

УДК 65.012.34:338.47

ББК 65.37 (4Укр)

Ткач О.В.¹, Волощук І.А.²

**ОСОБЛИВОСТІ ЛОГІСТИЧНОГО УПРАВЛІННЯ
МАТЕРІАЛЬНИМИ ТА СЕРВІСНИМИ ПОТОКАМИ**

¹ДВНЗ Прикарпатський національний
університет ім. В. Стефаника,
Міністерства освіти і науки України,
кафедра менеджменту і маркетингу
78600, м. Івано-Франківськ, вул. Шевченка, 14,
тел.: 0342223362,
e-mail: kmim@pu.if.ua

² ДВНЗ Прикарпатський національний
університет ім. В. Стефаника,
Міністерства освіти і науки України,
кафедра менеджменту і маркетингу
78600, м. Івано-Франківськ, вул. Шевченка, 14,
тел.: 0342223362,
e-mail: gira-ua@mail.ru

Анотація. У даній статті проаналізовано стан українського ринку логістичних послуг за рівнями логістики. Відповідно до потреб ринку логістики та сутності логістичної послуги наведена функціональна структура логістичних процесів економічної діяльності. Потреба в логістичних послугах з кожним роком зростає як в Україні, так і у світі в цілому. Проведено аналіз стану ринку логістичних послуг в Україні. Було досліджено ринок логістичних послуг і названо логістичні компанії та логістичних операторів, які діють в Україні. Визначено особливості діяльності транснаціональних компаній у сфері логістики.

Ключові слова: послуга, логістичний сервіс, провайдер логістичних послуг, логістика, логістичні компанії, транснаціональна корпорація, інформаційно-посередницькі послуги, логістичне обслуговування.

Tkach O.V.¹, Voloshchuk I.A.²

**LOGISTIC – MATERIAL AND SERVICE MANAGEMENT
PECULIARITIES**

¹ Vasyl Stefanyk Precarpathian National University,
Ministry of Education and Science of Ukraine,
Department of management and marketing,
Shevchenko str., 14, Ivano-Frankivsk,
tel.: 0342223362,
e-mail: kmim@pu.if.ua

² Vasyl Stefanyk Precarpathian National University,
Ministry of Education and Science of Ukraine,
Department of management and marketing,
Shevchenko str., 14, Ivano-Frankivsk,
78600, Ukraine,
tel.: 0342223362,
e-mail: rira-ua@mail.ru

Annotation. In this article the Ukrainian logistic market has been analyzed as the levels of logistic. In accordance with the necessities of logistic market and essence of logistic service a functional structure of economic activity logistic processes is submitted. A requirement in logistic services grows by an year as well as in Ukraine and in the whole world. The analysis of market of logistic services condition in Ukraine has been provided. The market of logistic services was analyzed also the logistic companies and operators act in Ukraine are mentioned. The features of transnational companies activity were stipulated certain in the field of logistic.

Key words: service, logistic service, provider of logistic services, logistic, logistic companies, multinational corporation, informatively-intermediary services, logistic maintenance of consumers.

Вступ. Сучасна вітчизняна і світова практика свідчать про зростання ролі послуг у конкурентноздатності підприємств на ринках збуту. Це пояснюється в першу чергу тим, що в сучасній економіці чітко простежується напрямок розвитку сукупної пропозиції «товару – послуги». Покупець фактично здобуває не тільки товар як фізичний об'єкт, але і послуги, які супроводжують його продаж. У цих умовах для більшості споживачів стала важливою не сама пропозиція, а, скоріше, суб'єктивний спосіб її сприйняття.

Питання розвитку логістичного управління набувають все масштабніших досліджень у працях зарубіжних і вітчизняних вчених.

Вивченням питань визначення, класифікації й взаємодії займалися багато закордонних й вітчизняних вчених. Серед них можна виділити А.М. Гаджинського [1], Б.А. Анікіна, В.І. Сергєєва [7], Є.В. Крикавського [8], Р.Р. Ларіну [9] та інших.

Однак аналіз опублікованих праць з даної проблематики дає підстави говорити про недостатнє наукове розкриття окремих питань щодо управління матеріальними потоками з урахуванням специфіки функціонування вітчизняних підприємств.

