

На наш погляд, СВП (видобувні, енергопостачальні, магістралі та інші) по меншій мірі до подолання загрозливих кризових явищ в економіці країни мають залишатися в державній власності. За умови подолання корупції, призначення ефективного менеджменту та модернізації вони можуть розвиватися та даватимуть прибутки державі. Достатньо ефективним інструментом подолання кризових явищ на окремих СГ міг би стати справедливий розподіл та виконання державного замовлення. Зараз це особливо актуально для СГ, що належать до оборонно-промислового комплексу.

До обґрунтування рішення щодо приватизації чи реформування СВП слід підходити особливо виважено шляхом прогнозування наслідків та оцінки впливу реалізації відповідних заходів, що передбачаються для підприємств зазначеного кола, на стан економічної безпеки держави [1].

Список використаних джерел

1. Рудченко О.Ю. Стратегічно важливі підприємства в економіці України / О.Ю. Рудченко // Формування ринкових відносин в Україні. – 2012. – №5. – С. 99–103.
2. Постанова Кабінету Міністрів України від №999 від 03.11.2010 «Про визначення критеріїв віднесення об'єктів державної власності до таких, що мають стратегічне значення для економіки і безпеки держави» // <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/999-2010-%D0%BF>.
3. Постанова Кабінету Міністрів України від №83 від 04.03.2015 «Про затвердження переліку об'єктів державної власності, що мають стратегічне значення для економіки і безпеки держави» // <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/83-2015-%D0%BF>.
4. <http://www.me.gov.ua>.
5. <http://smida.gov.ua>
6. <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

А.М. КОРОЛЬ,
студентка, Національний університет харчових технологій,
І.В. ТЮХА,
к.е.н., доцент, Національний університет харчових технологій

Розвиток ринку молочної продукції та перешкоди освоєння його зовнішнього сектору

У статті розглядається стан світового та внутрішнього ринків молока України. Визначено ряд перешкод, з якими може зіштовхнутись вітчизняне підприємство при розширенні своєї експортної діяльності, та оптимальні шляхи їх подолання.

Ключові слова: ринок, молочна продукція, експорт, політика, харчові продукти, світові ціни, якість, специфіка, ринки збуту, фактори впливу.

А.М. КОРОЛЬ,
студентка, Національний університет пищевих технологій,
І.В. ТЮХА,
к.э.н., доцент, Национальный университет пищевых технологий

Развитие рынка молочной продукции и препятствия освоению его внешнего сектора

В статье рассматривается состояние мирового и внутреннего рынков молока Украины. Определен ряд препятствий, с которыми может столкнуться отечественное предприятие при расширении своей экспортной деятельности, и оптимальные пути их преодоления.

Ключевые слова: рынок, молочная продукция, экспорт, политика, пищевые продукты, мировые цены, качество, специфика, рынки сбыта, факторы влияния.

A. KOROL,
student, National university of food technologies,
I. TYUHA,
candidate of economic Sciences Associate Professor, National university of food technologies

Development of dairy products market and obstacles in development of its external sector

The article describes the state of the world and domestic markets milk Ukraine. Determined number of obstacles which may encounter domestic company in expanding its export activities and the best ways to overcome them.

Keywords: market, dairy products, exports, politics, food, world prices, quality, specificity, markets, factors of influence.

Постановка проблеми. Основним завданням агропромислової політики будь-якої країни є забезпечення населення якісними харчовими продуктами в обсягах та асортименті, необхідних для достатнього за калорійністю і збалансованістю раціону харчування, відповідно до національних традицій, уподобань, звичок. Однією з галузей агропромислового комплексу, що покликана відстоювати продовольчу безпеку країни, є молочна, яка, незважаючи на негативні тенденції значного скорочення чисельності корів і зменшення обсягів

виробництва в молочному скотарстві, є найбільш динамічною та стабільною.

