

УДК 656.1/.5

DOI: 10.30857/2413-0117.2019.6.14

**Олена В. Птащенко, Дарина Є. Архипова**

*Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, Україна*

**ОСОБЛИВОСТІ ЛОГІСТИЧНОГО ПРОЦЕСУ  
В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ**

*У представленій роботі розглянуто складники логістичного процесу сучасного підприємства та підкреслено ключову роль логістики в його розвитку. Надано характеристику здійснення логістичної діяльності в умовах прискорення глобалізаційних та інтеграційних процесів. Проаналізовано логістичний інструментарій та особливості його застосування. Доведено, що основну вигоду від використання логістики підприємства мають завдяки сучасним інформаційним технологіям. Акцентується, що маркетингова логістика забезпечує найкращий спосіб зберігання і переміщення товарів до місць продажу і споживання. Також стверджується, що навіть за умов високих витрат на логістику, реалізація якісних логістичних програм забезпечує конкурентні переваги. Наголошується на важливій ролі логістичного процесу для формування системи задоволення запитів та потреб споживачів (покупців) та комерціалізації успіху підприємства. Наявність у компанії сформованого власного логістичного процесу дозволяє досягти таких результатів, як: детальна координація виробничої та збутової систем; вдосконалення маркетингових організаційних структур та їх оптимізація; формування інформаційного забезпечення (прискорення обробки інформації, впровадження новітніх інформаційних технологій, використання оптимальних інструментів інтернет-маркетингу); оптимальне використання людських ресурсів; юридична підтримка системи та встановлення надійних ділових відносин у системі партнерства; відсутність конфлікту інтересів серед учасників процесу або досягнення паритетних відносин на основі взаємних компромісів; постійне вдосконалення маркетингових процесів та управлінських рішень у компанії.*

**Ключові слова:** логістичний процес; логістика; маркетингова логістика; розвиток логістики; інструменти логістики; логістична діяльність.

**Елена В. Птащенко, Дарина Е. Архипова**

*Харьковский национальный экономический университет имени Семена Кузнеця,  
Украина*

**ОСОБЕННОСТИ ЛОГИСТИЧЕСКОГО ПРОЦЕССА  
В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ**

*В представленной работе рассмотрены составляющие логистического процесса современного предприятия и подчеркнута ключевая роль логистики в его развитии. Дана характеристика осуществления логистической деятельности в условиях ускорения глобализационных и интеграционных процессов. Проанализированы логистический инструментарий и особенности его применения. Доказано, что основную выгоду от использования логистики предприятия имеют благодаря современным информационным технологиям. Акцентируется, что маркетинговая логистика обеспечивает лучший способ хранения и перемещения товаров к местам продажи и потребления. Также утверждается, что даже при высоких затратах на логистику реализация качественных логистических программ обеспечивает конкурентные преимущества. Подчеркивается важная роль логистического процесса для формирования системы удовлетворения запросов и потребностей потребителей (покупателей) и коммерциализации успеха предприятия. Наличие в компании сформированного собственного логистического процесса позволяет достичь таких результатов, как: подробная координация производственной и сбытовой*

*систем; совершенствование маркетинговых организационных структур и их оптимизация; формирование информационного обеспечения (ускорение обработки информации, внедрение новейших информационных технологий, использование оптимальных инструментов интернет-маркетинга); оптимальное использование человеческих ресурсов; юридическая поддержка системы и установление надёжных деловых отношений в системе партнерства; отсутствие конфликта интересов среди участников процесса или достижение паритетных отношений на основе взаимных компромиссов; постоянное совершенствование маркетинговых процессов и управленческих решений в компании.*

**Ключевые слова:** *логистический процесс; маркетинговая логистика; развитие логистики; инструменты логистики; логистическая деятельность.*

