

УДК 658: 001.895

ІНТЕГРАЦІЯ ЛОГІСТИКИ ТА МАРКЕТИНГУ ДЛЯ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ЕКОНОМІКИ

Бородіна Оксана Анатоліївна, к.н. держ. упр., заступник декана економічного факультету ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет», м. Маріуполь.

Borodina O. candidate of Sciences in public administration, Deputy Dean of the economic faculty State Higher Educational Institution «PRAZOVSKYI STATE TECHNICAL UNIVERSITY»

Borodina O. Integration of logistics and marketing for the formation of innovative potential of economy

This article contains directions integration of marketing and logistics concepts in the system of innovative development company. Thus defined determinants of logistic flow management innovations, including the most important - the place and time. The place of marketing concepts and logistics to generate innovative potential of the company, while marketing and logistics as defined and direct view of innovation as a process of transformation software innovation. Application of the principle of the system to determine the place of marketing and logistics as a new approach to integration facilities, tools and processes to generate innovative potential of industrial enterprises.

Бородіна О.А. Інтеграція логістики та маркетингу для формування інноваційного потенціалу економіки.

Стаття містить напрями інтеграції маркетингової і логістичної концепцій у системі інноваційного розвитку підприємства. При цьому окреслені детермінанти логістичного управління потоком інновацій, серед яких найважливіші - місце і час. Визначено місце концепцій маркетингу і логістики у формуванні інноваційного потенціалу підприємства, при цьому маркетинг і логістика визначаються і як безпосередній вид інновацій, і як процес забезпечення трансформації інновації. Обґрунтовано застосування системного принципу до визначення місця маркетингу і логістики як нового підходу до інтеграції об'єктів, засобів і процесів у формуванні інноваційного потенціалу промислового підприємства.

Бородіна О.А. Інтеграція логістики і маркетинга для формування інноваційного потенціалу економіки.

Статья содержит направления интеграции маркетинговой и логистической концепций в системе инновационного развития предприятия. При этом обозначенные детерминанты логистического управления потоком инноваций, среди которых важнейшие - место и время. Определено место концепций маркетинга и логистики в формировании инновационного потенциала предприятия, при этом маркетинг и логистика определяются и как непосредственный вид инноваций, и как процесс обеспечения трансформации инновации. Обосновано применение системного принципа к определению места маркетинга и логистики как нового подхода в интеграции объектов, средств и процессов в формировании инновационного потенциала промышленного предприятия.

Постановка проблеми. Розвиток сучасної економіки в умовах глобалізаційних процесів стає все більш залежним від ефективної організації взаємопов'язаних процесів: виробництва, генерування, купівлі, розповсюдження і застосування певних матеріальних цінностей. Знання, інновації та контроль над ними - так, як колись володіння землею, сировиною, фабриками - стають сучасними атрибутами заможності.

Сфера логістики матеріального потоку охоплює всі можливі фази його трансформації у визначених межах логістичної системи. Найбільш повно фази трансформації матеріального потоку ідентифікуються в логістиці промислового підприємства, тобто підприємства чи організації, що виробляє готовий виріб, півфабрикат, складові частини тощо. Власне на таких підприємствах присутня стадія виробництва.

За умов нестабільного, швидко змінюваного середовища, загострення кризових явищ на вітчизняному ринку і пошуку нових резервів у підприємницькій діяльності, ключовими чинниками успіху стають не тільки виробничі нововведення, а й організаційно-управлінські інновації, зокрема маркетингові і логістичні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання логістичного підходу до управління підприємством досліджували такі вчені: Д.О. Іванов, В.К. Козлов, Ф. Котлер, Н. Круминш, М.А. Окландер, Н.І. Чухрай та інші. У працях розглядаються проблеми логістики на мікрорівні та макрорівні.