Актуальність проблеми забезпечення молоком та молочною продукцією посилюється з активізацією процесів глобалізації та інтеграції. При цьому важливою складовою успішної інтеграції України у світовий економічний простір є створення системи державної підтримки експорту та сприятливих умов для вітчизняних виробників конкурентоспроможної продукції на зовнішньому ринку [1].

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми. У науково-практичному опрацюванні питання формування та розвитку аграрного ринку, в тому числі і ринку молока, важливе значення мають праці М.Я. Астахова, І.М. Буробкіна, С.П. Васильчак, В.С. Дієсперова, П.С. Березівського, Т.Л. Мостенської, О.М. Шпичака, М.М. Ільчука та багатьох інших вчених-економістів. Розв'язанню проблеми розвитку світового ринку молока та молочної продукції присвячені наукові праці таких дослідників, як О. Козак, В. Ладик, О. Маслак, Я. Тивончук, О. Гуроров та багатьом іншим.

Мета статті. Проведені дослідження ставили за мету оцінити стан та тенденції розвитку світового та вітчизняного ринку молока, а також виявити перешкоди та засоби їх подолання у процесі виходу підприємств молочної промисловості на зовнішні ринки збуту.

Виклад основного матеріалу. Молоко і молокопродукти займають вагоме місце серед харчових продуктів. Молоко вживає практично все населення світу, а тому його виробляють у країнах, які відрізняються обсягами виробництва і темпами його нарощування. У розвинутих країнах світу ринок молока і молочної продукції розглядається як важлива умова соціальної і політичної стабільності всередині країни та економічної незалежності держави. Дані щодо виробництва молока у світі за 2014 рік наведені у табл. 1.

Споживання молока у світі зростає швидше, аніж продуктів харчування загалом. Харчова промисловість переробляє молоко у різноманітні продукти харчування, починаючи від сирів, випічки, морозива, закінчуючи використанням у м'ясних продуктах.

Проте сьогодні ринок молока переживає третю кризу за останні вісім років. Світові ціни на молоко впали нижче \$0,30 (0,26 євро за кг молока/червень 2015 року). Основною причиною такого падіння стала різка диспропорція між попитом та пропозицією молока в 2014 році (табл. 2).

Світові ціни на молочні продукти у вересні 2015 року у порівнянні з аналогічним періодом минулого року почали підніматися.

Зростання попиту надало підтримку цінам. Найбільше зростання ціни було відмічено в Океанії. Більшість покупців вже почали укладати угоди на перший квартал 2016 року. Протягом тривалого часу ціни на молочні продукти в Європі знижувалися, тоді як виробництво залишалося на досить високому рівні.

На сьогодні кон'юнктура світового молочної ринку змінюється через російське ембарго на європейські молочні продукти, через появу на ринку Китаю середнього класу, який є більш прогресивним, відкриваючи для себе нетипові для культури харчування даної країни молочні продукти. І саме ринок Китаю, за оцінками науковців [3], сприятиме розвитку збутової діяльності вітчизняних виробників молочної продукції.

Ринок молочних продуктів в Україні характеризується як відносно стабільний, незважаючи на вплив негативних зовнішніх факторів, політичну та економічну ситуацію. Фактично в країні майже 76,3% всього молока продовжують виробляти господарства населення, тоді як решта надходить від аграрних підприємств [4].

Виробники вітчизняної молочної продукції у 2014 році зазнали негативного впливу внаслідок закриття російського ринку, ускладнення поставок у Крим і східні регіони. Провідні компанії молочної галузі України представлено на рисунку.

Найбільшою компанією молочної галузі за підсумками 2014 року став «Данон», який в Україні володіє двома заводами. Чистий дохід компанії за 2014 рік становив 2,377 млрд. грн. проти 2,262 млрд. грн. у 2013 році. Проте за підсумками 2014 року компанія отримала збиток в розмірі 195 млн. грн.

«Інтер Фуд» посів другу позицію з чистим доходом в 23,13 млрд. грн. Чистий збиток компанії становив 79 млн. грн.

