістичний сервіс, складська логістика, митне й документальне оформлення вантажів та інформаційні послуги.

Логістичні посередники типу 2PL починають впроваджувати сучасні інформаційні сервіси, які сприяють відстежуванню вантажів на шляху їх просування від виробника до споживача. Інформаційна логістична складова у таких посередників значно зростає, що впливає на виникнення нематеріальних активів у такого типу підприємств. Основними видами логістичної діяльності 2PL – посередників є: інформаційні послуги, супровід вантажів, документальне оформлення вантажів та ін.

Третій вид логістичного посередника **Third Party Logistics (3PL)** надають традиційні та додаткові послуги. Однак, в даному випадку, логістична система виходить за межі простого транспортування товарів і передбачає надання

додаткових послуг, які крім традиційного складування припускають проміжне зберігання вантажу, його перевалку, а також проектування й розробку інформаційних систем, використання послуг субпідрядників. Всі послуги можуть надаватися як окремо, так і в комплексі. Основною відмінністю логістичного оператора 3PL від попередніх є делегування послуг з логістичного аутсорсінгу іншим логістичним посередникам, а саме посередникам типу 2PL. Основні функції, які виконує логістичний посередник типу **Third Party Logistics (3PL)** представлено в таблиці 1.

Таблиця 1

Основні функції логістичного посередника Third Party Logistics

Third Party Logistics (3PL)	– це оператор мультимодального перевезення, який забезпечує повний комплекс складських, митних, страхових та інформаційних послуг
Напрямки діяльності	– організація схем доставки; – вибір перевізників, експедиторів та інших контрагентів; – митне декларування; – підготовка документації для експорту, імпорту й фрахтування; – перевірка й відстежуванню рахунків на оплату послуг; – складування й вантажоперевезення; – оформлення договорів з контрагентами; – консолідація, сортування, маркування та інші операції; – моніторинг діяльності контрагентів; – страхування вантажів; – інформаційні послуги.

Четвертим видом логістичного посередника є **Fourth Party Logistics (4PL)**, який є інтегратором всіх компаній, залучених в ланцюг поставок. 4PL -провайдер вирішує завдання, що пов'язані з плануванням, управлінням та контролем всіх логістичних процесів компанії-клієнта, з урахуванням довгострокових стратегічних цілей. Завданнями 4PL – провайдера є наступні: оперативне, тактичне й частково стратегічне планування та оптимізація ланцюжків поставок; інтеграція інформаційно-технологічних систем; стратегічне планування логістичних інформаційних мереж.

4PL – провайдери здійснюють свою діяльність в глобальній економіці, займаючись формуванням глобальних логістичних ланцюгів. Вони частково виконують функції фізичного розподілу товару на певному етапі його доведення до кінцевого споживача в рамках логістичного ланцюга. Загалом, 4PL – провайдери займаються формування ланцюгів постачань та залучення інших видів логістичних посередників (2 PL та 3 PL) до ланцюжка постачань. Функціями, які виконує 4PL – провайдер, є наступні: планування використання транспорту; планування та оптимізація маршрутів; стеження і маршрутизація; управління складами і запасами; управління доходами; управління документопотоком; додаткові послуги; лізинг кадрів; фінансові послуги і консалтинг.

П'ятий тип логістичного посередника – це **Fifth Party Logistics (5PL) – інтернет-логістика**. Цей тип логістичного оператора є притаманним суто для умов дії в глобальній економіці. **Fifth Party Logistics (5PL)** – це система, що представляє со-

бою планування, підготовку, управління та контроль за всіма етапами логістичного процесу за допомогою електронних засобів інформації. Цей тип посередників, на відміну, від попередніх, взагалі не займається фізичним розподілом товару до кінцевого споживача. Він організує всіх логістичних посередників всередині логістичного ланцюга та здійснює управління інформаційними та матеріальними потоками. 5PL – провайдери використовують Інтернет в якості єдиної віртуальної площадки для виконання повного спектра логістичних послуг. Практично, цей вид посередників, всі логістичні функції з доведення товару до кінцевого споживача віддає на логістичний аутсорсінг.

В структурі світового транспортно-логістичного ринку, частка ринку логістичного аутсорсінгу складає – 64,3% (рис. 1.). Це досить вагомий показник, який свідчить про світову тенденцію домінування використання послуг з аутсорсінгу та перехід логістики за національні межі.



Рис. 1. Частка логістичного аутсорсінгу в структурі ринку транспортно-логістичних послуг [5, с. 55]

Розглянемо структуру логістичних послуг з аутсорсінгу в Україні та тенденції, які притаманні українському ринку транспортних логістичних послуг. В сьогоднішній Україні рівень розвитку економіки дозволяє зробити висновки щодо високого рівня організації логістичної діяльності на підприємствах. Проте, прогресивні форми організації логістики, які передбачають використання логістичного аутсорсінгу, представлені в діяльності тільки 1PL-, 2PL-, та 3PL – провайдерів. Схема організації логістичної діяльності з використанням схеми логістичного аутсорсінгу за типом 2PL-провайдера, використовують в своїй діяльності майже 89% українських підприємств (рис. 2.).