У своїх роботах вчені Клочко Р. Р., Кузьменко А. В., Сумець О. М., Пелихов С. Ф., Баленко І. М., Крикавський С. В., Кубів І. І. досліджують сутність логістики, визначають переваги її впровадження в діяльність вітчизняних підприємств та наводять деякі приклади використання логістики на підприємствах

Проблемам інноваційної діяльності, її окремим аспектам присвячені роботи українських учених В. Александрової, Ю. Бажала, Л. Безчасного, П. Беленького, Є. Бойка, С. Вовканича, В. Гейця, М. Герасимчука, Г. Доброва, М. Долішнього, С. Злупка, М. Козоріз, О. Кузьміна, О. Лапко, І. Лукінова, Б. Малицького, В. Мунтіяна, П. Перерви, Й. Петровича, Я. Побурка, І. Продіуса, В. Соловійова, М. Чумаченка, А. Чухна, І. Школи, інших відомих вітчизняних вчених і практиків. Серед учених країн СНД слід відзначити таких визнаних авторитетів, як С. Валдайцев, Є. Голубков, А. Ніколаєв, А. Градов, С. Ільєнкова, П. Завлін, П. Зав'ялов, А. Казанцев, В. Ковальов, Д. Львов, Р. Ноздрьов, Л. Мінделлі, Р. Фатхудинов, інші.

Мета статті. Однак, незважаючи на зростання кількості досліджень, присвячених, з однієї сторони, питанням логістичної складової формування інноваційного потенціалу економіки, реалізації його в умовах трансформації економіки, відчувається відсутність інтегрованого підходу до теоретичного вирішення названих проблем. За цих умов набувають актуальності дослідження аналізу можливостей інноваційного розвитку та формування цільових ринків для їхньої реалізації, ролі та місця організаційно-управлінських рішень у процесі формування інноваційного потенціалу, вимагають розробки питання адміністративного забезпечення прийняття логістичних рішень в інноваційній діяльності, виступають як першочергові питання системного підходу до управління інноваційним потенціалом промислових підприємств стосовно досягнення поточних і стратегічних цілей, що і метою дослідження у статті.

Результати дослідження. Транспортні, логістичні та торгові складові здавна відігравали значну роль в економіці нашої держави. Завдяки вигідному географічному розташуванню Україна має історично розвинені торговельні зв'язки з низкою європейських країн. Так, у восьмому і дев'ятому століттях варяги проклали торговий шлях через Русь з Балтики до Азовського і Каспійського морів. Київ, став найбільшим торговим центром, через який проходив один із найважливіших міжнародних торговельних шляхів, а транзитні надходження відігравали роль бюджетоутворюючих. Історично розвиток логістичної галузі зазнав певного перебігу подій, який можна поділити на наступні етапи [3; 5, 7].

Етап розбудови (60-і роки ХХст). Об'єктивні економічні чинники, що прискорили розвиток логістики на цьому етапі: посилення уваги до покупців, поява великої кількості конкурентних товарів, методів кращого обслуговування споживачів, перехід до ринку покупця, що змусило шукати нові шляхи координації попиту і пропозиції, а також методів кращого обслуговування споживачів. Почала формуватися теорія і практика логістичного управління. Виникли нові логістичні підходи до скорочення циклів замовлення і виробництва продукції.

На цьому етапі форма логістичного управління була найменш досконалою, але прийшло розуміння та формулювання ключової концепції загальних витрат у фізичному розподілі. Розвиток комп'ютерних технологій, які почали активно впроваджуватися в бізнес з середини 50-х років, дозволило автоматизувати рішення таких багатоальтернативних та оптимізаційних завдань, як вибір виду транспорту, оптимізація розміщення виробництва і складів, оптимальна маршрутизація, керування запасами продукції великого асортименту, прогнозування попиту і потреб в ресурсах і т.п.

