

УДК: 658.8:658.78:658.821:658.589(043.5)

DOI: 10.31891/2307-5740-2019-276-6-230-237

ШАРКО В. В.

Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ

*У роботі запропоновано теоретичні положення щодо покращення логістичного забезпечення інноваційного розвитку машинобудівних підприємств. Визначено, що глобалізація бізнесу веде до виділення нових логістичних функцій, які будуть рушійною силою для здобуття підприємством позицій інноваційного розвитку. Запропоновано нові виклики і зовнішні чинники, які диктують необхідність якісної зміни сфери логістики – її функціонального навантаження та інформаційного відображення.*

*Ключові слова: логістична політика, глобалізація економіки, машинобудівне підприємство, інноваційний розвиток.*

SHARKO V.

Vinnytsia Institute of Trade and Economics of  
Kyiv National University of Trade and Economics

## LOGISTIC POLICY IN THE STRATEGY OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF MACHINE-BUILDING ENTERPRISE

*Given the dominance of globalization processes in the global economic system, the demand for logistics services (transport, warehousing, packing, freight forwarding, consolidation, information, etc.), both from the internal environment of the enterprise and from the outside in the form of transit potential, should be expected to increase significantly.*

*Therefore, meeting public goals and improving the quality of life is impossible without the full use of logistics resources and optimization of logistics flows, whose boundaries are expanding every year and permeate all spheres of life of business entities. The most studied phenomenon at the present stage of the economy is the globalization of economy and business, which brings changes both in the micro- and macro-environment of any machine-building enterprise.*

*The paper proposes theoretical provisions for improving logistical support of innovative development of machine-building enterprises. It is determined that the globalization of business leads to the allocation of new logistics functions, which will be the driving force for the enterprise to acquire positions of innovative development. New challenges and external factors are proposed, which dictate the need for a qualitative change in the logistics sector - its functional load and information display. The author has summarized everything and states that logistics policy is a set of consistent actions, logistical decisions and methods that are basic in the logistic management of business entities. Therefore, for the implementation of logistics strategies for innovative development an appropriate logistic policy of the enterprise must be formed, which directs its functioning in the direction of implementation of the selected logistics strategy. At the same time, the logistics policy in the implementation of the strategy of innovative development allows the enterprise to supplement the logistics strategy, give it flexibility and mobility; to be of high level among competitors and to use foreign experience in logistics in own practice. The logistic policy allows providing additional flexibility and firmness of the enterprise to influence of external and internal factors; supplement and establishment of cooperative links between the main departments of the enterprise at the expense of logistical connections.*

*Keywords: logistic policy, globalization of economy, machine-building enterprise, innovative development.*

. Зважаючи на домінування процесів глобалізації у світовій економічній системі, слід очікувати істотного зростання попиту на логістичні послуги (транспортні, складські, пакувальні, експедиційні, консолідаційні, інформаційні тощо) як з боку внутрішнього середовища підприємства, так і ззовні у вигляді транзитного потенціалу. Через те задоволення суспільних цілей та покращення рівня якості життя неможливе без повноцінного використання логістичних ресурсів та оптимізації логістичних потоків, межі яких з кожним роком розширюються і пронизують усі сфери життєдіяльності суб'єктів господарювання. Найбільш досліджуваним явищем на сучасному етапі економіки є глобалізація економіки і бізнесу, яка несе за собою зміни як у мікро-, так і макросередовищі будь-якого машинобудівного підприємства.

. Аналіз наукової економічної літератури, зокрема з маркетингу і логістики, свідчить про те, що багато науковців, згадуючи маркетингову чи логістичну політику, не розкривають детально їх зміст. Таким дослідженням присвячено праці зарубіжних та вітчизняних авторів: Ансофф І., Мескон М., Шелленберг А., Кінг У. та Кліланд Д., Мюллер В., Ульріх У., Алексеева М., Азріліян А., Немцов В. та Довгань Л., Герасимчук З., Пастухова В., Мочерний С., Григорак М., Мішенін Л.Г. та ін.

є подальший розвиток теоретичних положень і розробка практичних рекомендацій щодо покращення логістичного забезпечення інноваційного розвитку машинобудівного підприємства.

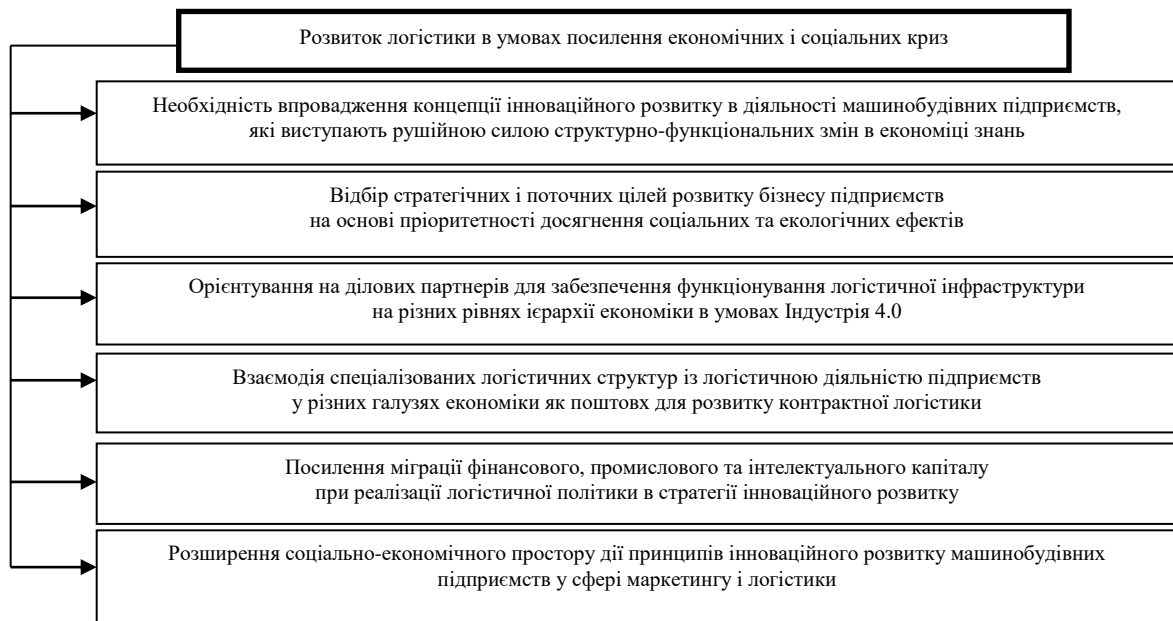
. На етапі глобалізації діяльності посилюється взаємодія маркетингу і логістики, адже підприємство не лише адаптується до ринкової ситуації, що постійно змінюється, але може й повинне пристосовувати цю ситуацію до власних інтересів. Власне маркетингова політика визначає цілі, стратегії й інструментарій впливу на ринок. При цьому, завданням логістичної політики в сучасних умовах бізнесу є сприяння виконанню стратегічних цілей підприємства й створення конкурентних переваг. Через те, глобалізація бізнесу на основі оптимізації потоків – матеріальних, фінансових, інформаційних – вимагає охоплення всього виробничого апарату фірми і впровадження доброї