Тому в останні роки прерогативою логістики поряд з управлінням матеріальними потоками є й управління сервісними потоками. Крім того, логістичний підхід виявився ефективним і для підприємств, які тільки надають послуги (транспортні, експедиторські, вантажопереробні та ін.).

Постановка завдання. Метою дослідження є виділення основних особливостей управління матеріальними та сервісними потоками логістики.

Результати. Зокрема на Заході широко використовуються поняття «логістика сервісного відгуку» (SRL), що визначається як процес координації логістичних операцій, необхідних для надання послуг найефективнішим щодо витрат і задоволення запитів споживачів способом. SRL – підхід є найчастіше основним стратегічним елементом менеджменту багатьох закордонних фірм, які надають послуги. Критичними елементами цього підходу є прийом замовлень на послуги і моніторинг надання послуг. Як і матеріальні потоки, потоки послуг поширюються у певному середовищі доставки (для готової продукції – у розподільчій мережі), у якій існують ланки логістичної системи, логістичні канали, ланцюги і т.д. Цю мережу потрібно побудувати так, щоб з максимальною ефективністю задовольняти вимоги клієнтів щодо рівня обслуговування. Прикладами подібних мереж є мережі станцій технічного обслуговування і пунктів автосервісу автомобілебудівних фірм, мережі

передпродажного і після продажного сервісу більшості фірм, які виробляють промислові електропобутові товари і т.п.

Таким чином, предметом логістичного сервісу є певний комплекс (набір) відповідних послуг.

Послуга в узагальненому розумінні - це деяка дія, що приносить користь споживачу. Послуга як продукт праці має споживчу вартість, і це визначає її товарний характер, який виражається в здатності бути реалізованою споживачами як своєрідний товар. Ця риса споріднює послуги з матеріальним товаром. При цьому вартість сервісних послуг іноді може перевершувати витрати безпосередньо на виробництво продукції.

Робота з надання послуг, тобто із задоволення будь-чиїх потреб, називається сервісом. Сервіс нерозривно пов'язаний з розподілом і є комплексом послуг, які надаються в процесі замовлення, купівлі, постачання і подальшого обслуговування продукції.

Виходячи з цього логістичний сервіс може бути реалізований тільки в сферах розподілу і обігу, він є певною сукупністю послуг, які надаються в процесі безпосереднього постачання товарів споживачам, що є завершальним етапом просування матеріального потоку логістичними ланцюгами. Відповідно об'єктом логістичного сервісу виступають конкретні споживачі матеріальних потоків.

Логістичне сервісне обслуговування споживачів може здійснюватися як самим виробником, так і торгово-посередницькою структурою, а також спеціалізованими транспортно-експедиційними фірмами. Це залежить від виду логістичної системи, рівня вимог споживачів і стратегії постачальника.

Послуга, з точки зору американського маркетолога Ф. Котлера, це захід або користь, які один може пропонувати іншому і які в основному

невідчутні. Надання послуги може бути, а може і не бути пов'язане з товаром в матеріальному вигляді.

Оскільки послуга має споживчу вартість, вона носить товарний характер, тобто може бути реалізована споживачам як своєрідний товар, що її порівнює з матеріальним товаром. Сама сутність логістики в наданні споживачам матеріальних потоків різних видів послуг. В умовах ринкової конкуренції це дуже часто є вирішальним моментом отримання ринкових переваг і найбільшої частки ринку. Удосконалення логістичного сервісу має здійснюватись упродовж усього логістичного ланцюжка. Основними видами послуг можна вважати послуги перед продажного характеру, логістичні послуги в процесі реалізації товару, логістичні послуги після продажного характеру.

Організація ефективного логістичного обслуговування передбачає вирішення питань, пов'язаних з технологією та організаційною структурою обслуговування, визначенням оптимальної сфери і цілеспрямованого рівня обслуговування. Формуючи систему логістичного обслуговування, необхідно всебічно врахувати постійно діючі фактори, відповідно до яких перед замовником завжди стоїть вибір: виконувати самостійно або купувати. Цей вибір визначає не тільки характер і рівень логістичного обслуговування в кожному окремому випадку, а й ефективність логістичної системи в цілому.