Етап розвитку. Відмінною рисою 1970-х років стало посилення конкуренції на фоні енергетичної кризи. Попереднє зростання інвестицій у засоби виробництва змінився відносною стабілізацією. При цьому значно зросли логістичні витрати, вартість фізичного розподілу. Ресурсний фактор (зниження енергоємності і матеріаломісткості продукції) став основним у конкурентній боротьбі. На етапі розвитку виробництво, складське і транспортне господарства підприємств почали працювати як єдиний злагоджений механізм, тобто відбувалося управління потоком вироблених товарів від виробничої лінії до кінцевого споживача. З одного боку даний етап характеризується поширенням логістичної системи, а з іншого боку для більшості фірм логістичний підхід ще не став очевидним. Логістичне управління стало охоплювати виробництво, чому сприяла поява комп'ютерних систем контролю і управління виробництвом, впровадження та розвитку автоматизованих систем управління (АСУ) технологічними процесами і виробничими підрозділами. До кінця 1970-х років на Заході завершилася так звана "тарно-пакувальна" революція, яка докорінно змінила набір операцій, організацію, технічне та технологічне забезпечення складського процесу. Великий розвиток отримало виробництво транспортно-складського обладнання, стандартизація та виробництво нових видів тари та упаковки, стали формуватися сучасні автоматизовані складські комплекси, активно почала впроваджуватися контейнерне перевезення вантажів.

Інтегративний етап. У 1980-і роки відбулися зміни в державному регулюванні інфраструктури економіки; повсюдне поширення філософії загального управління якістю; структурні зміни в організаціях бізнесу. Стався бурхливе зростання партнерства і стратегічних союзів в бізнесі, в галузі надання спеціалізованих послуг на транспорті, в оптовій торгівлі і розподілі, які змінили попередню практику недовіри, підозрливості й запеклої конкуренції. Отримала повсюдне поширення концепція загального керування якістю, яка зробила переворот у теорії та практиці менеджменту. Концепція загального управління якістю є свого роду філософією управління, яка визнає, що потреби споживача і мети бізнесу нероздільні. Етап інтеграції характеризується об'єднанням логістичних функцій фірми і її логістичних партнерів логістичний ланцюг, що включає закупівлю-виробництво-розподіл і продаж. Завдяки революції в інформаційних технологіях і змінам в економіці на даному етапі відбувся феномен логістичного "злету", який характеризувався: зростанням кваліфікації менеджерів у галузі логістики; створенням на підприємствах консультативних відділів з проблем логістики; довгостроковим плануванням у галузі логістики і т.ін.

Глобалізаційний етап. У 1990-ті роки концепція логістики, ключовим положенням якої є необхідність інтеграції, була визнана більшістю учасників ланцюгів постачання, виробництва і розподілу. З'явилися фундаментальні зміни в організації та управлінні ринковими процесами у всій світовій економіці. Компанії почали здійснювати свою діяльність не тільки на регіональному чи національному рівнях, але і на глобальному. Почалася глобалізація світової економіки. У зв'язку з глобалізацією світової економіки посилилася потреба в залученні "третіх учасників" - митних та експедиційних агентств, банків і т.п. Це висунуло нові вимоги до менеджерів логістики: знання законодавчих основ, податкових систем, особливостей урядового регулювання економіки різних країн; виконання вимог до упаковки, маркування з урахуванням мовних відмінностей; вміння усувати митні бар'єри.

Сучасний етап розвитку логістики (з 2000 року) характеризується впливом двох основних факторів: глобалізація світової економіки і глобальна науково-технічна революція, які породжують нові потреби клієнтів в логістичних послугах та різноманітні форми їх задоволення.

Логістичне управління значною мірою впливає на стан фінансово-економічного та правового забезпечення в ринкових умовах різноманітних господарських зв'язків. Це, перш за все, відноситься до ринку транспортних послуг, організації та функціонування

складського господарства, до розвитку транспортних служб у посередницьких організаціях і на підприємствах.