практики (good management) управління потоковими процесами [8]. Тобто глобальний ринок вимагає від підприємства такого уніфікованого товару чи логістичних рішень, які б не залежно від різних форс-мажорних обставин (віросповідання, традицій, кліматичних умов, війн) змогли забезпечити йому конкурентоздатність на рівні бізнес-процесів і підприємства.

Підвищення конкурентоздатності продукції для майбутнього виходу на нові ринки передбачає для машинобудівного підприємства повну чи часткову диверсифікацію як діяльності, так і, відповідно, управлінських рішень. Тому зростає цінність прогностичних змін у виробничій, логістичній, маркетинговій, фінансовій та кадровій та ін. політиці.

В посткризових умовах ринку класичні операції, які супроводжуються логістичними рішеннями, не є достатньою умовою успішного функціонування в конкурентному середовищі. Оскільки підприємство повинно орієнтуватись на сучасні потреби потенційних клієнтів, враховувати ситуацію на ринку, політику конкурентів, а також виготовляти продукцію, щоб вона була енергоекономною та менш матеріалозатратною, тобто приймати більш інноваційні рішення у своїй логістичній політиці, яка спонукатиме підприємство до сталого розвитку. Щодо присутності соціальної відповідальності у логістичних рішеннях підприємств, то вона обумовлена необхідністю підвищення «зеленого» та ділового іміджу підприємства; покращення управління персоналом інвестиційної привабливості; управління ризиками та, як наслідок, зростання капіталізації та підвищення довгострокової економічної сталості функціонування підприємств [14].

Зараз створено середовище активного обміну технологічними новинками (ноу-хау), результатами ефективних наукових розробок, винаходами, що веде до зближення економік різних країн, їх соціальної та господарської інтеграції. Пошук нових шляхів зростання і загострення конкуренції викликають прагнення багатьох підприємств шукати нові ринки збуту, оптимальні джерела сировини і трудові ресурси за межами своїх держав. Міжнародний поділ праці та тісні коопераційні зв'язки ведуть до створення транснаціональних компаній, які обов'язково використовують у своїй діяльності глобальні логістичні ланцюги і канали. Створенню таких каналів сприяє використання глобальних телекомунікаційних мереж великими міжнародними транспортно-експедиторськими фірмами та страховими компаніями. Такі процедури спрощують рух капіталу, товарів та інформації через національні кордони (рис. 1).



. 1.

[19]

Отже, глобалізація бізнесу веде до виділення нових логістичних функцій, які будуть рушійною силою для здобуття підприємством позицій інноваційного розвитку. До таких функцій можна віднести, зокрема, дослідження вимог сучасного ринку і визначення відповідного товару, з яким можна виходити на даний ринок; забезпечення екологічних логістичних процесів технічними новинками, в т. ч. сучасними видами транспорту та зв'язку.

У міжнародній практиці з 1999 р. застосовується Індекс глобальної сталості Dow Jones Sustainability World Index (DJSI) як цільовий орієнтир у галузі розрахунку вартості акціонерного капіталу для оцінки фінансової діяльності компаній – міжнародних лідерів інноваційного розвитку [13].

У західній науковій літературі дають різні визначення сутності політики загалом і логістичної, зокрема. Одні автори стверджують, що політика – це низка більш-менш послідовних дій та їх наслідків. Інші характеризують її як ухвалення взаємопов'язаних рішень, що стосуються вибору цілей і засобів їх досягнення [2, 6, 12, 15, 17, 18] (табл. 1).

Таблиця 1

Підхід	Твердження науковців
Політика, як план дій або їх модель.	Політика підприємства – це мистецтво керівництва ним і окремими напрямками його діяльності на конкретному відрізку часу [18]. Немцов В. та Довгань Л.: політика – це загальні орієнтири для дії та прийняття рішень, які забезпечують досягнення поставленої мети [6]. Для Мескона М. політика – загальне керівництво для дій і прийняття рішень, яке полегшує досягнення цілей [12, с. 691].
Політика як складова стратегії	Алексеева М.: після проголошення стратегії визначається політика, яка перетворює розроблену стратегію на відкриту і докладну декларацію основних напрямів діяльності підприємства. Саенко М.: політика підприємства означає визначення стратегії у відкритій декларації, описі, проголошення основних напрямів діяльності підприємства.
Політика є основою загально фірмового управління, а стратегія знаходиться у підлеглому стані	Шелленберг А. розглядає політику підприємства як стратегію в широкому розумінні. Кінг У. та Кліланд Д.: політика – це проголошення намірів організації. Політика має орієнтувати процес прийняття рішень у напрямку, що забезпечує досягнення цілей організації. Як правило, політика допомагає обмежити коло альтернативних рішень, що реалізують стратегію. Мюллер В., У. Ульріх: політика підприємства представляє систему чітко сформульованих, незалежних від часу принципів, під впливом яких рішення і повсякденна діяльність підприємства набувають того чи іншого напрямку. Ансофф І. політикою вважає можливе рішення і стосовно стратегії вона є «оболонкою», в середині якої розробляються і приймаються стратегічні рішення [2]. Абалкін Л. стверджує, що політика – система дій, спрямована на досягнення конкретних цілей.