**Olena V. Ptashchenko, Daryna Arkhypova**

*Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics, Ukraine*

### **THE SPECIFICS OF LOGISTICS PROCESS IN MODERN BUSINESS ENVIRONMENT**

*This study attempts to explore the components of the logistics process in modern business settings with a particular emphasis on the key role of logistics in enterprise development as well as provides insights on carrying out logistics activities in the context of accelerating globalization and integration processes. The article presents an overview of basic logistics tools and specific features of their application. It is emphasized that the key benefit of logistics is gained by using advanced information technology. It is argued that application of marketing logistics provides most efficient solutions to store and move goods to locations of sales and consumption. Apart from that, the research findings have revealed that even in case of high logistics costs, the implementation of high-quality logistics programs offers competitive advantages. Besides, logistics processes prove their critical importance for building an effective management system to meet consumers' (customers') demands and needs and facilitate commercialization of successful business performance. A conclusion is made that the availability of the company own logistics process contributes to gaining such benefits as: effective coordination of manufacturing and sales policies; improvement of marketing organizational structures and their optimization; providing better information support (speeding-up of information processing, implementation of the latest information technologies, application of optimal internet marketing tools); optimal use of human resources; legal support and building of reliable business relations in a partnership framework; absence of conflict of interests among the logistics process participants or reaching parity in relations based on mutual compromise; continuous improvement of marketing and management decision making in the company, etc.*

**Keywords:** *logistics process; marketing logistics; logistics development; logistics tools; logistics activities.*

**Постановка проблеми.** Логістика є ключовою функцією сучасного підприємства і бізнесу в цілому. «Золоте правило» бізнесу в даний час – поєднання трьох «п»: потрібна дія, потрібний час, потрібне місце. Дотримання даного правила забезпечується за рахунок трансформаційних процесів, що відзначаються в ринковому просторі. Так, кількість часу, необхідного для здійснення комунікацій, організації угод, отримання необхідної інформації, зменшується за рахунок використання сучасних телекомунікаційних технологій. Крім того, учаснику ринкових відносин немає необхідності фізично бути присутнім для реалізації своїх задумів і виконання своїх функцій в тому чи іншому місці. Віртуальна реальність, або сучасні засоби зв'язку в багатьох випадках є цілком достатнім замінником такої присутності. Таким чином, на перше місце виходить фактор «потрібної дії», що сприяє досягненню передбачуваних або цілком певних результатів.

**Аналіз останніх публікацій по проблемі.** Сьогодні формуванню логістичного процесу присвячено роботи багатьох вітчизняних вчених-економістів, багато з них першими в Україні звернулись в загалі до такої проблематики як – логістика (М. Окландер, Є. Крикавський). Але при цьому сам логістичний інструментарій в Україні ще є недостатньо розповсюдженим на підприємствах.

У розробці наукової концепції «логістики» було залучено багато вчених, серед яких всевітньо відомі – Ф. Котлер, А. Джоміні, І. Танакова та вітчизняні – О. Алтухов, А. Журавльова, О. Зуєва, М. Окландер, Є. Крикавський, О. Мних.

Питання інтегрованого підходу до використання маркетингових інструментів у логістичному процесі розглядаються у роботах таких вітчизняних та зарубіжних авторів: М. Крістофер, Х. Пек, В. Селен, Ф. Соліман, Г. Багієв, Л. Балабанова, А. Біловодська, С. Каїр, С. Кірюков та ін.

Але за стрімкого розвитку глобалізаційних процесів та процесів інтеграції логістичний процес та логістичний інструментарій також постійно змінюється. Саме тому розгляд особливостей його формування є актуальним при дослідженні сучасних умов господарювання.

**Мета дослідження.** У зв'язку з цим метою досліджень був розгляд особливостей ринкового середовища сучасного суспільства і визначення ступеня її впливу на логістику. З урахуванням мети коло вирішуваних завдань зводиться до наступного: по-перше, доцільно виявити характерні особливості сучасної економіки і визначити її сутнісні риси; по-друге, слід визначити фактори розвитку логістики в умовах сучасності; по-третє, визначити трансформаційний механізм перетворень в сфері логістики.

**Виклад основних результатів дослідження та їх обґрунтування.** Сучасна економіка базується на інноваціях, інформаційних технологіях, мобільності робочої сили, капіталу та інформаційних факторів. У сучасній економіці процес реалізації продукту стає не менш, а часто більш важливим, ніж його виробництво. Економіка, наділена зазначеними особливостями, в даний час іменується по-різному в залежності від того, які складові характеристики та чинники впливу можливо виділити та зробити на них акцент: інформаційна економіка (information economy), мережева економіка (network economy), Інтернет-економіка (Internet economy), економіка знань (когнітивна економіка), нова економіка (new economy). Звісно ж, що узагальнюючим і в загальному випадку включає всі перераховані аспекти нової форми організації і функціонування економічної системи є термін «нова економіка» або «неоекономіка», що підкреслює, що розглядається новий постіндустріальний етап розвитку економіки. При подальшому викладі буде використовуватися саме це поняття [1, 5, 13–15].

