

ІНФОРМАЦІЙНІ ГЛОБАЛЬНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ПОТОКОВИМИ ЛОГІСТИЧНИМИ ПРОЦЕСАМИ В ЕКОНОМІЦІ

Касян С.Я.

*Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара,
м. Дніпропетровськ*

Стрімке накопичення конкурентних переваг економічних агентів з урахуванням глобальної спеціалізації бізнес-процесів посилює увагу науковців і практиків у сфері маркетингу й логістики до управління потоковими логістичними процесами у сучасному інформаційному просторі.

Представники наукової школи маркетингу і логістики Національного університету «Львівська політехніка» Н. Чухрай, Р. Патора досліджують чинники розвитку та проблеми інтеграції інноваційної і логістичної діяльності підприємств. Вони справедливо виокремлюють процеси, що притаманні зміні глобальної ринкової структури: глобалізація ринку, інтеграція економік, поляризація ринків, дерегулювання ринків, невизначеність ринкових та галузевих кордонів, генерування нових сфер економічної діяльності [1, с. 62, 63]. При цьому, дійсно, слід враховувати тенденцію до гомогенізації попиту в ході побудови інтегрованих маркетингових ланцюгів цінностей для споживачів. Науковці слушно зауважують про важливість вивчення гіперконкуренції, що певною мірою опосередковується турбулентністю ринкових процесів. Дослідники підкреслюють складність прогнозування маркетингових подій через таку турбулентність та агресивність ринкової поведінки економічних агентів [1, с. 63]. Вважаємо, що побудова логістичних послідовностей реалізації основних маркетингових процесів потребує комплексного урахування аспектів темпоральності та турбулентності змін конфігурації взаємодії основних ринкових сил.

Відмітимо, що в наукових працях є кілька підходів (позицій) до визначення складових механізму інформаційного забезпечення логістичних потоків. Існує підхід до визначення мезо- і макроекономічних складників функціонування інформаційного механізму логістики. С. Ізмалков, К. Сонін, М. Юдкевич доцільно виокремлюють основоположників теорії економічних механізмів: Лео Гурвіца, Роджера Майерсона і Еріка Маскіна [2, с. 5]. Важливою є введена в науку умова сумісності стимулів, яка слугує оцінці механізмів та ігор при асиметричному характері інформації [2, с. 9]. Отже, важливим є управління логістичними потоками на основі застосування адаптивних інформаційних механізмів формування маркетингових цінностей.

Література:

1. Чухрай Н. Інновації та логістика товарів / Н. Чухрай, Р. Патора : Монографія. – Львів : Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2001. – 264 с.
2. Ізмалков С. Теорія економічних механізмів (Нобелівська премія з економіки 2007 р.) / С. Ізмалков, К. Сонін, М. Юдкевич // Вопросы экономики. – 2008. – №1. – С. 4.–26.