Нові виклики економіці і менеджменту потребують адекватної відповіді і в сфері логістики. Через те доцільно провести паралель між класичними та новоутвореними функціями логістики за критеріями, наведеними в таблиці 2.

Таблиця 2

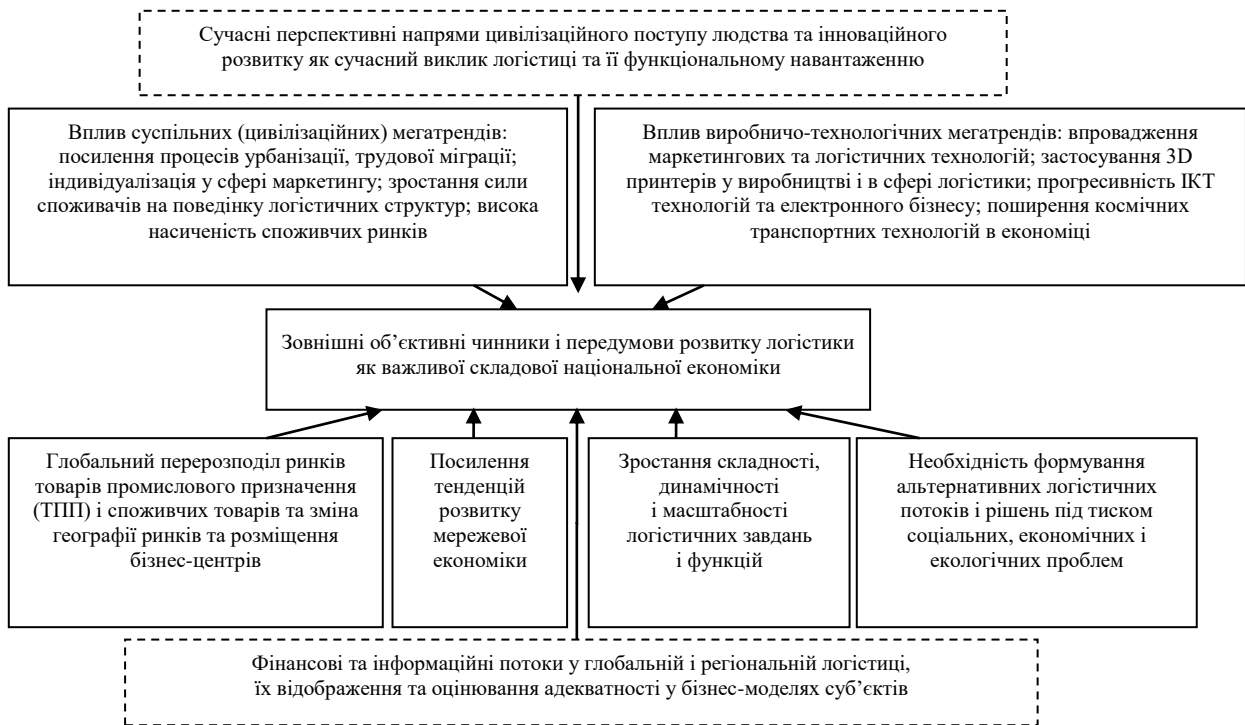
Критерій	Традиційна логістика	Глобальна логістика
Процес розподілу продукту	Канал	Мережа
Особливості фізичного розподілу	Замовник – виробник – замовник	Дистриб'ютор – виробник – дистриб'ютор
Системний підхід в логістиці	Постачання – виробництво – збут	Внутрішня логістика підприємства + послуги логістичних організацій
Концепція сукупних витрат	Мінімальні витрати – оптимальний рівень обслуговування	Мінімальні сукупні витрати в усьому логістичному ланцюзі
Особливості інтеграційної логістики	Інтеграція логістичних операцій	Інтеграція учасників логістичного каналу
Компромід між витратами на зберігання на транспортні перевезення	Збільшення транспортних витрат для забезпечення мінімального страхового запасу (ІТ)	Перевезенням і складуванням займається логістична організація
Стратегія управління запасами	Мінімальний страховий запас	Відсутність власних складів
Управління відходами	Утилізація	Рециклінг або реверсна логістика

Джерело: доопрацьовано на основі [9, 16]

Технологічні інновації – це потужна рушійна сила XXI ст., яка докорінно змінює сферу логістики (див. рис. 2), поділ праці в національних економіках і в глобальному бізнесі. Від швидкості їх впровадження залежатиме масштаб вирішення поточних проблем (економічних, екологічних і соціальних), а також поява нових форматів еко-бізнесу, електронного управління економікою і державними інститутами – загалом майбутнє суспільства.

