

УДК 658

Кузів А. – ст. гр. БЕ -31

*Тернопільський державний технічний університет імені Івана Пулюя*

## **ЛОГІСТИКА І МАРКЕТИНГ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ**

Науковий керівник: к.е.н., доц.. Хрупович С.Є.

Логістика – це галузь економічних знань, що знаходиться на стику кількох економічних дисциплін: маркетингу, організації виробництва, постачання, складського господарства, транспорту, обробки економічної інформації, об'єднуючи й інтегруючи їх. Формування, діяльність і зміни в логістичній системі підприємства викликають реформування транспорту, постачання, збуту, складування і складської обробки, обробки інформації в бік їх комплексної оптимізації на основі нового принципу – логістичного управління.

Логістичний підхід до управління дозволяє інтегрувати управління матеріальними й інформаційними потоками, не виділяючи будь-яку з функціональних сфер як більш чи менш важливу, і звести управління ними в одну інтегровану систему. При цьому планування, управління, контроль і здійснення просування матеріальних та інформаційних потоків тісно переплітається з іншими видами діяльності підприємства. Логістика як форма сучасного менеджменту є перш за все комерційною, системною сферою діяльності, що дозволяє підприємствам знаходити нові резерви для підвищення задоволення постійно зростаючих потреб споживачів, звідси – конкурентоспроможності і прибутку.

Найбільша увага приділяється зв'язкам логістики з маркетингом та виробничою сферою, причому логістика розглядається як набір інструментів для планування та управління матеріалопотоками в процесі виробництва та реалізації продукції, приділяючи постачанню мало уваги, а деякі логістичні функції передаючи маркетингу.

Взаємодію логістики з маркетингом також можна описати через так звані "Сім R" – кількість, якість, місце, час, витрати, продукт, споживач, які деякими дослідниками виділяються як головна мета логістичної системи: поставити споживачу потрібну кількість потрібного продукту потрібної якості у потрібний час у потрібне місце з найменшими можливими витратами.

Надалі відмітимо що є як схожість, так і відмінності маркетингової та логістичної концепцій. Ці концепції базуються на економічній спільності, що відбиває сутність ринкових процесів. Маркетинг являє собою концепцію управління виробництвом і реалізацією продукції, орієнтовану на попит (на потреби споживача продукції). Логістика є концепцією управління матеріальними, інформаційними та іншими потоками, орієнтованою на ефективне використання потенціальних засобів та зусиль для розв'язання комплексу завдань щодо фізичного переміщення продукції всередині підприємства і в зовнішньому середовищі з метою задоволення потреб споживачів у транспортно-експедиційних послугах та постачальницько-збутових роботах.

А схожі концепції - чітким виділенням провідної ролі споживачів. За цілями та розв'язуваними завданнями логістика та маркетинг є частинами єдиного процесу задоволення потреб споживачів. Маркетинг і логістика невід'ємні, оскільки їх сукупність зумовлює політику й характер виробничої, постачальницької і збутової діяльності суб'єктів ринкових відносин у загальній системі управління підприємством.