

масового маркетингу до сегментного / нішевого маркетингу та індивідуального маркетингу.

Перелік використаних джерел:

1. Фаминский, І.П. Глобалізація – нова якість світової економіки. М.: Магістр, Інфра-М, 2010. 400 с.
2. Голубков Е.П. Про деякі аспекти концепції маркетингу та його термінології. URL: <https://www.cfin.ru/press/marketing/1999-6/01.shtml>.

Строгуш Олег

Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль

**ЗАСТОСУВАННЯ ЛОГІСТИЧНОГО ПІДХОДУ
В ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ**

Щоб досягти успіху на міжнародному ринку у сучасних умовах, для суб'єкта господарювання недостатньо використовувати лише економічні, маркетингові та інші підходи, необхідно звернутися до сучасних високоефективних засобів управління і оптимізації внутрішніх та зовнішніх логістичних систем, адже використання логістичного підходу до управління бізнесом є однією з головних складових його конкурентоспроможності, оскільки дозволяє максимально оптимізувати виконання комплексу логістичних операцій і зменшити рівень логістичних витрат.

Застосування логістичного підходу суб'єктом господарювання дає можливість покращити його показники діяльності, зокрема на 10-30% знизити собівартість продукції та на 30-70% скоротити обсяги матеріально-технічних запасів [3].

Впровадження логістичного підходу в міжнародній діяльності набуло великої актуальності на сучасному етапі розвитку економіки, оскільки управління логістикою глобальних ланцюгів поставок є важливим для ефективного функціонування міжнародного бізнесу. Сьогодні сучасному бізнесу в світі властиво окремі етапи життєвого циклу продукції (такі, як проведення науково-дослідних робіт щодо впровадження виробництва продукту, безпосередньо саме виробництво та його реалізація чи експлуатація) реалізовувати в різних країнах. Тому ця конструкція повинна бути досконалою для того, аби мінімізувати витрати та підвищити свою конкурентоспроможність, діючи на світовому ринку.

Незважаючи на те, що впровадження основних логістичних концепцій здійснюється ще з 1960-х років, у сучасних умовах не кожна компанія здатна забезпечити їхнє ефективне використання в управлінні потоковими процесами на міжнародному рівні. Серед проблем в галузі логістики виділяють [2]:

– відсутність комплексної координації через її непослідовність та роздрібленість, що приводить до порушення та затримки руху матеріального потоку;

– використання універсальних технологій, які не здатні забезпечити ефективне функціонування логістичних процесів;

– проблеми в наданні сервісу (помилки в поставках, такі як відхилення від замовленого асортименту, неповні поставки за кількістю товару, доставка за помилковою адресою тощо);

– збільшення загальних витрат через слабкий розвиток складської інфраструктури та неправильного географічного розміщення складів;

– фрагментація, яка проявляється в тому, що компанія не використовує системний підхід до оптимізації всієї траєкторії руху товару, натомість зосереджується на окремих складових матеріального потоку.

Тому суб'єкти міжнародного бізнесу повинні особливу увагу приділяти питанням підвищення ефективності логістичних систем, що дозволить їм отримати конкурентні переваги в сучасних умовах, а також скоротили свої витрати.

Загалом, затрати на логістику, як правило, складають одну з найвагоміших статей витрат, що пов'язані з веденням бізнесу. Тому, залежно від того, у який спосіб компанія організовує рух матеріального потоку, конкурентоспроможність, як і логістичні витрати будуть по-різному варіюватися. В окремих зарубіжних фірмах витрати на логістику зазвичай коливаються в межах 5-35% від обсягу продажу в залежності від типу бізнесу, географічного масштабу діяльності і співвідношення вагових та цінних характеристик матеріалів і продукції [3], а отже розмір логістичних витрат суттєво впливає на кінцеві показники діяльності підприємства, зокрема на його прибуток.

Отже, основне завдання логістики в контексті міжнародного бізнесу – оптимізація всіх внутрішніх і зовнішніх потокових процесів, з метою мінімізації витрат та максимізації прибутку [2]. Тому, для реалізації цього, необхідно звернутися до засобів логістики, які здатні забезпечити раціональну організацію процесу руху матеріального потоку в єдине ціле, зменшити загальні логістичні витрати, надати максимальний рівень сервісу і перейти від дискретного управління потоковими процесами до наскрізного.

Перелік використаних джерел:

1. Васюк І.В. Зарубіжний досвід впровадження маркетингових логістичних концепцій на підприємстві. Економічні науки: зб. наук. праць ПВНЗ «Буковинський університет». Чернівці, 2011. Вип 7. С. 163–173

2. BALLOU, R.H.: «Information Considerations for Logistics Network Planning». *International Journal of Physical Distribution and Materials Management*, Vol. 17, No. 7, pp. 3-14, 1987.

3. Логістика як складова успішного бізнесу. 19.09.2019. URL: <https://www.bio-norma.com/media/articles/logistyka-yak-skladova-uspishnogo-biznesu/>