Оскільки на сучасному етапі економічного розвитку суттєво змінилися завдання логістичної політики та інструменти прийняття рішень, Григорак М. Ю. виділяє нові трактування функцій логістики [5]: системоутворююча функція, оскільки є системою ефективних технологій забезпечення процесу управління ресурсами і у «вузькому сенсі» утворює систему розподілу товарного руху; інтегративна функція забезпечує узгодження інтересів логістичних посередників з іншими учасниками логістичної системи (мереж створення вартості і мереж цінності); регулювальна функція, оскільки управління матеріальними й супутніми потоками в логістичних системах різних рівнів спрямоване на економію всіх видів ресурсів, скорочення витрат у різних секторах економіки й тим самим відображає інтереси всього народного господарства загалом; результативна функція, оскільки логістична діяльність охоплює всі етапи взаємодії «постачання – виробництво – розподіл – споживання» і спрямована на перетворення ресурсів у постачання готової продукції відповідно до наявного попиту, тобто її результатом є доставка цінності кінцевим споживачам; сервісна функція, оскільки результатом логістичної діяльності є надання комплексу логістичних послуг, що призвело до створення окремого сегмента ринку та зростання ролі логістичних компаній, які спеціалізуються на задоволенні потреб клієнтів у переміщенні логістичних потоків.

Керівництво будь-якого підприємства, перед тим як розгорнути свою діяльність, формує загальну політику новоствореного підприємства. У кожного підприємства суть політики відрізняється залежно від специфіки діяльності, проте напрями впливу політики переважно повторюються.

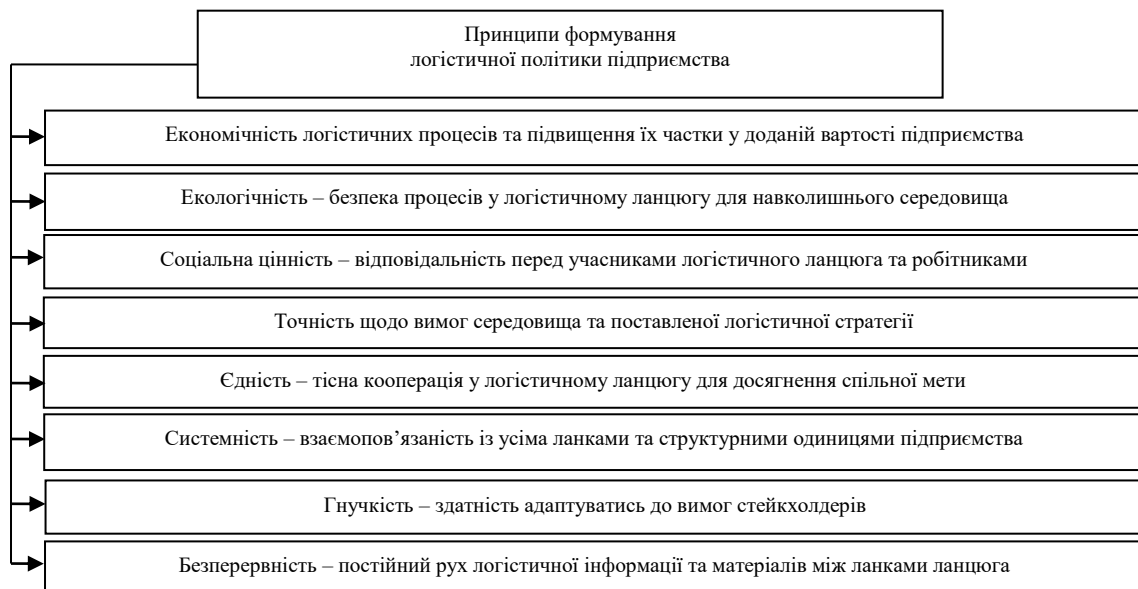


. 2.

[19]

Базуючись на змісті концепції стратегічного управління вважаємо, що логістична політика та стратегія належать до групи елементів, що становлять предмет логістичного стратегічного управління.

Дотримання принципів формування логістичної політики машинобудівного підприємства для забезпечення інноваційного розвитку (рис. 3) створює сприятливі умови для ефективного досягнення поставленої мети та розв'язання логістичних задач, а також знижує ризик негативних результатів реалізації логістичних управлінських рішень.



. 3.

[19]

Використовуючи попередньо наведену інформацію, а також враховуючи той факт, що поняття «логістична політика» не досить часто використовується у вітчизняній науковій літературі, оскільки для кожного науковця воно є дещо спірне і не чітко окреслене, можна навести ряд наступних трактувань саме логістичної політики (див. табл. 3).

У логістичної політики шукають підтримки три пріоритетні напрями формування тривалих конкурентних переваг, які ідентифікує узагальнююча оцінка чинників маркетингової політики вітчизняних машинобудівних підприємств:

- розвиток експортного потенціалу підприємства шляхом впровадження в експортну стратегію засад євромаркетингу та єврологістики з креативним поєднанням принципів стандартизації і диференціації;
- розвиток товарного потенціалу шляхом включення в проєкт нового товару та повного спектру вимог з перспективою поставок до кінцевого споживача;
- розвиток дистрибуційного потенціалу через створення та реалізацію логістичної підтримки для основних виробничих процесів.

Таблиця 3

[7, 10, 11, 16, 20, 21]

Автор	Підхід
Окландер М.	Мета логістичної політики – балансувати рівень сервісу і величину логістичних витрат для підвищення конкурентоспроможності підприємства
Карп І.	Логістична політика під час розроблення стратегії планування на підприємстві має бути частиною всієї виробничо-функціональної стратегії, що, поряд з організаційною, є частиною загальногосподарської стратегії фірми
Козлова В., Уварова С.	Логістика дозволяє економічним суб'єктам формувати стратегію ефективної політики з забезпечення своєї конкурентної переваги, виходячи не з абстрактної орієнтації на ринок, а на основі орієнтації на конкретного споживача
Голембска Е.	Під логістичною політикою слід розуміти цілеспрямований, непрямий та безпосередній вплив держави на підвищення ефективності та продуктивності постачання продукції та супровідної інформації між учасниками ланцюга поставок
Макогон Ю.	Цільова логістична політика підприємства – позиція підприємства в розрізі логістичної концепції
Віла Д., Мартел А., Борегард Р.	Логістична політика характеризується вектором цільових значень для відповідного наказу, кваліфікаційних критеріїв і оптимізації маркетингових та логістичних витрат, понесених в ході реалізації політики

Відповідно, для реалізації логістичних стратегій повинна бути сформована логістична політика підприємства, яка спрямовує його діяльність у відповідності до реалізації обраної логістичної стратегії.