Третє місце посіла компанія «Техмолпром», великий виробник згущеного молока, чистий дохід якої досяг 1,728 млрд. грн., а чистий прибуток – 48 млн. грн.

Загалом ситуація в молочної галузі України залишається непростюю. Згідно з даними офіційної статистики, Україна в 2014 році скоротила виробництво молока на 0,5% – до 11,13 млн. т (без урахування Криму і зони АТО) [5].

Таблиця 1. Світове виробництво молока у 2014 році

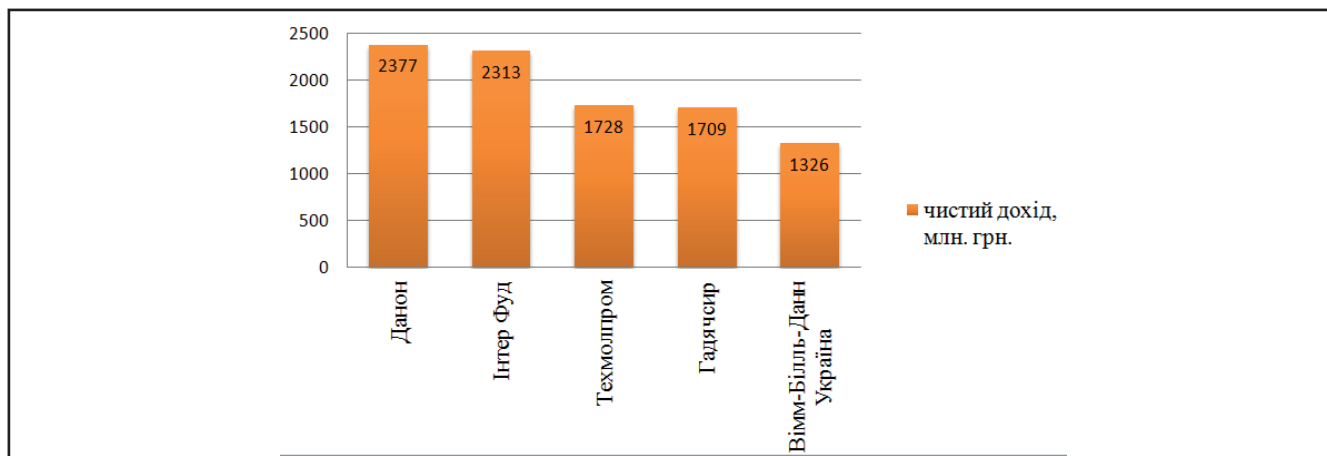
Країна	Виробництво молока, тис. тонн	Поголів'я корів, тис. голів	Середньорічна продуктивність 1-ї корови, кг
Китай	35250	12180	2894
Австралія	9476	1700	5574
ЄС	143000	22030	6491
Франція	25850	3800	6803
Німеччина	28600	4050	7062
Голландія	11200	1406	7966
Канада	8209	989	8300
США	86400	9270	9320

Джерело: [1].

Таблиця 2. Європейські оптові ціни на молочну продукцію, євро/тонна

Показник	Вересень 2014	Вересень 2015	Серпень 2015	Темп приросту, %	
				вер. 2015/вер. 2014	вер. 2015/сер. 2015
Масло	4355	3713	3354	-14,7	10,7
Сухе збиране молоко	2921	1809	1649	-38,1	9,7
Сухе незбиране молоко	3408	2344	2134	-31,2	9,8
Сир «Чеддер»	4575	3390	3395	-25,9	-0,1

Джерело: [2].



Провідні компанії молочної галузі України у 2014 році [5]

Також слід зазначити, що за січень–серпень 2015 року експорт молока та молочних продуктів дорівнював \$112 млн. і зменшився у порівнянні з аналогічним періодом 2014 року (\$263,9 млн., на 57,6%, що становить \$151,9 млн.).