В сучасних вимогах на ринку логістичних послуг можна побачити тенденції зростання вимог споживачів по відношенню до їх комплексності і якості. Основними параметрами якості логістичного обслуговування споживачів вважають: час обробки замовлень; гарантовану доставку за будь-яких умов; об'єктивність цін на логістичні послуги; зручність розміщення замовлень у логістичній системі; високий рівень технології вантажопереробки і якості упаковки товару.

Треба пам'ятати, що споживач, якому надаються логістичні послуги, є часткою системи, а не тільки її ціллю. При обранні оптимального варіанта обслуговування споживачі використовують, як правило, найпростішу матричну модель, де по вертикалі розміщують дані про логістичні послуги з постачання продукції, а по горизонталі вказують дані про комплексність і якість логістичних послуг.

Логістичні послуги поділяються на чотири групи: складування продукції; транспортні та транспортно-експедиційні; консалтингові; інформаційні.

Виходячи на ринок логістичних послуг, продуценти повинні враховувати основні характеристики даної товарної категорії, які визначають умови і параметри логістичної діяльності. Такими характеристиками є: неможливість відчувати послуги «на дотик», що проявляється в складності специфікації послуг сервісною фірмою, а також у складності їх оцінки покупцем; невіддільність від джерела; мінливість якості; адресність послуг; унікальність для одержувача; неможливість накопичення послуг; еластичність попиту; оперативність.

Логістика керується попитом, і тому саме потенційні споживачі логістичних послуг визначатимуть рівень розвитку цього сектору в Україні. Очікуване зростання ринку таких послуг базується на двох основних чинниках: латентному та новому попитам. Латентний попит складається з існуючого попиту, який ще повністю не проявив себе через відсутність оптимальних умов для свого розвитку. Другий чинник - це абсолютно новий бізнес, створений «новими гравцями», що виходять на ринок, паралельно з загальним розвитком економіки. На коротку та середню перспективу основним ресурсом генерування та подальшого збільшення попиту буде саме його латентна складова.

Однією з головних проблем для розвитку логістики в Україні є те, що більшість клієнтів, що потребують її послуг, не володіють достатніми

знаннями про статті своїх витрат на відповідні ланцюги постачання та про альтернативні підходи, які б знизили витрати на операції з логістики. Більшість компаній рідко підраховують свої затрати на утримання складських запасів. Це мало би турбувати їх, оскільки основні заощадження при використанні логістики вищого рівня саме і накопичуються за рахунок економії на рівні товарно-матеріальних запасів. Крім цього, спостерігається велика різниця між ступенем обізнаності з цього питання міжнародними компаніями та національними, рівні знань та присутності яких на ринку є значно нижчими.

Ринок логістичних послуг в Україні останнім часом переживає бурхливий розвиток. Згідно з прогнозами фахівців ця тенденція збережеться й надалі. У сучасній економіці роль логістичної діяльності посилюється; вона значною мірою впливає на характер виробництва і споживання товарів. Логістичні послуги є важливим складником ринкової системи господарювання. Саме завдяки засадам логістики і застосуванню на практиці її принципів та методів щодо організації логістичних процесів забезпечується налагоджений, безперебійний рух матеріалів, ресурсів і готової продукції від виробників до споживачів.

Узагальнено послуга означає чинюся дію, що приносить користь, допомогу іншому [1, с.38]. Логістичні послуги мають свої певні особливості [2, с.115]: створення умов для здійснення виробничого процесу та іншої діяльності; виробник послуги не може бути одночасно її споживачем; надання корисного ефекту, який неможливо виокремити від виробництва і який споживається в процесі виробництва; створення умов для життєдіяльності людини; цільова спрямованість на об'єкт та суб'єкт господарювання.

Природа логістичної діяльності передбачає можливість надання споживачу матеріального потоку різноманітних логістичних послуг. В

цілому всі роботи й операції в сфері логістичного обслуговування можна класифікувати за такими ознаками:

1. За часом здійснення:

- послуги перед продажного характеру - це роботи й операції з формування попиту на логістичне обслуговування.

- логістичні послуги в процесі реалізації - надаються в процесі реалізації товарів.

- логістичні послуги після продажного характеру.