Амітан В.Н., Ларіна Р.Р., Пілюшенко В.Л. виділяють умови, під час виконання яких логістична політика сприятиме зростанню ефективної роботи підприємства [1, с.30]:

- тісний зв'язок логістики із корпоративною стратегією;
- досконала розробка корпоративних стратегій;
- врахування прибутку від логістики в системі фінансових показників;
- вдосконалення переміщення матеріальних потоків;
- наявність необхідної інформації та сучасна технологія її обробки;
- ефективне управління трудовими ресурсами;
- визначення оптимального рівня логістичного обслуговування.

Як і будь-яка політика підприємства, логістична політика також має свої складові. До комплексу логістичної політики підприємства входить політика постачання матеріалів та комплектуючих, політика щодо фізичного переміщення матеріалів та інфраструктурного забезпечення потокових процесів; інформаційна політика; політика щодо логістичних витрат та ін. Поєднання таких складових на основі обраної логістичної стратегії та стратегії інноваційного розвитку збільшує шанси підприємства щодо впровадження інноваційних рішень та проєктів. До ланок забезпечення логістичної політики можна віднести менеджерів з логістики; робітників-логістів, партнерів та ін. стейкхолдерів у логістичному ланцюгу.

Логістична політика підприємства повинна займатись оптимізаційними процесами в управлінні матеріальними, фінансовими та інформаційними потоками. Під час будь-якого логістичного процесу на етапах постачання, виробництва чи збуту є не лише рух матеріалів, а й паралельний рух фінансів та інформації.

Оптимізаційні процеси логістичної політики щодо матеріального потоку повинні відбуватись з орієнтацією на:

- неперервність виробничого процесу;
- впорядковане переміщення предметів праці у виробництві (безвідходне виробництво);
- ритмічність виробничого циклу (безперебійне виробництво);
- синхронізацію циклів процесів і їх частин.

Відповідно, правильне інформаційне забезпечення логістичної політики оптимізації матеріального потоку дозволить не лише здійснювати координовані управлінські дії, а й уможливити підготовку підприємства до використання таких систем управління матеріальним потоком, як MRP (планування потреби в матеріалах); DRP (планування розподілу ресурсів); JIT (управління матеріальними і інформаційними потоками за принципом «точно своєчасно»); KANBAN – програмне забезпечення ощадливого виробництва за принципом «точно своєчасно»); OPT (оптимізована технологія виробництва) та ін.

Логістична політика щодо оптимізації інформаційного потоку покликана пришвидшити, уніфікувати та синхронізувати інформацію, яка весь час циркулює при здійсненні усіх операцій. В даному випадку логістична політика повинна організувати такий обмін даними або створити базу даних, яка б була не лише максимально наповненою, а й корисною та практичною для інших підрозділів та контрагентів підприємства. Сюди можна віднести системи кодового штрихування, EDI (електронний обмін даними), GDSN (глобальна мережа синхронізації даних), EPC (електронний код продукції) [19].

Логістична політика щодо оптимізації фінансового потоку полягає у координуванні фінансових операцій та забезпеченні їх збалансованості та впорядкованості, покликана зменшувати різного роду

витрати підприємства (транзакційні, логістичні, матеріальні, транспортні, складські та ін.). Ефективність оптимізаційних процесів перелічених потоків залежить від ступеня інтеграції учасників логістичного ланцюга як внутрішніх, так і зовнішніх операцій.

Класично логістична політика постачання відповідає за вчасно поставлені комплектуючі, напівфабрикати для відповідної спеціалізації виробництва, а також забезпечує тісні зв'язки із постачальниками. Політика постачання виробляється на підставі аналізу двох аспектів: важливості передбачуваної закупівлі (з точки зору її потенційної дії на характеристики вироблюваної продукції, скорочення виробничих витрат і рівень прибутку) і особливостей ринку постачань (обмеженість ринкових можливостей, наявність бар'єрів на шляху проникнення на ринок, монопольний або олігопольний характер ринку). Але з проєкцією на сталий розвиток логістичної політики постачання повинно цікавити питання екологічності перевезень або використання комбінованих (інтермодальних) перевезень. При власному автопарку це ще й питання безпеки водіїв.

Логістична політика виробництва забезпечує технологію і стратегію виробництва та його безперебійний і якісний процес. Ця політика повинна бути направлена на одну із двох систем управління матеріальними потоками: тягнути чи штовхаючи, а також повинна враховувати особливості та властивості технології виробництва і принципи поповнення сировинних запасів. З орієнтацією на сталий розвиток, до логістичної політики відносяться завдання безвідходного виробництва, енергоекономного та ощадливого, з мінімальним використанням природних ресурсів.

Політика збутової логістики має на меті мінімізацію витрат як в межах, так і поза межами логістичної системи за умови функціонування збуту у повній відповідності до замовлень клієнтів [9, с. 399]. Вона націлена на створення техніко-технологічно пов'язаних систем проведення матеріалів товаропровідними ланцюгами, а також систем контролю за їх проходженням. А також направлена на тісний зв'язок усіх функцій, а також на відносини із клієнтами (партнерами), від чого залежать частота поставок, безпека на складських площах, енергоекономність складів та ін.