На відміну від логіки традиційного способу ведення бізнесу основними вимогами в сучасних умовах господарювання стають гнучкість і адаптивність суб'єктів ринку до постійно еволюціонуючих потреб споживачів. Неоекономіка передбачає розвиток горизонтальних зв'язків суб'єктів економічних відносин для обміну інформацією, узгодження прийнятих рішень, надаючи таким суб'єктам більше рівноправності, ніж вертикальні ієрархічні структури, що узгоджується з принципами креативності.

Провідним ресурсом сучасної економіки стає інформаційний ресурс, здатний не тільки забезпечувати двосторонні зв'язки між учасниками ділових відносин, але і формувати ціннісну ланцюжок. Саме інформаційні мережі, інформаційна інфраструктура стають основою формування сучасної індустріальної мережі. Організація виробництва по мережевому принципу надає компаніям можливість зосередження на своїх ключових компетенціях, що забезпечує їм конкурентну перевагу [3, 4, 15].

В сучасній економічній та науковій літературі приділяється велика увага розвитку логістичної діяльності та становленню логістики, як науки. Багатьма дослідниками відзначається, що на етапі формування нової економіки серйозний вплив на перспективи розвитку логістики та логістичні пріоритети будуть надавати процеси глобалізації та інформатизації суспільства, а також посилення впливу споживачів на логістичну діяльність. З точки зору Джона Кента і Деніела Флінта, перші десятиліття XXI ст. стануть часом, коли логістика поставить акцент на проникненні в логістичні структури споживачів і на прикордонних видах діяльності. При цьому деякі вчені економісти збігаються в такому її тлумаченні, що логістика є інструментом реагування більшості на сервісне обслуговування та є посилювачем створення змішаних послуг, які не суперечать основним логістичним принципам [6, с. 15]. Джеймс С. Джонсон, Дональд Ф. Вуд, Деніел Л. Вордлоу вважають, що розвиток логістики має здійснюватися з урахуванням наступних факторів:

- посилюється важливість міжнародної торгівлі;
- збільшення частки сфери послуг у валовому національному продукті;
- використання електронного обміну даними замість машинописних текстів і віддрукованих на принтері паперових документів;
- зростаюче значення Інтернету для логістики;
- розвиток систем штучного інтелекту в обробці товарно-матеріальних запасів і в обслуговуванні споживачів;
- збільшення переробки як зворотних товарів, так і упаковки [5–9].

На наш погляд, чинники, що визначають тенденції і напрямки розвитку логістики в умовах неоекономіки, дещо змінилися з точки зору пріоритетності і сили впливу кожного з них. Безумовно, незаперечно вплив процесів укрупнення масштабів ведення бізнесу, викликаних процесами глобалізації може як спонукати розвиток логістичної діяльності, так і стати бар'єром на її розвитку. Очевидна також трансформація логістичної діяльності під впливом інформатизації суспільства і домінування ринку споживача. Однак, розглядаючи розвиток логістики як методології управління потоковими процесами в складних господарських системах, важливо здійснити конкретизацію факторів, що визначають вплив на концептуальні положення сучасної логістики і виділити фактори, що впливають на використовуваний логістичний інструментарій.

На концептуальні положення логістики в умовах неоекономіки впливають такі чинники:

- 1) глобалізація суспільного життя;
- 2) спеціалізація виробництва;
- 3) віртуалізація економіки [5, 8, 15].

Процес дослідження факторів, які впливають на формування логістичного інструментарію, враховуючи, що весь розвиток сучасної логістики пов'язаний із систематичним удосконаленням матеріальних та інформаційних потоків для покращення логістики та зниження логістичних витрат є сьогодні ключовим питанням. Серед факторів, що визначають напрямок розвитку логістики, є кілька різних факторів, основними з них є:

- 1) інформатизація суспільства;
- 2) глобалізація економіки;
- 3) індивідуалізація пропозиції;
- 4) підвищення вимог до екологічної складової діяльності ринкових суб'єктів;
- 5) інноваційність економіки [6, 10, 12, 15, 16].

Трансформація логістики в сучасних умовах відбувається під впливом факторів глобалізації та інтеграції, що призводить до певного переосмислення деяких підходів до формування логістичного процесу та здійснення логістичної діяльності. Загальна тенденція

розвитку логістики пов'язана з підвищенням її функціональності через те, що до логістичної діяльності все більше включаються питання, які раніше вирішувалися окремими організаціями і підприємствами. Отже, такий розвиток визначає створення логістичними функціями доданої вартості на основі системного аутсорсингу, системність якого полягає в об'єднанні окремих функціональних блоків діяльності підприємства в загальну схему з урахуванням цільових і синергетичних принципів. Системний аутсорсинг дає основу для розвитку концепції логістики доданої вартості.

