

протиріччями, які зменшують ефект спільної діяльності та величину очікуваного ефекту кожного з цих сфер. Непослідовні дії, недостатня інформація, небажання усвідомлювати головну роль однієї з цих сфер – все це та багато іншого ставить питання взаємодії маркетингу та логістики під загрозу.

Отже, грамотне використання комбінації маркетингу та логістики дозволяє приймати швидкі та раціональні рішення для забезпечення ефективної взаємодії між внутрішнім і зовнішнім середовищем підприємства; впровадження маркетингу і логістичного менеджменту в підприємства допоможе оптимізувати діяльність збуту за допомогою аналізу товарообігу та прискорення продажів, що в свою чергу збільшить прибуток підприємства та задовольнить бажання споживачів, що є основною ціллю будь-якого виду виробничої діяльності.

#### **Література.**

1. Довгань Ю. Формування маркетингово-логістичної взаємодії в управлінні підприємствами: Зб. наук. праць ІХ міжнар. наук-практ. конф., м. Вінниця, 14-16 верес. 2021 р. С. 107-113.
2. Авдєєва У. В., Шкурупій О. В. Міжнародна маркетингова стратегія підприємства: умови її сучасного формування. - URL: <http://dspace.puet.edu.ua/bitstream/123456789/9917/1/%D0%90%D0%B2%D0%B4%D1%94%D1%94%D0%B2%D0%B0%20%D0%A3.%D0%92..pdf>
3. Костюк Г. В., Гурич Ю. А., Вейнберегер В. В. Концептуальні основи формування логістичної системи підприємства. Ефективна економіка. 2016. № 12. - URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5318>
4. Бондаренко В. М. Формування взаємозв'язків маркетингу та логістики в підприємницькій діяльності. Ефективна економіка. 2015. № 7. - URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4454>

## **ТИПОЛОГІЯ ЛОГІСТИЧНИХ СТРАТЕГІЙ ПІДПРИЄМСТВА**

*Зайченко М.О., здобувач вищої освіти-магістр 1 року навчання  
zaichenkoM@gmail.com*

*Науковий керівник: Водолажська Т.О., к.е.н., доцент  
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Ніні провідні підприємства та господарства України для забезпечення результативності логістичної діяльності та посилення конкурентних переваг застосовують логістичну стратегію управління, яка, поряд з виробничою, фінансовою, маркетинговою, стратегією

розвитку та іншими, виступає одним із видів функціональних стратегій.

Логістична стратегія ґрунтується на таких намірах:

- оптимізація рівня запасів;
- мінімізація часу переміщення матеріалів і виробів;
- забезпечення високого рівня логістичного сервісу;
- покриття мінімального акцептованого рівня загальних витрат у логістичному каналі [1].

В дослідженні під логістичною стратегією слід розуміти «головний напрям та комплексну програму дій і рішень, спрямованих на управління та раціональне використання матеріальних, інформаційних та фінансових потоків відповідно до довгострокових цілей і бізнес-стратегії підприємства» [2, с. 58].

З метою формування та впровадження доцільної у кожному певному випадку логістичної стратегії необхідним є встановлення основних її типів.

До цих пір в наукових колах та відповідних літературних джерелах [1-7] науковці та практики з логістичного управління виділяють неоднакову кількість відмінних різновидів логістичних стратегій.

Зокрема, у монографічному дослідженні Ільченко Н.Б. [3] виділено два типи логістичних стратегій - «тонку» та «динамічну». Автор зазначає, що метою тонкої логістичної стратегії є «виконання кожної логістичної операції з мінімальним використанням трудових, фінансових та матеріальних ресурсів. Для цього в логістичній системі створюється оптимальний потік ресурсів, що забезпечує мінімальний час виконання замовлень, обсяг запасів і загальних витрат...».

Мета динамічної логістичної стратегії полягає у «забезпеченні високої якості обслуговування споживачів, оперативно реагуючи на зміни попиту. Дану логістичну стратегію доцільно застосовувати на підприємствах, які пропонують широкий асортимент товарів, а також в умовах, коли попит різко змінюється і спрогнозувати його складно...» [3, с. 19].

В науковій статті Пальчик І.М. [4] наведено п'ять видів ключових і найбільш застосовуваних логістичних стратегій та здійснено їх характеристику :

- «стратегія мінімізації логістичних витрат та інвестування у логістичну мережу (передбачає скорочення загальних операційних витрат підприємства; покращення процесів транспортування-

зберігання продукції; підвищення ефективності логістичних рішень компанії; зменшення витрат на складське обслуговування (через пряму доставку); оптимізацію логістичної інфраструктури; економічність та ефективність каналів збуту продукції);

- стратегія максимізації та покращення логістичного сервісу (окреслює ефективну систему допродажного та післяпродажного обслуговування клієнтів; дотримання стандартів якості реалізації продукції);

- стратегія максимізації доходу та прибутку (завбачує оптимізацію логістичної системи, спрямованої на збільшення обсягу реалізації);

- стратегія підвищення конкурентних переваг підприємства (передбачає підвищення рівня якості логістичного обслуговування);

- стратегія логістичного аутсорсингу (передбачає вибір оптимальної кількості посередників в каналах руху товарів; оптимізування логістичної системи за рахунок залучення нових посередників)» [4].