Основне падіння експорту продукції відбулося внаслідок майже повного припинення постачання до РФ: \$69,5 тис. (на 99,9%, або \$119 млн.) та суттєвого скорочення експорту до Казахстану: \$14,6 млн. (на 61,2%, або \$23 млн.) та Білорусі (на 100%, або на \$16,4 млн.). На 98% знизилася постачання експорту сирної продукції, частка якої становила 42% експорту всієї молочної продукції. На 38% впало постачання молочного порошку, який також складав суттєву частку в експорті молочної продукції (27%) України [6].

Події, що наразі відбуваються в Україні, безперечно вплинули на стан ринку молочної продукції. Падіння експорту, перерозподіл ринків збуту, зростання рівня інфляції, зниження купівельної спроможності населення – це все також спонукає українських виробників до переорієнтації на зовнішні ринки, вихід на які має бар'єри:

1. *Якість продукції.* Понад 70% молока не відповідає європейським стандартам ні за складом, ні за бактеріальною безпекою. Це не тільки заважає налагодити повноцінний експорт до Європи та інших розвинених країн, а й істотно позначається на внутрішньому ринку. Без якісної сировини неможливо виробити високоякісну продукцію. Це стосується не тільки мікробіологічної чистоти молока, а й його фізико–хімічних показників, що також невисокі. Так, низька масова частка білка в молоці призвела до того, що без додаткових технологічних прийомів – введення сухого молока, білкових концентратів та стабілізуючих добавок – неможливо отримати кисломолочні продукти потрібного складу і консистенції. Технологічна потреба викликала повсюдне використання немолочних інгредієнтів, які загалом негативно позначилися на якості вітчизняних молочних продуктів і підірвали авторитет українських молочників. Вийти з цієї ситуації можна, лише істотно підвищивши якість шляхом упровадження прогресивних технологій, сучасного устаткування і систем контролю якості [6]. Наприклад, велика частина українського молока виробляється в особистих підсобних господарствах шляхом ручного доїння. Однак стандарти ЄС забороняють експорт продукції з молока, отриманого таким способом. Таке молоко в принципі не може завозитися на територію Євросоюзу [7].

На думку експертів, можливості виходу вітчизняних виробників на міжнародні ринки обмежується їхньою готовністю до впровадження у виробництво міжнародних стандартів. Цим визначаються також й конкурентні переваги на внутрішньому ринку. Україна має продовжувати експортні поставки молочної сировини та продукції. Враховуючи сучасну ситуацію з їхньою якістю, є думка, що експортні операції можуть бути здійснені не тільки до країн ЄС, а й до країн Близького Сходу, а також до країн СНД (Росії, Казахстану, Вірменії, Грузії), де наявний дефіцит цієї продукції. Оскільки головний експортний обсяг – сухе знежирене молоко та суха сироватка, слід передбачити розширення сфери збуту саме молочної продукції, у чому й може допомогти її позиціонування на ринках країн СНД.

Підприємства, які планують торгувати харчовими продуктами тваринного походження на ринку ЄС, зобов'язані виконати такі умови: по–перше, країну походження (тобто Україну в даному випадку) має бути занесено до офіційного переліку третіх країн, яким дозволено торгувати в ЄС своєю продукцією (ст. 11 регламенту №854/2004); по–друге, підприємство з виробництва харчових продуктів також має бути в переліку (ст. 12 регламенту №854/2004). У свою чергу, щоб потрапити в перелік, підприємство має довести, що його продукція відповідає вимогам регламенту №178/2002 (головний законодавчий акт ЄС, який регулює безпечність харчових продуктів); вимогам регламенту №852/2004 щодо сертифікатів та документів; чинним законодавчим вимогам ЄС щодо контролю за імпортом харчових продуктів тваринного походження [8].

Якщо на ринок ЄС виходять підприємства, які є молокопереробними, вони мають отримати експлуатаційний дозвіл, який видає компетентний орган після перевірки підприємства.