Ефективність логістичної системи характеризується набором показників роботи даної системи при заданому рівні логістичних витрат. Будь-яка організація бізнесу, впроваджуючи логістику і формуючи відповідну їй цілям логістичну систему, перш за все, прагне оцінити її фактичну або потенційну ефективність. Під ключовими показниками результативності логістичної діяльності, розуміється необхідний і достатній ряд порівняно легко застосовних показників результативності (продуктивності), що дозволяють зв'язати виконання логістичного плану з основними функціями та результатами управління товарним потоком (маркетингом / продажами, виробництвом і логістикою) і таким чином визначити потребу в коригувальних діях. Виробнича логістика діє у плануванні та керуванні процесами виготовлення, включаючи внутрішньовиробниче транспортування, складування, у супроводі необхідного для цього інформаційного потоку з метою прискорення виробничого процесу та мінімізації витрат. Особлива роль у виробничій логістиці відводиться виробничому плануванню та керуванню з точки зору виконання окремих пріоритетних принципів (наприклад, повне використання потужності, ресурсів тощо).

В сучасних умовах орієнтація на інноваційний шлях розвитку, вимагає від вітчизняних суб'єктів господарської діяльності докорінної перебудови всієї системи управління, створення на засадах сучасних концепцій менеджменту системи оперативного пошуку нових сфер і способів формування та реалізації власного інноваційного потенціалу, в тому числі при використанні логістичної складової [1, С.307; 2, С.32].

Переважає більшість досліджень орієнтована на виробничу концепцію інноваційного розвитку, в якій акцентуються передусім продуктивні і технологічні інновації. Проте за умов нестабільного середовища, загострення конкуренції на вітчизняному ринку і через те пошуку нових резервів у підприємницькій діяльності, ключовими чинниками успіху стають не тільки виробничі нововведення, а й організаційно-управлінські інновації, зокрема маркетингові і логістичні. Адже в сучасних умовах ще не досить ефективно розробити та виготовити інновацію. Не менш важливим є розв'язання (можливо, ще на етапі проектування) проблем адаптації інновації до потреб цільового ринку, комерціалізації та дифузії інновації, доставки інновації споживачеві вчасно в належне місце з мінімальними витратами фінансових ресурсів та часу. Таким чином, слід розширити поле досліджень інноватики сферами дистрибуції та просування інновацій, чим обумовлено доцільність прикладного застосування маркетингово-логістичної концепції інноваційного розвитку в теорії та практиці інноватики.

Незважаючи на зростання кількості досліджень і публікацій, присвячених, з однієї сторони, питанням інноваційного менеджменту, маркетингу і логістики, а з іншої - проблемам формування і реалізації інноваційного потенціалу промислових підприємств в умовах трансформації економіки, відчувається відсутність інтегрованого підходу до теоретичного вирішення названих проблем. За цих умов набувають актуальності дослідження сутності та структури інноваційного потенціалу підприємства, його моніторингу, аналізу ринкових можливостей інноваційного розвитку та формування цільових ринків для їхньої реалізації, ролі та місця організаційно-управлінських інновацій у процесі формування інноваційного потенціалу, вимагають розробки питання методичного забезпечення прийняття логістичних рішень в інноваційній діяльності, виступають як першочергові питання системного підходу до управління інноваційним потенціалом промислових підприємств стосовно досягнення поточних і стратегічних цілей.

На сучасному етапі можна спостерігати інтенсивний розвиток маркетингу і логістики у формі окремих (паралельних) тенденцій розвитку, тобто перехід від трактування їх як спеціальних функцій на підприємстві до все більш розбудованих концепцій управління, які визначають одночасно все більш реальні і потенційні

передумови і сфери для інтеграції. Інтеграція маркетингу і логістики в інноваційній діяльності промислового підприємства і розроблення його стратегії конкурентних переваг передбачає врахування як витратних, так і ринкових чинників, які визначають ефективність функціонування підприємства у ринковому середовищі [4].

Реалізація запропонованих вище теоретичних засад на практиці дає можливість гнучко реагувати на потреби на ринку та на підставі обраної стратегії конкурентних переваг приймати адекватні маркетингові, логістичні та інноваційні рішення.