2. За змістом робіт:

- жорсткий сервіс - включає послуги, пов'язані із забезпеченням працездатності безвідмовності й погоджених параметрів експлуатації товару;

- м'який сервіс - послуги, зв'язані з більш ефективною експлуатацією товарів в конкретних умовах роботи споживача.

3. По відношенню до споживача:

- прямий сервіс - включає послуги, спрямовані на безпосереднього споживача;

- непрямий сервіс - послуги, які безпосередньо не стосуються такого споживача.

Характерною рисою послуг є те, що вони мають системний характер.

4. За сферою використання:

- сервіс споживацького попиту;

- виробничий сервіс;

- сервіс інформаційного обслуговування;

- фінансово-кредитний сервіс.

В межах нашого дослідження основну увагу звертаємо на сервіс інформаційного обслуговування через призму рекреаційної сфери.

На сучасному етапі слід виділити такі тенденції ринку логістичних послуг України:

- мінімізація витрат, пов'язаних з транспортуванням, зберіганням, переупакуванням, митним документооборотом призводить до актуалізації менеджменту та маркетингу що, своєю чергою, призвело до підвищення попиту на логістичні послуги та складську нерухомість;

- підвищення попиту на якісні логістичні послуги;

- зростаюча роль інформаційних технологій в управлінні логістичними ланцюгами, підвищення вимог до систем обліку і управління;

- зниження витрат виробників за рахунок логістики та термінів між етапами виробництва та споживання.

Негативним впливом на розвиток ринку логістичних послуг є незадоволеність попитом на складські приміщення та недостатньо розвинена транспортна інфраструктура, а також нестача кваліфікованих кадрів у галузі логістики. Саме це і актуалізує питання правильної організації та функціонування логістичної інфраструктури. Зазначені характеристики і особливості просування послуг відіграють важливу роль у логістичному процесі при дистрибуції товарів.

Ключовим аспектом є те, що логістика включає в себе цілу низку різних видів діяльності (ланок), які інколи називаються додатковими послугами. Перевезення є лише компонентом логістичних послуг, а не самою логістикою. Нажаль, установи помилково підмінюють терміни, використовуючи поняття «логістика» для визначення чи то перевезення, чи транспортної інфраструктури, а навіть і їх разом. Така плутанина термінів трапляється не лише в цих організаціях, бо відтепер перевізники та транспортно-експедиторські організації часто називають себе логістичними провайдерами або операторами логістичних послуг, коли насправді вони надають звичайний ряд послуг з перевезень, і використовують термін «логістика» лише з метою ребрендингу в процесі рекламування/маркетингу своїх компаній.

Провайдери логістичних послуг - це організації, що надають послуги з логістики або фізичної дистрибуції.

Сьогодні послуги такого рівня в Україні надають лише декілька операторів, але із значними умовами. По-перше, такі компанії, як «Сав-Сервіс», багато в чому зосереджені на внутрішньому вантажообігу, хоча їхніми клієнтами є багато крупних компаній - «Проктер энд Гембл Україна», «Крафт Фудз Україна». По-друге, ряд професійних логістичних компаній, таких як Kuehne&Nagel або експедиційна компанія «ТБН Логістик Україна», поки зосереджені на послугах одного певного сектора. Лише небагато фірм заявляють про сервіси рівня 3PL в повному об'ємі. Крім того, для якісного надання всього спектра послуг необхідна розвинена логістична інфраструктура. Для України формування й розвиток торговельних, транспортних і інформаційних логістичних систем по типу Європейської та Азійської моделей має основне значення, тому що дозволяє прискорити включення в європейський економічний і інформаційний простір та реалізувати вигоду від свого географічного положення.

Згідно із загальноприйнятою класифікацією логістичного обслуговування цей ринок поділяється на чотири рівні [3].

1. Логістика першого рівня (first party logistics - 1PL) - це внутрішня логістика, де всі послуги з транспортування, складського зберігання, митних операцій і супутнього сервісу зосереджені всередині компанії замовника.

2. Логістика другого рівня (second party logistics - 2PL) - це зовнішня логістика. У цьому разі одна або декілька компаній-провайдерів виконують для замовника базові логістичні послуги - транспортування і складське зберігання.