Така перевірка здійснюється щонайменше один раз, щоб проконтролювати, наскільки те, що подано в заявці, відповідає тому, що є насправді. Водночас експлуатаційний дозвіл не потрібен підприємствам, які займаються тільки:

- первинним виробництвом;
- транспортуванням і/або зберіганням продуктів, для яких не потрібен контроль температури;
- роздрібною торгівлею.

Як бачимо, процедура сама по собі достатньо прозора та проста, але вона потребує проведення ґрунтовної роботи в частині побудови системи контролю якості та безпечності харчових продуктів саме в Україні. І тут виникають проблеми наяв–

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Таблиця 3. Фактори впливу: сутність та характеристика

Фактор	Значення	Сутність
1	2	3
Економічні	Низький рівень доходів населення, коливання валютних курсів	Країни з низьким рівнем розвитку економіки є ризикованими для співпраці, оскільки мають нестабільний попит, який не принесе бажаного прибутку
Політичні	Рівень політичної стабільності в країні, тенденції розвитку суспільства, нормативно-правова база ведення бізнесу, наявність гарантій від примусового відчуження власності, ставлення населення до іноземців	Ці фактори визначають сприятливість політичного клімату в країні для іноземців, безпеку зовнішньоекономічних зв'язків і залежать від характеру влади в країні, наявності міжнародно-правових документів, що регулюють ті чи інші сфери підприємництва
Географічні	Значна віддаленість від країни, неприйнятні умови місцевості та клімату	Велика відстань від країни-імпортера та труднощі у транспортуванні продукції займають багато часу і коштів
Культурно-історичні	Освіта, релігійна приналежність, ступінь і характер поділу суспільства на прошарки, відданість історичним традиціям, мовні особливості, наявність комунікативних бар'єрів	Ці фактори дають змогу виділити окремі групи споживачів з однаковими смаками і перевагами
Конкурентоспроможність	Наявність продукції, яка має вищу якість ніж у конкурентів	Цей фактор є найбільш важливим, оскільки визначає можливість співіснування на конкурентному ринку
Сприйняття товару населенням	Визначає те, наскільки даний товар зацікавить увагу споживачів	Цей фактор визначає величину попиту в зарубіжних країнах

Джерело: удосконалено автором на основі [10].

ності певних протиріч між законодавством ЄС та українським законодавством. Тому, з нашої точки зору, доцільно окреслити основні напрями роботи щодо побудови такої системи. Вона має охоплювати роботу з організації системи як на рівні держави, так і роботу по запровадженню відповідних стандартів якості на самих підприємствах молочної промисловості [9].

2. *Специфіка молочної продукції.* Більшість продукції не призначена для тривалого транспортування. На експорт може йти морозиво, молоко тривалого зберігання, масло солодко вершкове, сироватка, сухі вершки, казеїн, згущене молоко та сири. Для експорту не підходить продукція для дітей, айран, кефір, біокефір, закваска, йогурт, біфідойогурт, сметана. Іншими словами, всі молочні продукти, термін зберігання яких менше місяця. За таких умов особливо гостро постає питання транспортування (як з фінансової точки зору, так із часу, необхідного на поставку). Найзручніше було б транспортувати у рефрижераторах, проте тоді кінцева вартість молочної продукції суттєво зростає, що робить її не конкурентоспроможною на зовнішньому ринку. Тоді як найоптимальнішим з фінансової точки зору є морське перевезення. На сьогодні не всі продукти, навіть тривалого терміну зберігання, здатні витримувати перепади температур, особливо влітку, коли температура буває понад +50 ОС. Тож зараз підприємства шукають шляхи подолання цих перешкод. Це можуть бути як нові упаковки продукції, контейнери для транспортування чи інші технології. В будь-якому разі вирішення цих проблем допоможе підняти український експорт молочної продукції на зовсім новий рівень.