Отже, інтеграція логістичних та маркетингових функцій на підприємстві в аспекті сталого розвитку може відбуватись в розрізі:

- інновацій: в управлінні сировиною, виробництвом, інформацією, підприємством; інноваційні зміни в діючих оргструктурах, інфраструктурі; інновації у корпоративному управлінні;
- прийняття стандартів: корпоративних, технологічних, соціальних, екологічних;
- наявної ринкової ситуації: динамічний ринок, стабільний ринок, рецесія, форс-мажорні обставини.

Відповідно, усі інтегровані рішення повинні прийматись таким чином, щоб вартість пропозицій була стабільною або зростала (табл. 4).

Таблиця 4

Економічна вартість	Ринкова вартість	Додана вартість
Найнижчі загальні витрати	Привабливий асортимент	Виробництво для індивідуального клієнта
Ефективність економії на масштабах	Ефективність економічної сфери	Різноманітність сегментів
Створення товару/послуги	Презентація товару/послуги	Позиціонування товару/послуги
Закупівлі/стратегія виробництва	Ринок/стратегія дистрибуції	Стратегія ланцюга поставок

Передумови інтеграційних дій та особливе значення в них логістики для вітчизняних підприємств можна систематизувати у такий спосіб [3, с. 147]:

- інтеграція логістичних процесів дозволяє краще планувати інвестиції, які мають на меті отримання вищого рівня обслуговування переміщення матеріалів і товарів;
- процеси інтеграції дозволяють стандартизувати цілі і дії у сфері дистрибуції, виробництва та постачання, що, в свою чергу, дозволяє уникнути субоптимізації дій;
- інтеграція логістичних процесів уможливує покращення контролю виконуваних процедур;
- інтеграція призводить до зменшення ризику через обмеження передбачувальних дій (таких як виготовлення цілого комплексу асортиментних різновидів виробів у передбаченні майбутньої потреби) на користь концепції затримки кінцевої комплектації (до моменту, коли потреби споживачів будуть відомими);
- інтегроване управління логістичними процесами є джерелом інноваційності; воно підтримує розробку нових способів використання сучасної техніки та нових технологій переміщення.

Будь-яке підприємство на шляху утримання сталих позицій на ринку та ведення чесної конкурентної боротьби може зустрітись із проблемами реалізації логістичних функцій [4, с.149]:

- надійне і своєчасне забезпечення підприємства виробничо-комерційною інформацією, інформованість його про ситуації на ринках товарів і послуг, про попит на виготовлену продукцію, про ефективні способи постачання необхідних матеріалів і перевезення готової продукції;
- задоволення потреб споживачів, підвищення рівня їх обслуговування, комплексному забезпеченні їх запитів щодо асортименту, терміну і форми поставки продукції у відповідності до сучасних логістичних підходів реалізації продукції;
- участь в комерційній діяльності посередницьких структур, спеціалізованих логістичних посередників, які забезпечують скорочення заготівельних і реалізаційних витрат підприємства і підвищення ефективності виробництва.

– необхідне кадрове забезпечення комерційної діяльності (впровадження комп'ютерної техніки, нових видів логістичних послуг).

Застосування логістичної політики в реалізації стратегії інноваційного розвитку дозволить підприємствам систематизувати управління, яке, водночас, буде поєднувати у собі інтеграцію діючих політик на підприємстві та забезпечуватиме стрімкий стратегічний розвиток, а також налагодити партнерські відносини в усьому логістичному ланцюзі для зростання доданої вартості підприємства.

Вирішення проблеми з допомогою маркетингових та логістичних підходів в деяких випадках несе за собою ряд протиріч. Відповідно маркетингова політика із логістичною політикою підприємства можуть суперечити. Ці протиріччя переважно стосуються рівня сервісу і витрат на цей сервіс; складування готової продукції і витрат, пов'язаних із утриманням запасів; вибір каналів розподілу та ін.

Джерелом тих протиріч є те, що логістична політика направлена на мінімізацію витрат підприємства, а маркетингова – на максимальне задоволення потреб споживачів, що несе за собою значні витрати.

Покажемо на прикладі створення упаковки протиріччя функції маркетингу і логістики. Основним обов'язком концепції маркетингу в даному прикладі буде створення упаковки, яка б привертала увагу споживача, приваблювала його, надавала основну інформацію про продукт. Тоді як логістична концепція стверджує, що упаковка має бути транспортабельною (як для перевезення, так і для розміщення на піддонах), зберігати продукт у своєму первинному стані довший час, безпечною для клієнта, виготовленою з екологічних матеріалів, підлягати переробці та ін. Тому, якщо не врахувати ці дві сторони, можна отримати збільшення витрат на перевезення, а відповідно і збільшення трансакційних витрат.

Взаємодія маркетингу та логістики є необхідною. Логістика забезпечує ефективність маркетингу, представляючи собою іноді маркетинговий інструмент, іноді оптимізатора маркетингових процесів і, в першу чергу, функцію забезпечення.

Започатковуючи свою діяльність, будь-яке підприємство зустрічається із логістичними рішеннями, навіть при відсутності відповідної структурної одиниці. Логістична політика відіграє важливу роль у стратегічному розвитку підприємства. Оскільки при її впровадженні забезпечується стратегічний маркетинговий план для підприємства, маркетингові стратегії на певний період, приймаються логістичні рішення в сфері постачання, виробництва, збуту, налагоджуються співпраця із клієнтами та підприємствами, які допомагають у здійсненні підприємницької діяльності. За відсутності цих політик, підприємство не зможе повноцінно існувати на конкурентному ринку та утримувати стабільність, оскільки не володітиме інформацією, яку надає і якою управляє маркетингова та логістична політика.