Крім того, сучасна логістична концепція вимагає встановлення нових партнерських відносин зі споживачами (клієнтами) і постачальниками, виключення всього «зайвого» (з точки зору профільної діяльності) і прискорення всього «необхідного», постійної готовності до впровадження технічних і організаційних інновацій, а також переходу на користь комплексних рішень логістичних проблем.

Застосування інтернет-технологій в сучасному логістичному процесі є сьогодні одним з ключових факторів підвищення конкурентоспроможності підприємницької діяльності та дозволяє здійснювати електронну комерцію та сконцентруватися на тимчасовому параметрі її виконання. В табл. 1 наведемо динаміку кількості користувачів Інтернет в розрахунку на 100 осіб, 2009–2018 рр.

Таблиця 1

**Динаміка кількості користувачів Інтернет в розрахунку на 100 осіб, 2009–2018 рр.**

Період	Україна	Країни з низьким і середнім доходом	Країни Європи та Центральної Азії	США
2009	3,14	4,64	28,29	61,95
2010	3,48	5,85	32,36	65,04
2011	3,74	7,04	35,16	68,27
2012	4,49	8,67	38,03	69,20
2013	6,52	11,28	43,59	75,26
2014	10,94	14,08	47,25	74,22
2015	17,77	16,97	50,13	71,21
2016	23,09	20,91	56,50	74,25
2017	28,70	23,48	60,30	77,90
2018	33,70	26,56	63,20	81,00

Джерело: складено за даними [2].

З точки зору доктора економічних наук Є.Ф. Авдокушина, специфікою електронної комерції є «вимушена колективність» за допомогою виходу в Інтернет і координації дій безлічі організацій, користувачів послуг Інтернету, а також тісний стикування проблем, що характеризують внутрішню і зовнішню середовище організації, в тому числі пов'язаних з формуванням сприятливого ринкового оточення організації. Що стосується логістики, визначені особливості відповідають основній концепції управління ланцюгами поставок, яка чітко визначається як логістична інтеграція та управління всіма компаніями та операціями в ланцюзі поставок, орієнтуючись на двостороннє співробітництво, ефективні бізнес-процеси та високий рівень обміну інформацією. з метою надання учасникам конкурентних переваг [8].

Зміна екологічного клімату і поширення логістичної концепції спільної відповідальності привели до підвищення чутливості організацій до проблем навколишнього середовища. На введення нових правових норм і формування вимог споживачів виробники і постачальники відповідають зрослої відповідальністю за товар після його продажу і наданням після продажної сервісної підтримки. Таким чином, екологічна складова змінює

традиційні підходи до управління логістикою, орієнтуючи підприємства на використання більш безпечних для навколишнього середовища логістичних технологій, поступаючись так званою «зеленою логістикою».

Роль продуктових і технологічних інновацій як джерела економічного зростання не тільки переміщує їх в сферу відповідальності корпоративного керівництва підприємств, а й зближує їх зі стратегіями бізнесу, в тому числі і логістичними. Стосовно до логістики, під логістичною інновацією (відповідно до існуючої класифікації інновацій) розуміється технологічна інновація, яка співвідноситься з використанням інноваційного підходу до реалізації системних і управлінських функцій логістики в рамках розроблюваних бізнес-схем. Внаслідок того, що в умовах неоекономіки логістична діяльність в ще більшому ступені повинна орієнтуватися на якісні критерії здійснення логістичних операцій і процесів, очевидна переорієнтація оцінки з фінансової складової бізнесу, домінуючою в даний час, на ефективність, яка проявляється в оцінці швидкості реакції компанії на вимоги ринкових суб'єктів, своєчасності здійснення поставок, забезпеченні гнучкості поставок тощо [8, 16].

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** Таким чином, розвиток логістики як підсистеми економічної системи суспільства безпосередньо пов'язане з загальними еволюційними тенденціями. В першу чергу, на наш погляд, це стосується організаційних форм логістики, які забезпечують формування та підтримання параметрів логістичної діяльності на необхідному рівні в залежності від умов навколишнього середовища і внутрішніх факторів розвитку компанії, а також визначають перспективи інтеграції між логістичними партнерами. Облік зазначених особливостей виразно вказує на неминучість трансформації ієрархічних утворень в плоскі організаційні структури. Така управлінська організація спрямована на підвищення швидкості прийняття управлінських рішень, їх прозорість, адаптивність а також коригуванням логістичного інструментарію і механізмів реалізації логістичної діяльності.