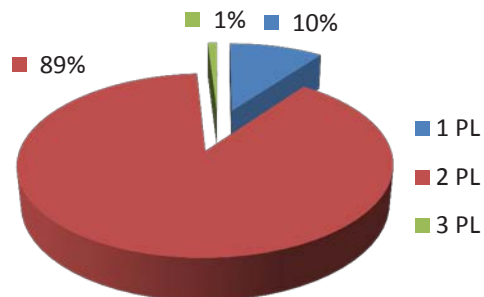


Рис. 2. Структура логістичних посередників в Україні за видами логістичного аутсорсінгу [5]

Особливостями розвитку ринку логістичних послуг в Україні на відміну від світових тенденцій, є наступні: вузький перелік логістичних послуг; наявність невеликих компаній, які обслуговують локальні ринки з невеликими обсягами вантажоперевезень; великі організації, орієнто-

вані на міжнародні маршрути; відсутність 5PL і 4PL – провайдерів; тривалість проведення експортної операції (Україна – до 30 днів, Шанхай – до 20 днів, Берлін – 6 днів, Амстердам – 5 днів).

Аналіз статистичної інформації щодо розвитку транспортної логістики в Україні, дозволив зробити висновки щодо падіння їх обсягів. Це підтверджується даними Держкомстату України [1]. Якщо розглянути статистичні дані Держкомстату України відносно обсягів перевезень, то стає очевидним, що загальний вантажообіг країни, починаючи з 2008 року значно знижується (рис. 3).

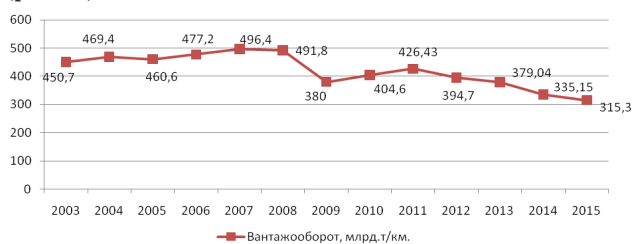


Рис. 3. Загальний вантажообіг в Україні за усіма видами транспорту за 2003-2015рр. (млрд. т/км.) [1]

Висновки і пропозиції. Логістичний ринок України знаходиться в стадії формування, але має значний потенціал, для реалізації якого необхідне спрощення процедур торгівлі та вдосконалення транспортного й складського обслуговування. Логістика в Україні розвивається відповідно до світових тенденцій, але з логістичних провайдерів, які використовують логістичний аутсорсінг в країні присутні та здійснюють свою діяльність тільки 1PL-, 2PL-, та 3PL – провайдери. Темпи розвитку логістичного ринку в Україні нижче в порівнянні зі світовими темпами розвитку цієї галузі. На вітчизняному логістичному ринку діє близько 40 фірм [6]. Більшість з них – це потужні логістичні оператори світового масштабу, а саме: Кюне і Нагель Україна, Рабен

Україна, Фіре України, ЖЕФКО України, Шенкер, UPS, TNT, DHL та ін. Одиночну конкуренцію їм складають вітчизняні підприємства, такі як НВК («українські вантажні кур'єри»), «ТБН Логістик Україна», «Рapid», компанії експрес-доставки «Нова Пошта», «Автолюкс», «Гюнсел» та ін. Кон'юнктура ринку перспективна, в той же час спостерігається тенденція посилення конкуренції. Поряд з цим існує дефіцит якісних і недорогих логістичних послуг.

Процес входження української логістично-транспортної системи до глобального ринку логістичних послуг, в тому числі й послуг логістичного аутсорсінгу, повинен супроводжуватися відповідністю наступним цілям:

- Спрощення процедур міжнародної торгівлі за рахунок зниження або повного скорочення заходів щодо тарифного і нетарифного регулювання торгівлі й створення зон вільної торгівлі або інтеграційних об'єднань між країнами.

- Оптимізація логістичної інформаційної системи при транскордонному співробітництві країн за рахунок впровадження і повного переходу на використання новітніх інформаційних логістичних систем. Наприклад, системи єдиного вікна.

- Впровадження в логістичну діяльність транспортних посередників інноваційних інформаційних логістичних систем, які дозволяють планувати та повністю керувати вантажопотоками й усунути корупцію, а також припинити затримку вантажів при проходженні їх через митні кордони.

- створення необхідних умов для розвитку мультимодальної платформи «електронна логістика», для чого необхідно розробити єдиний інформаційний майданчик для обміну даними, який може працювати на базі ERP- системи. Це створить необхідні умови для входження в українську транспортно-логістичну систему 5PL і 4PL – провайдерів та сприятиме інтеграції логістичної системи країни до глобальних логістичних систем.