3. Логістика третього рівня (third party logistics – 3PL) - зовнішня логістика. Логістичні послуги цього рівня зосереджені на комплексному

управлінні процесами транспортування та зберігання вантажів. Це означає, що компанія-провайдер не тільки транспортує вантаж, а й виконує всі послуги експедиції. Вона здійснює не тільки складське зберігання, й бере на себе обов'язки маркування вантажів.

4. Логістика четвертого рівня (fourth party logistics - 4PL) - зовнішня і внутрішня логістика. Компанія-провайдер, виконуючи функції 3PL - провайдера логістичних послуг, також виконує функції планування логістичних операцій, найм і координацію роботи субпідрядників других рівнів, усі пов'язані фінансові трансакції, ведення документації тощо. Цей рівень розвитку логістичного бізнесу є метою для всіх великих логістичних компаній світу.

Коли велика транснаціональна корпорація (ТНК) виходить на новий ринок, вона намагається, інколи має зобов'язання, працювати зі своїми довгостроковими партнерами. Це пов'язано з тим, що транснаціональні корпорації мають довгострокові зв'язки з іншими компаніями. Не є винятками і логістичні компанії. Так, розвиткові комплексного (повного) аутсорсингу в Україні перш за все сприяли іноземні компанії, що прийшли на ринок разом із логістичними компаніями, які обслуговували їх за кордоном. Окрім того, передача вітчизняними підприємствами логістичних послуг на аутсорсинг пов'язана із збільшенням витрат на доставку і зберігання товарів. Не випадково першими на аутсорсинг почали віддавати саме складські та транспортні послуги.

Особливістю роботи логістичних компаній з великими ТНК є те, що останні, перш за все, зацікавлені в отриманні комплексних логістичних послуг, у тому числі й складських. Особливо це стосується міжнародних виробників-компаній, що працюють із косметичними засобами, побутовою хімією, побутовою технікою, продуктами харчування, меблями, зокрема великих міжнародних компаній («Procter & Gamble», «Henkel», «Johnson and Johnson», «Danone», «L'Oreal», «Kimberly-Clark», «Metro Cash &

Carry», «Kodak», «LG», «Nestle Food», «Pepsi», «Philip Morris», «Coca-Cola», «Unilever» тощо). Ці фірми використовують аутсорсинг більшості логістичних операцій і найчастіше ці послуги їм надають іноземні оператори.

Серед найвідоміших міжнародних операторів або ТНК у сфері логістики виділяють: «DHL»; «Schenker»; «Nippon Express»; «Kuehne&Nagel»; «Yesen»; «Kintetsu»; «Panalpina» та інші. За даними «Transport Intelligence» [5], ринок контрактної логістики у 2009 році включав таких найбільших гравців, як: «DHL», «Schenker», «Ryder», «Wincanton», «Penske», «Schneider», «Kuehne&Nagel and Toll Asia». Загалом у світі найбільшим гравцем на ринку контрактної логістики була компанія «DHL Supply Chain», її найближчим конкурентом - «CEVA» (яка була створена в 2007 році як результат злиття «TNT Logistics» та «EGL Eagle Global Logistics»). На третій позиції - компанія «Kuehne&Nagel».

Сьогодні до найбільш відомих ТНК у сфері логістики, що діють в Україні, можна віднести «Kuehne&Nagel»; «TNT»; «Schenker»; «FedEx»; «Rehnus Logistics»; «UPS. Asstra»; «Panalpina»; «M&M»; «Emons»; «Polfrost».

Першими в Україну прийшли західні логістичні компанії, а саме такі відомі фірми термінової доставки вантажів, як «UPS» у 1992 році («United Parcel Service» - США), «TNT» у 1993 році («Thomas Nationwide Transport» - Голландія, тепер «CEVA»); з 1992 року відкрито представництво «Schenker-BTL», точніше - одна з її складових під назвою «Scansped-Україна». У 1996 для забезпечення послуг наземних і міжнародних перевезень «Schenker» відкриває дочірнє підприємство в Україні. Ця корпорація є однією з найбільших транс'європейських логістичних структур. В Європі «Schenker - BTL» займає перше місце за обсягами вантажних перевезень наземними видами транспорту, значна частка в цьому контексті припадає на автоперевезення. В управлінській структурі

цієї корпорації одну з ключових позицій займає фірма «Scansped», яка спеціалізується на автотранспортних перевезеннях по всій Європі, а також відповідає за постачання в Україні. Ще один міжнародний лідер у галузі експрес-доставки документів, посилок і вантажів - компанія «CEVA» (до 2007 року - «TNT»), яка активно працює і в Україні. Вона надає широкий спектр послуг, у тому числі експрес-доставку, міжнародну пошту та логістичні послуги. Основа діяльності компанії - термінова доставка документів і посилок.