Також логістичні стратегії класифікують з погляду вирішення базових логістичних проблем :

- 1) стратегія інтеграції функцій і процесів;
- 2) стратегія консолідації (транспорту, складів, запасів);
- 3) стратегія зменшення, тобто стратегія ліквідації запасів;
- 4) стратегія скорочення циклу;
- 5) стратегія диференціації обслуговування клієнта;
- 6) стратегія кооперації у відносинах «постачальник-споживач»;
- 7) стратегія логістичного аутсорсингу;
- 8) стратегія логістичних інновацій;
- 9) стратегія інтегрованого ланцюга поставок [5].

У інформаційному джерелі [6] зауважено існування значної кількості видів логістичних стратегій, якими підприємства керуються у своїй діяльності, та виділено базові напрямки, які є основами для розвитку інших, більш вузькоспрямованих стратегій :

- «перший основний тип логістичних стратегій - мінімізація логістичних витрат (передбачає скорочення логістичних витрат в окремо взятих логістичних функціях; оптимізувати рівень запасів у логістичній системі; підбір найкращого варіанту дій, наприклад, складування - доставка. Суть полягає у зміні основного логістичного напрямку на другорядний; оптимізації рішень в окремих сферах

функціонування. Оптимізація відбувається за принципом мінімальних витрат логістичного типу);

- другий основний тип логістичної стратегії - поліпшення якості сервісу (містить дії з підвищення якості виконання всіх логістичних операцій, які надає компанія; підтримка передпродажного і післяпродажного сервісу; надання послуг з сервісу доданою вартістю; використання логістичних технологій для підтримки життєвого циклу продукту; створення системи управління якістю логістичного сервісу);

- третій основний тип логістичної стратегії - мінімізація інвестицій в логістичну інфраструктуру (завбачує оптимізацію конфігурації логістичної структури : можливо, налаштувати пряму доставку вантажів споживачам, щоб минути етап складування; використання складів загального призначення; використання логістичних посередників у таких типах послуг, як перевезення, складування та переробка наявних вантажів; застосування методу реалізації подібної стратегії "точно в термін»; оптимізація розташування об'єктів, що входять в системну структуру);

- четвертий основний тип логістичної стратегії - стратегія логістичного аутсорсингу (окреслює прийняття рішення «виробляти чи купувати»; зосередження своїх логістичних можливостей на вирішенні ключових операцій. Для вирішення другорядних логістичних процедур варто знайти посередників; оптимізація вибору джерела зовнішніх ресурсів; оптимальне розміщення наявних промислових об'єктів, а також всіх логістичних центрів інфраструктури; використання тільки інноваційних постачальників, а також оптимізація числа посередників і чіткий розподіл функцій, які за ними закріплені» [6].

Проведене дослідження розглянутих вище типів логістичних стратегій дозволяє дійти висновку, що існування значної їх кількості зумовлює та ускладнює проблему вибору найбільш дієвої з них. Разом з тим такі стратегії повинні бути спрямовані та забезпечувати досягнення стратегічних цілей підприємства та посилення його конкурентоспроможності на ринку.

Правильне застосування логістичних стратегій повинно зумовлювати зменшення загальних витрат та підвищення рівня обслуговування клієнта, тобто збільшення ефективності діяльності та досягнення цілей підприємства, виникнення перспективи розвитку та росту діяльності підприємства [7].

Отже, сьогодні завдання вибору продуктивної логістичної стратегії підприємства є складним процесом узгодження необхідної кількості мінімальних витрат за умови забезпечення покращення логістичного обслуговування та максимізації доходів, а також підвищення конкурентних переваг.

### Література.

1. Економічна енциклопедія: у трьох томах. Т. 2. / С. В. Мочерний (відп. ред.) та ін. Київ : Видавничий центр «Академія», 2000. 864 с.
2. Водолажська Т.О. Логістична стратегія підприємства : сутність поняття. *Економіка транспортного комплексу*. Харків : ХНАДУ. 2021. № 37. С 48-60.
3. Ільченко Н.Б. Логістичні стратегії в торгівлі : моногр. Київ : Київ. нац. торг. екон. ун-т, 2016. 432 с.
4. Пальчик І.М. Формування логістичної стратегії підприємства у сучасних умовах господарювання. *Ефективна економіка*. 2014. № 11. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=3575>.
5. Класифікація логістичних стратегій підприємства. *Навчальні матеріали онлайн* : веб-сайт. URL : [https://pidru4niki.com/72683/logistika/klasifikatsiya\\_logistichnih\\_strategiy\\_pidpriemstva](https://pidru4niki.com/72683/logistika/klasifikatsiya_logistichnih_strategiy_pidpriemstva)
6. Основні логістичні стратегії : поняття, види, сутність і розробка. Поради для усіх (наука) : веб-сайт. URL : <http://xn--80aimveh.pp.ua/nauka/19906-osnovn-logstichn-strategyi-ponyattya-vidi-sutnst-rozrobka.html>
7. Василенко В.О., Ткаченко Т.І. Стратегічне управління : навч. посібн. Київ: ЦУЛ, 2003. 396с.

## ВЗАЄМОДІЯ ЛОГІСТИЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ З МАРКЕТИНГОМ

*Малиновська А.Ю., здобувач вищої освіти,  
anastasiamalinovskaya99@gmail.com*

*Науковий керівник: Писарчук О. В., к.е.н., доцент  
Харківський національний економічний університет  
імені Семена Кузнеця*

Маркетингова логістика - це процес доставки готової продукції як посередникам, і покупцям. Вся мета логістики визначається, коли менеджери з логістики починають робити маркетингові ініціативи. Маркетингова логістика, і навіть її інформування - одне з обов'язків відділу логістики [1].

На сьогоднішній день, вивченням питань, що пов'язані з взаємодією логістичного менеджменту з маркетингом приділяється