Логістична концепція розширює коло корисних властивостей інновацій - логістичною придатністю, під якою мається на увазі здатність інновації до ощадного виконання над нею логістичних операцій, а саме відвантаження, розвантаження, перевезення, відпуск зі складу, збереження, перевантаження з одного виду транспорту на інший, сортування, консолідацію, маркування тощо. Виконання кожної логістичної операції супроводжується відповідними витратами, які несуть конкретні ланцюги логістичної системи. Якщо врахувати існуючу тенденцію до зміщення центру ваги витрат у напрямі від виробничих до транспортно-складських та пакувальних, то логістика є сферою діяльності, де залишаються істотні потенційні можливості скорочення витрат підприємства. Оскільки проблема максимального використання резервів ефективності за рахунок мінімізації логістичних витрат є надзвичайно актуальною для вітчизняних підприємств, вона вимагає конкретних практичних рішень, а саме, у вигляді вдосконалення логістичної придатності інновацій.

Роль логістичного забезпечення формування інноваційного потенціалу промислового підприємства полягає у наданні інноваційних властивостей для логістичної придатності інновації відповідно до вимог логістичного управління; забезпеченні логістичної ефективності інноваційної діяльності підприємства через мінімізацію витрат ресурсів і часу; налагодженні міжфункціональної співпраці між підрозділами підприємства; формуванні партнерських стосунків з контрагентами ринку, насамперед з постачальниками, шляхом формування логістичних ланцюгів.

Наявність значної кількості інновацій в умовах сучасного світового ринку потребує необхідність управління їх потоком, а це актуалізує необхідність застосування принципів логістики як науки, що орієнтується на просторове та часове переміщення потоків. Логістичний потік інновацій - це потік інновацій, який циркулює в логістичній системі, а також між логістичною системою і зовнішнім середовищем, і є необхідним для забезпечення інноваційного розвитку системи. До основних детермінант логістичного управління потоком інновацій можна віднести час (тривалість інноваційного циклу), величину потоку (в кількісних і якісних показниках), витрати на інноваційну діяльність, корисність (ефект) інноваційної діяльності.

Визначаючи інновацію як логістичний продукт, що є предметом переміщення в логістичному каналі, є необхідність ідентифікувати його фізичну та економічну сутність. На промисловому виробництві кожен товарний продукт, володіючи певними фізичними та хімічними властивостями, вимагає тих чи інших умов здійснення логістичних операцій на усіх фазах виробництва. Наведена схема логістики підприємства за фазовим розподілом поглиблює сутність організаційних, технологічних та продуктових інновацій з огляду на їх вплив на логістичну придатність товарів, тобто транспортні, складські, пакувальні, утилізаційні властивості товарів у сферах постачання, виробництва, дистрибуції.

З огляду на існування залежності основних виробничих фаз з логістичними витратами, існує необхідність участі менеджерів з логістики в процесі розробки інновацій. Фахівці з відділу логістики повинні забезпечувати даними щодо логістичних витрат (витрат на пакування, складування, транспортування тощо), які будуть виникати при дистрибуції кожного з альтернативних варіантів інновації, а також витрат на забезпечення поставок цих інновацій, їх обслуговування і ремонт [6]. Такий цілісний підхід у стратегічному аспекті становить необхідну, концептуальну передумову циклічного

переміщення товарів і інформації в логістичному ланцюзі у формі обігу товарів і інформації за принципами логістичної циркуляції.

Підсистема логістики у сфері винахідливості становить відособлений новий варіант логістики на ринку інформації, який займає початкове місце у процесі створення споживчих цінностей. Основним завданням цього етапу логістичної циркуляції є вирішення проблеми інформаційного забезпечення, насамперед мова йде про ідеї, які відповідають ринковим критеріям для нових (або поліпшення існуючих) продуктів та процесів. В інноваційно-логістичному контексті це означає, що ініційовані підприємством продуктивні та процесні інновації впливають на ринкове середовище підприємства, яке натомість ініціює нові, модифіковані процеси на підприємстві тощо. Між елементами системи відбувається обмін інформації, який активізує взаємні впливи в системі "підприємство - споживачі". З одного боку, підприємство не тільки реагує на зміни в широкому оточенні, але у творчий спосіб втручається у процес формування споживчих потреб. З іншого боку, це означає активне "втручання" ринку (клієнтів, попиту) у процес генерування нових ідей на підприємстві. А значить, виникає логістична інформація, яка є проявом потенціалу логістики і підприємства, створює вихідну базу для ефективного стратегічного планування і реалізації постійних переміщень продуктів (у процесі розробки, виробництва, використання і можливого повторного застосування продукту).