Компанія «UPS» на сьогодні є експрес-перевізником, який гарантує своїм клієнтам успішне проходження митних формальностей і доставку експрес-вантажів уже наступного дня після прибуття вантажу на територію України, завдяки спеціальному відділу митного контролю, який проводиться на її митному складі з виходом у глобальну комп'ютерну мережу «UPS». Ця та інші інновації дозволяють компанії працювати на українському ринку на рівні світових стандартів.

Ще одним всесвітньо відомим брендом є компанія для клієнтів вона пропонує широкий спектр послуг у сфері експрес-доставки та логістики. Компанія працює у 227 країнах світу. «DHL» контролює більше ніж 40% світового ринку перевезень документів і вантажів. Основу транспортної системи «DHL» становлять 33 міжнародні сортувальні центри, власний повітряний флот, понад 220 літаків і наземний транспорт, що нараховує більше ніж 17 тисяч автомобілів.

Звичайно, представництва компанії «DHL» є і в Україні. Більш того, у рамках проведеної інвестиційної програми 17 лютого 2000 року в Києві був відкритий перший Міжнародний сортувальний термінал «DHL» в Україні.

Прикладом компанії, яка дуже успішно виконує функції 3PL, є німецька компанія «Kuehne&Nagel». Нині це одна з найбільших в Європейському Союзі багатопрофільних транснаціональних компаній, має

900 офісів у більш ніж 100 країнах [5]. Група «Kuehne&Nagel» є одним з провідних у світі постачальників логістичних послуг. Нині штаб-квартира концерну розташована у Швейцарії (Шинделлегі) [6]. Сьогодні ця компанія є світовим лідером у морській експедиції вантажів, третім у світі - у сфері складської логістики. «Kuehne&Nagel» пропонує комплексне обслуговування, яке включає в себе перевезення вантажів авіаційним, автомобільним, морським і залізничним транспортом, складське зберігання і обробку товарів на складі, дистрибуцію по Україні та митно-брокерські послуги. Ця компанія була визнана кращим міжнародним логістичним оператором України у 2009 році [6].

Клієнтами «Kuehne&Nagel» в Україні є провідні ТНК: «Bosch»; «L'Oreal»; «DANONE»; «Unilever»; «Kimberly-Clark»; «Group SEB» («Tefal», «Moulinex», «Rowenta»); «Samsung»; «Philip Morris»; «Henkel»; «Metro Cash & Carry» та інші. Щодо питання переліку клієнтів - є певні ускладнення, оскільки багато ТНК користуються послугами двох або більше логістичних провайдерів, тому клієнти однієї компанії можуть бути одночасно клієнтами іншої логістичної компанії.

Висновки. Таким чином, можна зробити висновок про те, що український ринок логістики в теперішній час фрагментований вітчизняними і зарубіжними компаніями. У зв'язку з більш раннім розвитком логістичних послуг в інших країнах світу всесвітньо відомі логістичні компанії мають певні переваги на ринку України, тому зайняли більшу частку ринку. Однак, не зважаючи на це, певні вітчизняні компанії також досить успішно працюють на ринку. На даний час вони працюють на ринку поряд із сильними іноземними гравцями.

В Україні послуги іноземних провайдерів зі зберігання/складування використовують відчутно менше, ніж у країнах ЄС, і багато українських фірм мають свої власні склади. Ринки для складування та пов'язаних із ним логістичних послуг, які надає третя сторона, не розвинені, а основні

користувачі, як правило, - це великі міжнародні фірми, особливо в роздрібній торгівлі. До кризи в країні відчувався гострий дефіцит складських приміщень, що призвело до стрімкого зростання цін без адекватного зростання якості.