Таким чином, із вище наведених вище аргументів і фактів, автор узагальнивши все, стверджує, що логістична політика являє собою сукупність послідовних дій, логістичних рішень та методів, які є базовими в логістичному управлінні суб'єктами господарювання.

Тому, для реалізації логістичних стратегій інноваційного розвитку повинна бути сформована відповідна логістична політика підприємства, яка спрямовує його функціонування у напрямі реалізації обраної логістичної стратегії. Водночас, логістична політика в реалізації стратегії інноваційного розвитку дозволяє підприємству доповнювати логістичну стратегію, надавати їй гнучкість і рухливість; бути на високому рівні серед конкурентів, та використовувати іноземний досвід в сфері логістики на власній практиці; забезпечити додаткову гнучкість та стійкість підприємства до впливу зовнішніх і внутрішніх чинників; доповнювати і налагоджувати коопераційні зв'язки між основними відділами підприємства за рахунок логістичних зв'язків.

Логістична політика в реалізації стратегії інноваційного розвитку підприємства реалізується певним комплексом методів, планів, рішень як у внутрішньому середовищі, так і на регіональному та державному рівні. Методологічно-методичне і нормативне забезпечення даної політики розглянемо у наступному пункті.

1. Амітан В. Н., Ларіна Р. Р., Пілюшенко В. Л. Логістизація процесів в організаційно-економічних системах : монографія. Донецьк : Юго-Восток, 2003. 72 с.
2. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия. СПб : ПитерКом, 1999. 416 с.
3. Герасимчук З. В., Морохова В. О., Бойко О. В. Маркетингова політика машинобудівних підприємств на ринку інвестиційних товарів : монографія. Луцьк : Надтир'я, 2008. 200 с.
4. Гордон М. П., Карнаухов С. Б. Логистика товародвижения : 2-е изд., перераб., доп. Москва : Центр экономики и маркетинга, 2001. 200 с.
5. Григорак М. Ю. Теоретичні положення інтелектуально зорієнтованої логістики. Бізнесінформ. 2015. № 2. С. 20–29.
6. Жданова О. С. Маркетингова політика та її місце в економічній політиці промислових підприємств. Механізм регулювання економіки. Суми : СумДУ, 2009. № 4, Т. 2. С. 222–226.
7. Карп І. Функціонування логістичного управління на підприємстві. Українська наука: минуле, сучасне, майбутнє. 2011. Випуск 16. С. 110–116.
8. Коверга С. В., Деречинський Ю. Н. Маркетингово-логістичне комплексне управління виробничою та підприємницькою діяльністю. Механізм регулювання економіки. Суми : СумДУ, 2009, № 3, Т. 2. С. 215–220.
9. Крикавський С. Логістичне управління : підручник. Львів : Вид-во НУ «Львівська політехніка», 2005. – 684 с.
10. Макогон Ю. В. Системне управління логістичною діяльністю промислового підприємства. Вісник Донецького національного університету, серія В: Економіка і право. 2011. Вип. 2. С. 118–122.
11. Мельникович М. П., Соловій І. П. Індикатори сталості розвитку: від еколого-економічної теорії до удосконалення механізму прийняття рішень на різних рівнях управління : монографія. Сталій розвиток та екологічна безпека суспільства: теорія, методологія, практика / за наук. ред. Хлобистова Є.В. Сімферополь, 2011. Т. 1. С. 405–427.

12. Мескон М. Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента : пер. с англ. Москва : Дело, 2002. 704 с.
13. Міжнародна оцінка розвитку відповідно до стратегії сталого розвитку. URL : [https://pidruchniki.com//91753/sotsiologiya/mizhnarodna\\_otsinka\\_rozvitku\\_vidpovidno\\_strategiyi\\_stalogo\\_rozvitku](https://pidruchniki.com//91753/sotsiologiya/mizhnarodna_otsinka_rozvitku_vidpovidno_strategiyi_stalogo_rozvitku) (дата звернення 19.03.2018).
14. Мішенін Є. В., Ярова І. Є. Соціально-екологічна відповідальність підприємств лісового комплексу України. URL : [http://elkniga.info/book\\_24\\_glava\\_77\\_M%D1%96shen%D1%96n\\_%D0%84\\_V.\\_JArova\\_%D0%86\\_.html](http://elkniga.info/book_24_glava_77_M%D1%96shen%D1%96n_%D0%84_V._JArova_%D0%86_.html) (дата звернення 9.04.2018).
15. Мочерний С. В., Ларіна Л. С., Устенко О. А., Юрій С. І. Економічний енциклопедичний словник : у двох томах, Т. 2 ; за ред. С.В. Мочерного. Львів : Світ, 2006. 568 с.
16. Окландер М. А. Логістична система підприємств : монографія. Одеса : Астропринт, 2004. 312 с.
17. Пастухова В. В. Стратегічне управління підприємством: філософія, політика, ефективність : монографія. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2002. 302 с.
18. Разработка стратегии фирмы. Развитие фирмы. Конец маркетинга? Или стратегический маркетинг и планирование – проблемы и решения. URL : <http://www.m-marketing.ru/articles/info/article142.html> (дата звернення 29.09.2011).
19. Сапотницька Н.Я. Логістична політика в реалізації стратегії сталого розвитку підприємств : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)» (08 – Економічні науки). Національний університет «Львівська політехніка», Львів, 2018. Національний університет водного господарства та природокористування, Рівне, 2019. 301 с.
20. Gołemska E., Kempny D., Witkowski J. Eurologistyka w zarządzaniu międzynarodowym. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN SA, 2005. 156 s.
21. Vila D., Martel A., Beauregard R. Taking market forces into account in the design of production-distribution networks: A positioning by anticipation approach. The Journal of Industrial and Management Optimization. 2006. 31 p.

