

ючи досвід підписання «Меморандуму про поглиблення взаємодії між Євразійською економічною комісією і Україною»). До того ж галузь опиниться у «тисках» конкуренції, що постійно посилюється, особливо з боку російських колег, що є додатковим ризиком її розвитку в довгостроковій перспективі.

Єдиним виходом у ситуації, що склалася, представляється прискорена модернізація металургійної промисловості України, починаючи з техніко-технологічної реконструкції виробництва, особливо третього, прокатного переділу, закінчуючи соціальними відносинами. Реальна можливість для вітчизняних металургів не втратити усі ринки збуту й наростити внутрішнє споживання власної металопродукції полягає тільки у випуску високоякісної продукції з оптимальним співвідношенням ціна/якість. Саме такий підхід, а не штучне приєднання до якої-небудь регіональної організації без достатніх на те економічних передумов може забезпечити конкурентоспроможність галузі та затребуваність її продукції, незважаючи на існуючі торговельні та інституційні бар'єри.

*Joanna Nowakowska-Grunt, professor,
Faculty of Management,
Czestochowa University of Technology, Poland*

STRATEGIES FOR ENTERPRISES OF LOGISTICS MARKET IN POLAND AND EUROPE

Йоанна Новаковска-Грунт
Стратегии предприятий
на рынке логистических услуг
в Польше и Европе

Йоанна Новаковска-Грунт
Стратегії підприємств на ринку
логістичних послуг у Польщі
та Європі

1. Admission. Intensive development of the Polish logistics services sector indicates that this is an industry that is doing quite well with the economic crisis. Analysis of trends in the sector allows for the observation that one of the most important elements for market advantage is to formulate and implement the right strategy. Such a strategy, on the one hand should give the opportunity to adjust to trends in the market, on the other hand, should take into account macroeconomic conditions, and therefore also a solution that would provide guidance on the transport policy of the EU. The article shows just such a relationship.

2. The essence of the strategy of logistics enterprises. Logistics with their areas of interest thus becomes part of the strategic management of the company. The strategies used in business, and their form depends on many factors, such as type of business, the nature of the market in which it operates, the type of business, organizational structure, financial situation etc. The choice of strategy may be based on, as defined by Porter, strategies, benefits competitive. They are very important from the point of view of the customer. Enhance competitive advantages in some way the «value» of the company and its products or services. This can be done either by offering goods to customers at a lower cost (cost leadership strategy), or offering different types of services (differentiation strategy), which will result in the consequences of the acceptance by the customer at a higher price than a competitor.

In the area of logistics inherent potential sources of achieving success in the market by a company that caters to the needs of customers and ahead of the competition, and achieves high productivity and efficiency of manufacturing processes and equipment in the company.

3. Prospects of logistics services in the light of the «Europe 2020». As indicated by the strategy «Europe 2020», which is a continuation of the Lisbon strategy, there is a need for joint action by the Member States for the recovery from the crisis and the implementation of reforms for addressing the challenges posed by globalization, an aging population and the increasing need for efficient use of resources. In order to achieve these objectives proposed three basic, mutually reinforcing priorities:

- Increase intelligent (smart growth), which is development based on knowledge and innovation,
- increase sustainability (sustainable growth), the transition towards a low carbon, resource efficient and competitive,
- inclusive growth (inclusive growth), which is fostering a high - employment economy delivering economic, social and territorial cohesion.

It can therefore be stated that Europe is moving towards sustainable development. This also applies to the logistics. The integrated EU policy in the area of logistics and transportation is a response to the European economy entering a phase of sustained growth, however, there may be doubt as to whether fully take into account the role of the transport and logistics sector.