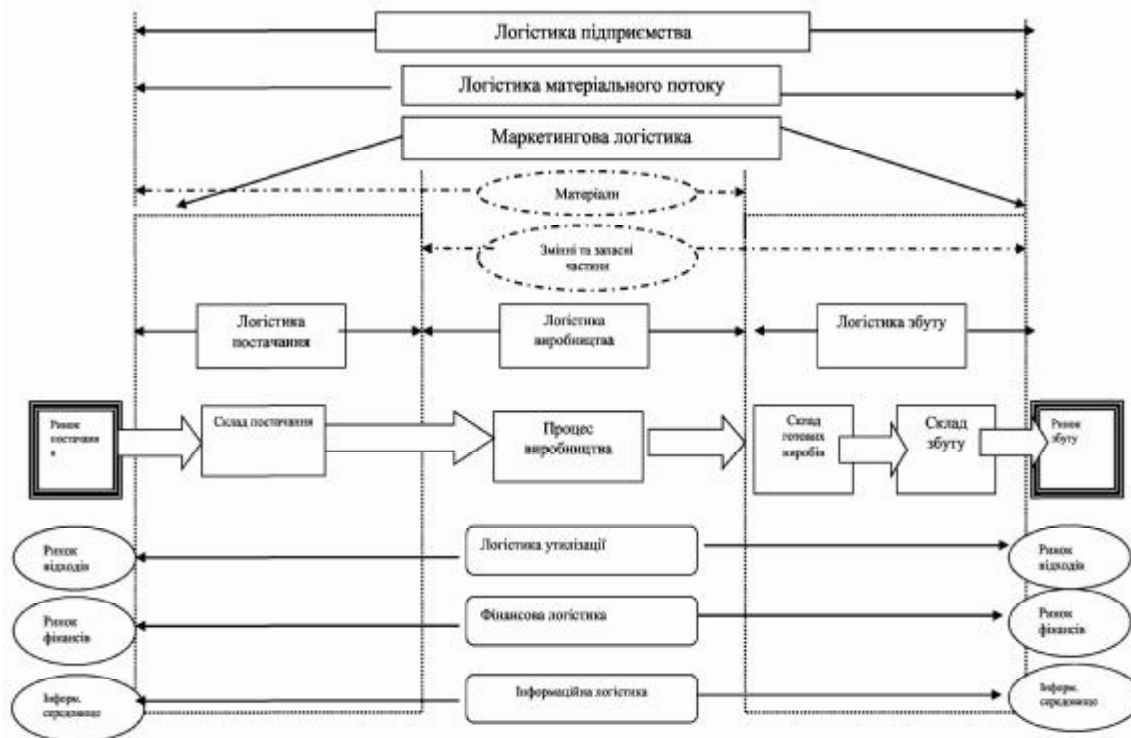


Рис. 1. Логістична система промислового підприємства за фазовим розподілом
Складено на основі: [7, С.203-220; 8, С. 111; 9, С. 198-220]

Подальшим завданням стратегічного логістичного управління є ефективне формування процесу трансформації згаданої ідеї в інноваційний проект. Логістика у сфері дослідження і розвитку займається ефективним формуванням процесу трансформації ідеї в інноваційний проект, а також матриці створення цінності продукту, яка групує очікувані параметри інновації і пов'язані з ними певні функції окремих ланок ланцюга поставок (цілі і завдання ринкових партнерів). Основна мета логістики у сфері дослідження і розвитку досягається тоді, коли на підприємстві будуть спроектовані і підготовлені усі інформаційні і матеріальні засоби, необхідні для надання (виготовлення) відповідних послуг (результатів) даним підприємством.