Список літератури:

1. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Крикавський С.В. Нова парадигма логістики: стратегічний статус // Наукові праці ДонНТУ. Серія Економічна, № 4 (48), 2014. – С. 240-247.
3. Крикавський С.В. Логістика: компендіум і практикум: навч. посіб. / Крикавський С.В., Чухрай Н.І., Чорнописька Н.В. – К.: Кондор, 2006.
4. Окландер М.А. Логістична система підприємства: [Монографія] / Окландер М.А. – Одеса: Астропринт, 2004. – 312 с.
5. Таможенные аспекты логистики: Практические рекомендации по организации работы грузового таможенного комплекса с использованием механизма «единого окна»/ Баязитов Л.Р., Егоров А.Б., Платонов О.И., Шейко А.П. – Киев: АЛЛЕГО-ПЛАСКЕ, 2009. – 568 с., с. 55.
6. Чукурна О.П. Розвиток транспортної логістики України в умовах глобалізації // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки, № 4, Т. 2 (238), 2016. – 276-280 с.
7. Trade logistics the global economy// [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://wb-lpi-media.s3.amazonaws.com/LPI_Report_2016.pdf
8. The world bank // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://lpi.worldbank.org/international/global>
9. World Investment Report 2015 / UNCTAD / United Nations, New York and Geneva, 2015 – 56 p.

Чукурна Е.П., Бильмак А.В., Ищенко Ю.С.
Одесский национальный политехнический университет

ЛОГИСТИЧЕСКИЙ АУТСОРСИНГ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Аннотация

В статье рассмотрено развитие логистического аутсорсинга в транспортно-логистической системе Украины. Проанализированы различия национальной логистики от глобальной логистики. Определены принципы вхождения транспортно-логистической системы Украины в глобальную логистическую систему. Предложены пути вхождения украинского транспортно-логистической системы в глобальный рынок логистических услуг, в том числе и логистического аутсорсинга.

Ключевые слова: логистический аутсорсинг, глобальная логистика, транспортно-логистическая система.

Chukurna E.P., Bilmak A.V., Ishchenko Ju.S.
Odessa National Polytechnic University

LOGISTICS OUTSOURCING IN THE CONDITIONS OF GLOBALIZATION

Summary

The article considers the development of logistics outsourcing in the transport and logistics system of Ukraine. The analyzed the differences of the national logistics of global logistics. The determined principles of entering the transport and logistics system of Ukraine in the global logistics system. Suggested ways joining Ukrainian transport and logistics system in global market of logistics services, including logistics outsourcing.

Keywords: logistics outsourcing, global logistics, transport and logistics system.

УДК 658.8

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ БРЕНДИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ ПІДПРИЄМСТВ

Шамановська Г.В.

Миколаївський міжрегіональний інститут розвитку людини «Україна»

В статті доведено необхідність аналізу ефективності брендингових стратегій підприємства, визначено особливості такого аналізу, а також розкрито основні наукові підходи до оцінки ефективності брендингових стратегій підприємств та здійснено порівняння цих підходів.

Ключові слова: ефективність, аналіз, оцінка, брендинг, брендингова стратегія, бренд-менеджмент, управління брендингом.

Постановка проблеми. Брендинг підприємства, як і будь-який інструмент маркетингу, потребує оцінки ефективності його використання, оскільки саме за результатами такої оцінки можна зробити висновки про ефективність брендингової стратегії, виявити її недоліки та розробити напрями її удосконалення. Актуальність теми даної статті полягає в тому, що сучасних умовах господарювання, коли більшість підприємств функціонує в умовах обмеженості фінансових ресурсів, витрати на формування брендингової стратегії повинні в майбутньому окупилися, а також принести підприємстві відповідні результати у вигляді збільшення кількості клієнтів, зростання частки ринку підприємства та покращання фінансових результатів його господарської діяльності.

Питання оцінки економічної ефективності завжди розглядалися в сукупності з соціальною ефективністю, що зумовило розвиток теорії соціально-економічної ефективності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження ефективності брендингових стратегій

підприємств здійснювали багато зарубіжних та вітчизняних дослідників, серед яких варто виділити наукові праці Аакера Д. [1], Багієва Г.Л. [2; 3], Боброва Є.А., Катенева В.І. [3], Мелентьєвої Н.І. [4], Перція В. [5; 6], Тамберга В. [7], Тихонові Н.С. [8], Томілової М.В. [9], Хотинської Г.І. [10] та ін.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Основні положення і методи оцінки ефективності брендингу ґрунтуються на теорії ефективності, а також теорії соціально-економічної ефективності. Ефективність є характеристикою якості функціонування системи, об'єкта чи виду діяльності і знаходиться як відношення ефекту / результату діяльності до витрат, пов'язаних з цією діяльністю.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є виявлення значення аналізу ефективності брендингових стратегій, а також розкриття основних підходів до оцінки ефективності брендингових стратегій підприємств.

Виклад основного матеріалу. Оцінка ефективності діяльності дозволяє відбирати найбільш