4. Trends in logistics services in Europe and Poland. Increasing competition in the global market means that companies are

increasingly switching from expensive, traditional produce of the composition or supply . Priority for the producers is therefore cost reduction, quality improvement, placing on the market of a new product or marketing activities. Other measures are unnecessary and too costly for companies they lead . This results in the need for new strategies and solutions for delivery services. As the experience of logistics companies operating in Poland, such as FM Logistic, Raben, Wincanton, DHL and many others, their future will be based on wider choice of service co-packing and co-manufacturing. Common to find different sets of promotional products in the co-packing . Services co-packing include not only simple repackaging of goods in individual packaging, but also includes the installation of exhibition stands for shops, creation of promotional and gift, in the so-called combination products. Multipacks, lamination and marking of products before they are sold. Manufacturers are increasingly turning to outsourcing as a service more cost-effective than self- realization of commercial activity in the market or shipping. As a result the manufacturers do not have the need to carry out a variety of activities not related to the production itself, and not have to look for suppliers of packaging and other entities, as well as have no need to purchase expensive, specialized equipment. Specialized equipment needed to accomplish tasks, however, are picking asset logistics operators, service providers and co-packing for many companies simultaneously, which makes the use of economies of scale and reach, therefore lower unit costs.

5. Summary. As the considerations presented before the logistics industry in Poland face the challenge of having to use a strategy of differentiation and further expansion of the offer, so that they fulfill a range of functions, not only related with the implementation of the basic operations of transport and shipping, but increasingly seek to acquisitions and other activities. Prospects for facing the logistics industry tend to be optimistic, because in spite of the economic crisis, companies that hire services are expected not only the cheapest solution, but also modern and comprehensive.

References

1. *Baker P.*: An exploratory framework of the role of inventory and warehousing in international supply chains, *International Journal of Logistics Management*, The, Vol. 18 Iss: 1, 2007, p. 64 — 80.
2. *Ciesielski M., Długosz J.*: *Strategie łańcuchów dostaw*, PWE Warszawa 2010.
3. http://www.dp-dhl.com/content/dam/logistik_populaer/trends/delphi-studie_english.pdf

4. http://www.wandalex.pl/files/LAJ_proгноzy.pdf.pdf
5. http://www.wandalex.pl/files/LAJ_proгноzy.pdf.pdf
6. *Kisperska-Moroń D.*, 2010, Kompetencje logistyczne firm polskich jako czynnik rozwoju wirtualnych łańcuchów dostaw. LogForum 6, 1, www.logforum.net/vol6/issue1/no1
7. Nowicka — Skowron M.: Efektywność systemów logistycznych, PWE Warszawa 2000.
8. *Penc J.*, Strategiczny system zarządzania. Holistyczne myślenie o przyszłości. Formułowanie misji i strategii, Agencja Wydawnicza Placet, Warszawa 2001.
9. *Porter M. E.*: Strategia konkurencji. Metody analizy sektorów i konkurentów, MT Biznes, Warszawa 2009.
10. Rutkowski Krzysztof (red.), Logistyka on-line, Warszawa, PWE 2002.
11. *Tennyson R.*: Poradnik Partnerstwa, The International Business Leaders Forum (IBLF) and the Global Alliance for Improved Nutrition (GAIN), Warszawa 2003.
12. www.ec.europa.eu/eu2020

О. В. Олійник, аспірант,
Національний університет харчових технологій
e-mail: vk585@ukr.net

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ КОНТРОЛІНГУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ

Олейник Олеся
Формирование системы контро-
ллинга на предприятиях пище-
вой промышленности

Oliynik Olesia
Forming the system of controlling
at ukraine's food industry
enterprises

Дослідження системи управління підприємствами харчової промисловості показало, що організаційна структура і функції, що виконують підрозділи, не цілком відповідають задачам, що вирішуються і недостатні для прийняття ефективних рішень за перспективними проблемами. Це вимагає впровадження дієвого механізму координації всередині системи управління, побудови спеціальної системи інформаційного забезпечення, отриманого в результаті синтезу традиційних методів обліку, аналізу, планування та контролю. Саме контролінг дає змогу інтегрувати всі функції управління для виконання поставлених оперативних і стратегічних цілей.