Логістичні рішення у сфері досліджень і розвитку повинні бути чітко зорієнтовані на вимоги, пов'язані з наступними фазами процесів створення інновації, які залишаються у підприємстві. При цьому ще на етапі розробки інновації слід забезпечити її логістичну придатність, що дозволяє значно скоротити логістичні витрати, зокрема витрати на придбання, опрацювання замовлень, транспортування, складування, логістичне обслуговування, контроль за матеріально-технічними ресурсами, з точки зору як окремого підприємства, так і всіх учасників логістичного ланцюга. Логістичні компоненти, які не будуть створюватися на даному підприємстві, знаходяться в межах відповідальності сфери постачання. На сучасному етапі процес постачання орієнтований на ідентифікацію, пошук і використання ефективних з точки зору витрат джерел постачання.

Логістична циркуляція визначає нові, у концептуальному сенсі, межі охоплення і стратегічного аналізу всіх істотних для підприємства процесів створення цінності - в інноваційних, часових, якісних, екологічних, витратних і інших категоріях. Інтеграція і координація часткових процесів створення і трансформації вартості в масштабі згаданої циркуляції охоплює як інноваційні аспекти (процес створення ідеї і проекту логістичного продукту), так і аспекти, які мультиплікуються. При цьому істотні джерела нових цінностей і логістичних ефектів містяться у сферах, які одночасно становлять так звані маркетингове і логістичне середовище, інформація з яких у свою чергу створює змістовну підставу усіх сфер діяльності підприємства.

Підсумовуючи вищенаведене можна зазначити, що:

1. Роль логістики у формуванні інноваційного потенціалу промислового підприємства полягає у забезпеченні логістичної придатності інновації, тобто її відповідності вимогам логістичного управління; забезпеченні логістичної ефективності інноваційної діяльності підприємства шляхом мінімізації витрат ресурсів і часу; налагодженні міжфункціональної співпраці між підрозділами підприємства і розв'язанні конфлікту цілей; формуванні партнерських стосунків з контрагентами ринку, насамперед з постачальниками, шляхом формування логістичних ланцюгів. Саме цілісний процесний підхід становить концептуальну передумову переміщення матеріальних та інформаційних потоків в логістичному ланцюзі.

2. Інновацію можна детермінувати як логістичний продукт, і тоді логістична концепція розширює корисні властивості інновацій логістичною придатністю, що дозволяє значно скоротити логістичні витрати, зокрема витрати на придбання, опрацювання замовлень, транспортування, складування, логістичне обслуговування, контроль за матеріально-технічними ресурсами, з точки зору як окремого підприємства, так і всіх підприємств у логістичному ланцюгу.

Список використаних джерел.

1. Крикавський Є., Чухрай Н. Промисловий маркетинг і логістика. Навч. посібник. - Львів: Держ. ун-т "Львівська політехніка", 1998. - 307 с.
2. Чухрай Н.І. Логістичне забезпечення інноваційної діяльності підприємства: методичні рекомендації / За наук. ред. Є.В. Крикавського. - Львів: ІРД НАН України, 2003. - 44 с.
3. Відоменко, О. І. Дослідження еволюції становлення логістики як науки / О. І. Відоменко, Г. В. Коцюченко // Соціум. Наука. Культура. : матеріали восьмої Міжнародної наук.-практ. інтернет-конф., 24-26 січня 2012 р. – Режим доступу: [www.URL: http://intkonf.org/kotsyuchenko-gv-ken-vidomenko-oi-doslidzhennya-evolyutsiyi-stanovlennya-logistiki-yak-nauki](http://intkonf.org/kotsyuchenko-gv-ken-vidomenko-oi-doslidzhennya-evolyutsiyi-stanovlennya-logistiki-yak-nauki)
4. Окландер, М. А. Контуры экономической логистики : монографія / М. А. Окландер. – К. : Наукова думка, 2000. – 175 с.
5. Гаджинский А. М. Логистика: учебн. / А. М. Гаджинский. — 2-е изд. — М.: Информационно-внедренческий центр "Маркетинг", 1999. — 228 с.