3. *Ринки збуту.* З одного боку, враховуючи більш низький рівень цін на українське молоко, шанси на успіх у українських підприємств є. Оскільки головною сировиною для молочної продукції є молоко, то від його ціни та якості безпосередньо залежить вартість кінцевого продукту. Разом із тим по багатьох товарних позиціях відчувається жорстка конкуренція, зокрема це стосується сухого молока, сироватки, казеїну.

Також дослідники виділяють ряд факторів, що можуть перешкоджати реалізації стратегій експорту вітчизняними виробниками (табл. 3).

З огляду на зазначені фактори конкурентоспроможності науковці [11, 12] вважають, що ринок ЄС для української молочної продукції є безперспективним, навіть маючи право експорту молочних продуктів вітчизняного виробництва на ринок ЄС, отримане внаслідок інспекції Європейською комісією. Ухвалення довгоочікуваних для виробників законів про безпеку харчових продуктів та ідентифікацію тварин, виділення квот на експорт сухого молока і вершкового масла ситуацію не покращить через запеклу конкуренцію з боку місцевих компаній. Вітчизняним компаніям доцільно налагоджувати зв'язки з ринками Азії та Африки.

З відкриттям українськими підприємствами ринку Китаю Україна здійснила величезний прорив на геополітичній карті, адже Китай – це найбільший у світі імпортер молочної продукції. І першою чергою китайський ринок потребує сухого молока, сироватки та казеїну, які надходять до країни з США, ЄС, Нової Зеландії, Аргентини, Австралії, Індії.

Висновки

Сьогодні виробництво молока стало невід'ємною складовою забезпечення національної продовольчої безпеки і підтримки соціально незахищених верств населення, а також основним джерелом добробуту та зайнятості мешканців сільської місцевості. Для успішного виходу на зовнішній ринок виробник повинен, по-перше, чітко розуміти цільову аудиторію свого товару, по-друге, дотримуватися всіх до єдиного стандартів якості та сертифікації нового для себе ринку збуту. І третє – експортер має усвідомлювати неможливість отримання моментального прибутку і те, що покладені зусилля принесуть дохід, але в довгостроковій перспективі».