#### References

#### Література

1. Encyclopedia of the New Economy, WIRED may, 2017 <http://www.hotwiped.com/specialjenel>.
2. Explore. Create. Share: Development Data. Retrieved from: <http://databank.worldbank.org/ddp/home.do?Step=3&id=4>.
3. Nardiello, G.G., K. Naumik-Gladka, O. Ptashchenko, A. Maliukina (2017). Economic development based on international entrepreneurship and business tourism. *Economic Annals-XXI*. – No. 165 (5–6). – P. 104–109.
4. Baumgartner, Kh. (2004). Zadachi planirovaniia i upravleniia tserpiami postavok [Supply Chain Planning and Management Tasks]. *Loginfo*, No. 11 [in Russian].
5. Bozhkova, V.V., Ptashchenko, O.V., Saher, L.Yu., Syhyda, L.O. (2018). Transformatsii instrumentariiu marketynhovykh komunikatsii v umovakh hlobalizatsii [Transformations of marketing communications tools in the context of globalization]. *Marketynh i menedzhment innovatsii* [Marketing and innovation
1. Encyclopedia of the New Economy, WIRED may, 2017 <http://www.hotwiped.com/specialjenel>.
2. Explore. Create. Share: Development Data. Retrieved from: <http://databank.worldbank.org/ddp/home.do?Step=3&id=4>.
3. Nardiello G. G. Economic development based on international entrepreneurship and business tourism / G. G. Nardiello, K. Naumik-Gladka, O. Ptashchenko, A. Maliukina // *Economic Annals-XXI*. – 2017. – No. 165 (5–6). – P. 104–109.
4. Баумгартер Х. Задачи планирования и управления цепями поставок / Х. Баумгартер // *Логинфо*. – 2004. – № 11.
5. Божкова В. В. Трансформації інструментарію маркетингових комунікацій в умовах глобалізації / В. В. Божкова, О. В. Птащенко, Л. Ю. Сагер, Л. О. Сигида // *Маркетинг і менеджмент інновацій*. – 2018. – № 1. –