6. Неруш, Ю. М. Грузовые перевозки и тарифы / Ю. М. Неруш, Я. Ю. Лозовой, Б. В. Шабанов. – Москва : Транспорт, 1989. – 185 с.
7. Банько В. Г. Логістика : навч. посіб. / В. Г. Банько. — 2-е вид., перероб. — К. : КНТ, 2007. - 332 с.
8. Транспортная логистика: уч. пособ. / под. ред. Л. Б. Миротина. – М. : МГАДИ(ТУ), 1996. - 145 с.
9. Кальченко, А. Г. Логістика : підруч. / А. Г. Кальченко. — К. : КНЕУ, 2003. — 284 с.
10. Перебийніс, В.І. Транспортно-логістичні системи підприємств: формування та функціонування : монографія / В. І. Перебийніс, О. В. Перебийніс. – Полтава : РВВ ПУСКУ, 2005. – 207 с.

References

1. Krykavskyy E., Chukhrai N. (1998), "Industrial Marketing and Logistics", ["Promyslovij marketyng i logistyka"], Teach. Manual, Lviv, Gos. University of "Lviv Polytechnic", 307 p.
2. Chukhrai N.I. (2003), "Logistics support innovation enterprises: Methodical recommendations", ["Logistychnе zabezpechennja innovacijnoi' dijalnosti pidpryjemstva: metodychni rekomendacii"], Under sciences. Ed. EV Krykavsky, Lviv, IRD Sciences of Ukraine, 44 p.
3. Vidomenko, A. (2012), "Study the evolution of logistics as a science", ["Doslidzhennja evoljucii' stanovlennja logistyky jak nauky"], A.I. Vidomenko, G.V. Kotsyuchenko, Society Science Kultura, Materials Eighth International nauk. and practical. Internet Conf., 24-26 January 2012, available at: <http://intkonf.org/kotsyuchenko-gv-ken-vidomenko-oi-doslidzhennya-evolyutsiyi- stanovlennya-logistiki-yak-nauki>
4. Oklander M.A. (2000), "Outlines Economic logistics", ["Kontury jekonomicheskoy logistiki"], monograph, M.A. Oklander, K., Naukova Dumka, 175 p.
5. Hadjinsky A.M. (1999), "Logistics: Training", ["Logistika: uchebn."], A.M. Hadjinsky, 2nd ed., M., Information and innovation center "Marketing", 228 p.
6. Nerush Y.M. (1989), "Cargo transportation and tariffs", ["Gruzovye perevozki i tarifj"] Y.M. Nerush, Ya Yu Lozovoi, B.V. Shabanov, Moscow, Transport, 185 p.
7. Ban'ko V.G. (2007), "Logistics: teach. guidances", ["Logistyka: navch. posib."], V.G. Ban'ko, 2nd ed., Revised, K., CST, 332 p.
8. "Transport Logistics: Ouch. Collec.", ["Transportnaja logistika: uch. posob."], Under. ed. L.B. Mirotin, M., MGADA (TU), 1996, 145 p.
9. Kalchenko A.G. (2003), "Logistics textbook", ["Logistyka : pidruch."], A.G. Kalchenko, Kyiv Kyiv National Economic University, 284 p.
10. Predrag V.I. (2005), "Transport and logistics companies: formation and functioning", ["Transportno-logistychni systemy pidpryjemstv: formuvannja ta funkcionuvannja"], Monograph, V.I. Predrag, A. Predrag, Poltava, RIO Start, 207 p.

Ключові слова: логістична концепція, інноваційний потенціал, промислове підприємство, організаційно-управлінське рішення, логістичний продукт.

Ключевые слова: логистическая концепция, инновационный потенциал, промышленное предприятие, организационно-управленческое решение, логистический продукт.

Keywords: *logistics concept, innovative potential, industrial enterprise, organizational and administrative decisions, product logistics.*

Рецензент: Белопольський М. Г., д.е.н., професор, ДВНЗ «ПДТУ»