Список використаних джерел

1. Про молоко [Електрон. ресурс] / Інформаційно-аналітичний портал про молоко і молочне скотарство. – Режим доступу: <http://www.milkua.info/uk/aboutmilk/>
2. Європейський оптовий ринок у липні [Електрон. ресурс] / Інформаційно-аналітичний портал про молоко і молочне скотарство. – 2015. – Режим доступу: <http://milkua.info/uk/eu/319/>
3. Ярмак А. Україна может и должна экспортировать молочную продукцию в ЕС [Електрон. ресурс] / А. Ярмак // Інтернет-портал Delo.ua. – 2014. – Режим доступу <http://delo.ua/business/ukraina-mozhet-i-dolzha-eksportirovat-molochnuju-produkciju-v-e-282077/>
4. Кернасюк Ю.В. Молочний сектор: реалії і перспективи [Електрон. ресурс] / Ю.В. Кернасюк // Агробізнес сьогодні: інтернет журнал. – 2015. – №6. – Режим доступу: <http://www.agro-business.com.ua/ekonomichniy-gektar/2805-molochnyi-sektor-realii-i-perspektyvy.html>
5. Крупнейшие производители молочной продукции по версии «ТОП-100. Рейтинг крупнейших» [Електрон. ресурс] / Інтернет портал Delo.ua. – 2015. – Режим доступу: <http://delo.ua/business/krupnejshie-proizvoditeli-molochnoj-produkcii-po-versii-top-100-303090/>
6. Мінекономрозвитку об'єднало зусилля органів виконавчої влади, щоб допомогти українським виробникам молочної продукції [Електрон. ресурс] / Міністерство економічного розвитку і торгівлі України. – 2015. – Режим доступу <http://www.me.gov.ua/News/Detail?lang=uk-UA&id=6e87e324-45c1-443b-896b-f6a290d8fc1e&title=MinekonomrozvitkuObdnalozusilliaOrganivVikonavchoiVladiSchobDopomogtiUkrainskimVirobnikamMolochnoiProduktsii>
7. Україна увеличит экспорт в страны ЕС только при одном условии [Електрон. ресурс] / Інтернет-видання Новості України – From-UA. – 2015. – Режим доступу: <http://from-ua.com/news/341121-ukraina-velichit-eksport-v-strani-es-tolko-pri-odnom-uslovii.html>
8. Бутило Р. Контроль по-європейськи [Електрон. ресурс] / Р. Бутило // Спеціалізовані семінари компанії Kesarev Consulting. – 2015. – Режим доступу: <http://www.milkua.info/uk/technews/197/>
9. Керанчук Т.Л. Сучасні проблеми розвитку молочного бізнесу в Україні [Електрон. ресурс] / Т.Л. Керанчук // збірник наук. праць. – М.: Вид-во Миколаївського національного університету імені В.О. Сухомлинського. – 2015. – №4. – Режим доступу <http://www.global-national.in.ua/archive/4-2015/86.pdf>
10. Тюріна Н.М. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: навчальний посібник / Н.М. Тюріна, Н.С. Карвацка. – К.: «Центр учбової літератури», 2013. – 408 с.
11. В Кабміні сподіваються, що в кінці року ЄС дозволить ввезти «молочку» з України [Електрон. ресурс] / Інтернет-портал Espresso.tv. – 2015. – Режим доступу: http://espresso.tv/news/2015/05/25/v_kabmini_spodivayutsya_scho_v_kinci_roku_yes_dozvolyt_vvozyty_quotmolochkuquot_z_ukrayiny
12. Україна відновила експорт молочних продуктів до КНР [Електрон. ресурс] / Аграрне інформаційне агентство. – 2015. – Режим доступу: <http://agravery.com/uk/posts/show/ukraina-vidnovila-eksport-molocnih-produktiv-do-krp>

УДК 65.011.4

Т.А. РЕПИЧ,
к.е.н., доцент кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності та логістики,
Національний університет харчових технологій,
Н.М. КОПЕН,
магістрант, Національний університет харчових технологій

Підвищення ефективності логістичної діяльності підприємства (на прикладі ПАТ «Яготинський маслозавод»)

Сьогодні без ефективно діючої системи логістики практично неможливо забезпечити ефективну діяльність виробництва, системи збуту та роботу підприємства в цілому. Те, що зароблені гроші – це зекономлені гроші, починають усвідомлювати й вітчизняні підприємці. З огляду на це більшість підприємств дедалі більше уваги приділяють побудові ефективної системи логістики, що є однією з конкурентних переваг на ринку. Зарубіжний досвід доводить, що логістиці належить стратегічно важлива роль у сучасному бізнесі.

Ключові слова: логістика, ефективність, логістична діяльність, логістичні витрати, матеріальні, фінансові та інформаційні потоки.

Т.А. РЕПИЧ,
к.э.н., доцент кафедры менеджмента внешнеэкономической деятельности и логистики,
Национальный университет пищевых технологий,
Н.Н. КОПЕН,
магистрант, Национальный университет пищевых технологий

Повышение эффективности логистической деятельности предприятия (на примере ПАО «Яготинский маслозавод»)

Сегодня без эффективно действующей системы логистики практически невозможно обеспечить эффективную деятельность производства, системы сбыта и работу предприятия в целом. То, что заработанные деньги – это сэкономленные деньги, начинают осознавать и отечественные предприниматели. В связи с этим большинство предприятий все больше внимания уделяют построению эффективной системы логистики, что является одним из конкурентных преимуществ на рынке. Зарубежный опыт показывает, что логистике принадлежит стратегически важная роль в современном бизнесе.

Ключевые слова: логистика, эффективность, логистическая деятельность, логистические расходы, материальные, финансовые и информационные потоки.