На ринку України існує велика кількість дрібних експедиторів, які регулюють перевезення невеликих партій імпортованих вантажів. Їхня основна функція полягає у реалізації складного процесу митного оформлення вантажів. Цей сегмент ринку не орієнтований на надання мультимодальних послуг, оскільки кількість клієнтів є дуже обмеженою. В Україні зареєстровано близько 2100 експедиторських компаній, але лише 10% із них входять до складу національних асоціацій. До іншого сегменту належать міжнародні експедиторські фірми та спільні підприємства, які мають розгалужену мережу представництв у багатьох країнах світу. Отже, незважаючи на вкрай вигідне географічне положення та успадковану розвинуту транспортну інфраструктуру, Україна не спромоглася забезпечити адекватну економічному розвитку її підтримку та розвиток. Якість транспортних та логістичних послуг залишається низькою або ж їхні ціни значно вищі за конкурентні.

Інформаційно-посередницькі послуги останніми роками дуже поширені. Зростає потреба в інформації про наявність на ринках нових видів продукції, її характеристику; нові технології, нових виробників і споживачів. Попитом користується інформація про обсяг виробництва та споживання тих чи інших матеріалів та сировини, отримання відомостей про постачальників продукції, її техніко-економічні характеристики, обсяг виробництва продукції, яка не має збуту [4].

1. Гаджинский А.М. Основы логистики. Учеб. пос. - М., 2005. - 122 с.

2. Тридід О.М., Таньков К.М. Логістичний менеджмент: Навчальний посібник / За ред. д-ра екон. наук, проф. О.М. Тридіда. - Х.: ВД «Інжек», 2005. - 224 с.

3. Шарчук Т. В. Логістичний аутсорсинг - шлях до оптимізації управління бізнес-процесами підприємства [Електронний ресурс] / Т. В. Шарчук. - Режим доступу: www.nbu.gov.ua/portal/natural/Vnulp/Logistyka/2008_633/112.pdf
4. Кальченко А. Г. Логістика: Підручник. - К.: КНЕУ, 2003. — 284 с.
5. Global Contract Logistics 2009 [Electronic resource]. - Available from: <http://www.transportintelligence.com/market-reports/report-global-contract-logistics-2009/241/>.
6. Офіційний сайт компанії Kuehne&Nagel Україна [Electronic resource]. - Available from: <http://www.kn-portal.com/locations/europe/ukraine/>
7. Корпоративная логистика. 300 ответов на вопросы профессионалов / Под общ. и научн. ред. проф. В.И. Сергеева. - М.: ИНФРА-М, 2006. - 976 с.
8. Крикавський С.В. Логістика. - Львів: Вид-во Держ. Ун-ту «Львівська політехніка», 2004. — 447 с.
9. Ларина Р.Р. Логістика: Навч. посібник. - Донецьк: «ВІК», 2005. - 335 с.

References

1. Hadjinsky, A. Fundamentals of Logistics. Proc. pos. - M., 2005. - 122. Print.
2. Tridid O, Tanya, K. Logistichny Management: Navchalny posibnik / For Ed. Dr. EKON. Sciences, prof. OM Tridida. - H .: WA "INZHEK", 2005. - 224. Print.
3. Sharchuk, T. Logistichny Outsourcing - Way to optimizatsii upravlinnya BIZNES-processes pidpriemstva [Electron resource] / T. Sharchuk. - Mode of access: www.nbu.gov.ua/portal/natural/Vnulp/Logistyka/2008_633/112.pdf
4. Kal'chenko, A. Logistika: Pidruchnik. - K .: KNEU, 2003. - 284. Print
5. Global Contract Logistics 2009 [Electronic resource]. - Available from: <http://www.transportintelligence.com/market-reports/report-global-contract-logistics-2009/241/>.
6. Ofitsiyny site kompanii Kuehne & Nagel UKRAINE [Electronic resource]. - Available from: <http://www.kn-portal.com/locations/europe/ukraine/>
7. Corporate logistics. 300 answers to the questions of professionals /, ed. and scientific. Ed. prof. V. Sergeyev. - M .: INFRA-M, 2006. - 976 Print.
8. Krikavsky E. Logistika. - Lviv: Kind of keeps. The University "Lviv politehnika", 2004. - 447 Print.
9. Larina R. Logistika: Navch. posibnik. - Donetsk: "VIK", 2005. - 335 Print.