- management], No. 1, P. 73–82 [in Ukrainian].
6. Gokhberg, L. (2004). Novaia innovatsionnaia sistema dlia «novoi ekonomiki» [A New Innovative System for a “New Economy”]. In: Modernizatsiia ekonomiki Rossii [Modernization of the Russian Economy: A Social Context: In 4 Books. Book 2]. Ed. E.G. Iasin. Moscow: Izd. dom GU-VShE [in Russian].
7. Kent, T., Omar, O. (2007). Roznichnaia torgovlia [Distributive Trades]. Moscow: IuNITI-DANA. 719 p. [in Russian].
8. Novaia ekonomika [New economy]. Ed. prof. E.F. Avdokushin, prof. V.S. Sukhov. Moscow: Magistr. 543 p. [in Russian].
9. Ptashchenko, O.V. (2013). Pidvyshchenni efektyvnosti zbutovoi politykypidpriemstva cherez vykorystannia Internet-marketynhu [Increasing the effectiveness of marketing policiesenterprise through the use of Internet marketing]. Krymskyi ekonomichnyi visnyk, naukovyi zhurnal [Crimean Economic Bulletin: scientific journal], No. 2 (03) April, Part II, P. 113–117 [in Ukrainian].
10. Ptashchenko, O.V. (2012). Formuvannia marketynhovoї pidtrymky tovarnoi innovatsiinoї polityky [Formation of marketing support for product innovation policy]. Biznes-inform [Business Inform], No. 7, P. 221–223 [in Ukrainian].
11. D. Dzhonson, D. Vud, D. A. Vordlou, P. R. Merori (2012). Sovremennaia logistika [Modern logistics]. Moscow: Viliams. 624 p. [in Russian].
12. Ptashchenko, O.V., Miroshnykova, Ye.D. (2016). Pobudova CRM-systemy yak osnovy formuvannia komunikatsiinoї polityky mizh orhanizatsiieiu ta kintsevym spozhyvachem [Creation of the CRM-system as the basis of communication policy formation between the organization and the end consumer]. Visnyk Skhidnoukrainskoho natsionalnoho universytetu im. V. Dalia [Bulletin of the East Ukrainian National University V. Dalia], Vol. 6 (230), P. 108–116 [in Ukrainian].
13. Reznikova, N.V., Rubtsova, M.Yu., Rylach, N.M. (2018). Instytutsiini vazheli mizhnarodnoi konkurentospromozhnosti natsionalnoi innovatsiinoї systemy: problema vyboru instrumentiv stymuliuвання innovatsiinykh pidpriemstv [Institutional levers of the international competitiveness of the national innovation system: the problem of choosing tools to stimulate innovative enterprises]. Efektyvna ekonomika [Effective Economy], No. 1, P. 73–82.
6. Гохберг Л. Новая инновационная система для «новой экономики» / Л. Гохберг // Модернизация экономики России: Социальный контекст: в 4-х кн. – Кн. 2. / отв. ред. Е. Г. Ясин. – М.: Изд. дом ГУ-ВШЭ, 2004.
7. Кент Т. Розничная торговля / Т. Кент, О. Омар. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. – 719 с.
8. Новая экономика / под ред. проф. Е. Ф. Авдокушина, проф. В. С. Сухова. – М.: Магистр, 2009. – 543 с.
9. Птащенко О. В. Підвищенні ефективності збутової політики підприємства через використання Інтернет-маркетингу / О. В. Птащенко // Кримський економічний вісник: науковий журнал. – 2013. – № 2 (03) квітень. – Ч. II. – С. 113–117.
10. Птащенко О. В. Формування маркетингової підтримки товарної інноваційної політики / О. В. Птащенко // Бізнес-інформ. – 2012. – № 7. – С. 221–223.
11. Современная логистика / Д. Джонсон, Д. Вуд, Д. А. Вордлоу, П. Р. Мерори. – М.: Вильямс, 2012. – 624 с.
12. Птащенко О. В. Побудова CRM-системи як основи формування комунікаційної політики між організацією та кінцевим споживачем / О. В. Птащенко, Є. Д. Мірошникова // Вісник Східноукраїнського національного університету ім. В. Даля. – 2016. – Вип. 6 (230). – С. 108–116.
13. Резнікова Н. В. Інституційні важелі міжнародної конкурентоспроможності національної інноваційної системи: проблема вибору інструментів стимулювання інноваційних підприємств [Електронний ресурс] / Н. В. Резнікова, М. Ю. Рубцова, Н. М. Рилач // Ефективна економіка. –

- [Effective economy], No. 11. Retrieved from: [http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11\\_2018/16.pdf](http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11_2018/16.pdf) [in Ukrainian].
14. Reznikova, N.V., Ivashchenko, O.A. (2017). Problema reinstytutsionalizatsii svitovoi ekonomiky v umovakh nezalezhnosti: novi vyklyky hlobalnomu rehuliuvaniu [The Problem of Reinstitutionalization of the World Economy in Independence: New Challenges to Global Regulation]. Investytsii: praktyka ta dosvid [Investments: Practice and Experience], No. 10, P. 5–10 [in Ukrainian].
15. Rieznikova, N. Innovatsiina model rozvytku natsionalnoi ekonomiky: otsinka startovykh mozhlyvostei ta zasobiv realizatsii [Innovative model of national economy development: assessment of starting opportunities and means of realization]. Retrieved from: [www.academia.org.ua](http://www.academia.org.ua) [in Ukrainian].
16. Chernova, D.V. (2005). Strategicheskaiia logistika setevoi ekonomiki [Strategic Logistics Network Economy]. Moscow: MELAP. 144 p. [in Russian].
2018. – № 11. – Режим доступу: [http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11\\_2018/16.pdf](http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11_2018/16.pdf).
14. Резнікова Н. В. Проблема реінституціоналізації світової економіки в умовах незалежності: нові виклики глобальному регулюванню / Н. В. Резнікова, О. А. Іващенко // Інвестиції: практика та досвід. – 2017. – № 10. – С. 5–10.
15. Резнікова Н. Інноваційна модель розвитку національної економіки: оцінка стартових можливостей та засобів реалізації [Електронний ресурс] / Н. Резнікова. – Режим доступу: [www.academia.org.ua](http://www.academia.org.ua).
16. Чернова Д. В. Стратегическая логистика сетевой экономики / Д. В. Чернова. – М.: МЕЛАП, 2005. – 144 с.