## References

1. Amitan V. N., Larina R. R., Piliushenko V. L. Lohystyzatsiia protsesiv v orhanizatsiino-ekonomichnykh systemakh : monohrafiia. Donetsk : Yuho-Vostok, 2003. 72 s.
2. Ansoff I. Novaya korporativnaya strategiya. SPb : PiterKom, 1999. 416 s.
3. Herasymchuk Z. V., Morokhova V. O., Boiko O. V. Marketynhova polityka mashynobudivnykh pidpriemstv na rynku investytsiinykh tovariv : monohrafiia. Lutsk : Nadstyria, 2008. 200 s.
4. Hordon M. P., Kamaukhov S. B. Lohystyka tovarovyvzheniia : 2-e yzhd., pererab., dop. Moskva : Tsentr ekonomyky y marketynha, 2001. 200 s.
5. Hryhorak M. Yu. Teoretychni polozhennia intelektualno zoriietovanoi lohystyky. Biznesinform. 2015. № 2. S. 20–29.
6. Zhdanova O. S. Marketynhova polityka ta yii mistse v ekonomichnii politytsi promyslovykh pidpriemstv. Mekhanizm rehulivannia ekonomiky. Sumy : SumDU, 2009. № 4, T. 2. S. 222–226.
7. Karp I. Funktsionuvannia lohystychnoho upravlinnia na pidpriemstvi. Ukrainka nauka: mynule, suchasne, maibutnie. 2011. Vypusk 16. S. 110–116.
8. Koverha S. V., Derechynskiy Yu. N. Marketynhovo-lohystychno kompleksne upravlinnia vyrobnychoiu ta pidpriemnytskoiu diialnistiu. Mekhanizm rehulivannia ekonomiky. Sumy : SumDU, 2009, № 3, T. 2. S. 215–220.
9. Krykavskiy Ye. Lohystychno upravlinnia : pidruchnyk. Lviv : Vydavnytstvo Natsionalnoho universytetu «Lvivska politekhnika», 2005. 684 s.
10. Makohon Yu. V. Systemne upravlinnia lohystychnoiu diialnist promysloвого pidpriemstva. Visnyk Donetskoho natsionalnoho universytetu, seria V: Ekonomika i pravo. 2011. Vyp. 2. S. 118–122.
11. Melnykovich M. P., Solovii I. P. Indykatory stalosti rozvytku: vid ekolo-ho-ekonomichnoi teorii do udoskonalennia mekhanizmu pryiniattia rishen na riznykh rivniakh upravlinnia : monohrafiia. Stalyi rozvytok ta ekolohichna bezpeka suspilstva: teoriia, metodolohiia, praktyka / za nauk. red. Khlobystova Ye.V. Simferopol, 2011. T. 1. S. 405–427.
12. Meskon M. H., Albert M., Hedouri F. Osnovy menedzhmenta : per. s. angl. Moskva : Delo, 2002. 704 s.
13. Mizhnarodna otsinka rozvytku vidpovidno do stratehii staloho rozvytku. URL : [https://pidruchniki.com/91753/sotsiologiya/mizhnarodna\\_otsinka\\_rozvitku\\_vidpovidno\\_strategiyi\\_stalogo\\_rozvitku](https://pidruchniki.com/91753/sotsiologiya/mizhnarodna_otsinka_rozvitku_vidpovidno_strategiyi_stalogo_rozvitku) (data zvernennia 19.03.2018).
14. Mishenin Ye. V., Yarova I. Ye. Sotsialno-ekolohichna vidpovidalnist pidpriemstv lisovoho kompleksu Ukrainy. URL : [http://elkniga.info/book\\_24\\_glava\\_77\\_M%D1%96shen%D1%96n\\_%D0%84\\_V.\\_JArova\\_%D0%86\\_.html](http://elkniga.info/book_24_glava_77_M%D1%96shen%D1%96n_%D0%84_V._JArova_%D0%86_.html) (data zvernennia 9.04.2018).
15. Mochernyi S. V., Larina L. S., Ustenko O. A., Yurii S. I. Ekonomichnyi entsyklopedychnyi slovnyk : u dvokh tomakh, T. 2 ; za red. S.V. Mochernoho. Lviv : Svit, 2006. 568 s.
16. Oklander M. A. Lohystychna systema pidpriemstv : monohrafiia. Odessa : Astroprynt, 2004. 312 s.
17. Pastukhova V. V. Stratehichne upravlinnia pidpriemstvom: filosofii, polityka, efektyvnist : monohrafiia. Kyiv : Kyiv. nats. torh.-ekon. un-t, 2002. 302 s.
18. Razrabotka strategii firmy. Razvitie firmy. Konec marketinga? Ili strategicheskij marketing i planirovanie – problemy i resheniya. URL : <http://www.m-marketing.ru/articles/info/article142.html> (data zvernennya 29.09.2011).
19. Sapotnitska N.Ia. Lohystychna polityka v realizatsii stratehii staloho rozvytku pidpriemstv : dys. ... kand. ekon. nauk : 08.00.04 «Ekonomika ta upravlinnia pidpriemstvamy (za vydamy ekonomichnoi diialnosti)» (08 – Ekonomichni nauky). Natsionalnyi universytet «Lvivska politekhnika», Lviv, 2018. Natsionalnyi universytet vodnoho hospodarstva ta przyrodokorystuvannia, Rivne, 2019. 301 s.
20. Gołemska E., Kempny D., Witkowski J. Eurologistyka w zarządzaniu międzynarodowym. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN SA, 2005. 156 s.
21. Vila D., Martel A., Beauregard R. Taking market forces into account in the design of production-distribution networks: A positioning by anticipation approach. The Journal of Industrial and Management Optimization. 2006. 31 p.

Рецензія/Peer review: 01.11.2019

Надрукована/Printed : 08.01.2020  
Рецензент: д. е. н., проф. Нижник В. М.