

Логістичний процес — це організована в часі послідовність виконання логістичних операцій, що дозволяє досягти задані цілі.

До логістичних процесів належать процеси, що пов'язані зі зміною параметрів простору (розміщення), часу, форми, властивостей логістичних потоків.

Існує п'ять видів логістичних процесів: 1. Виконання. 2. Планування. 3. Отримання, опрацювання та накопичення інформації. 4. Контроль і аналіз виконання логістичного процесу. 5. Управлінські рішення у рамках конкретного логістичного процесу.

Поєднуючи поняття логістика та бізнес-процесів отримаємо інтеграцію логістичного управління на рівні підприємства, інтеграцію функцій і процесів сфер постачання, виробництва і збуту. Це означає розгляд логістики як функціональної сфери діяльності підприємства, для якої є характерним і необхідним формування таких елементів: логістичних цілей підприємства; логістичної стратегії підприємства; концепції логістичних рішень; прийняття та організації виконання управлінських рішень з логістичного управління; оцінки та контролю результатів логістичної діяльності.

Логістика бізнес-процесів дозволяє оптимізувати всі сфери діяльності підприємства:

1. Використання методів логістики в діяльність підприємства дозволяє оптимізувати його поточкові процеси, це в свою чергу сприятиме його ефективній діяльності.

2. Моделювання бізнес-процесів з використанням методів логістики дозволить сформулювати оптимальні управлінські рішення, що сприятиме ощадності, ефективності та ліквідації марнотратності.

3. Методи логістики дозволяють розвинути та розширити партнерство серед учасників логістичного ланцюга поставок та формування спільних схем співпраці, що дозволить зменшити терміни замовлення, інтенсифікувати використання ОЗ логістичної інфраструктури, знизити рівень запасів і замороженого капіталу.

4. Логістика бізнес-процесів дозволить сформулювати нові бізнес-моделі та нові бізнес-процеси.

## **КОНЦЕПЦІЯ МАРКЕТИНГУ І ЛОГІСТИКИ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

*Колмакова О.М., к.е.н., доцент,  
Крохмальна В.І., студентка,*

*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Маркетинг - тип економічної роботи людини, орієнтований на задоволення потреб шляхом обміну.

Маркетинг – це не тільки стимулювання збуту продукції. На основі маркетингу формується стратегічне планування розвитку компанії, щодо збуту продукції, оцінці потреб споживачів, створенні продуктової лінійки бренда і

т.д.

Логістика – це планування, управління, контроль и регулювання руху матеріальних и пов'язаних із ними інформаційних потоків в просторі та часі починаючи від їх первинного джерел и закінчуючи місцем кінцевого споживання.

Рішення в сфері логістики орієнтовані на оптимізацію діяльності підприємства, економію ресурсів та скорочення часу виробництва-реалізації, і не орієнтовані на облік культурних, традиційних та інших особливостей ринку певного продукту, які характеризують національний або місцевий соціум. А рішення в сфері маркетингу, навпаки.

Таблиця 1

Характеристики логістики	Концепція взаємодії маркетингу і логістики	Характеристики маркетингу
Поточне планування	Маркетинг спрямований на розширення видів діяльності підприємства, товарів та послуг, що неможливе без використання логістичних систем	Стратегічне планування
Управління ресурсами		Оцінка ринку та потреб споживачів
Контроль за використанням ресурсів		Розширення сфер діяльності, продукції, брендів
Регулювання діяльності підприємства		

Концепція взаємодії маркетингу і логістики (маркетингові підрозділи планують потокові руху організаційно, а служби логістики займаються їх оптимізацією), дає можливість глибше виявити віддачу від логістики як головний підсумок роботи цілої конструкції переміщення товарів у вигляді ознаки рівня обслуговування клієнтів. Цей результат містить в собі (принаймні) наступні компоненти, у вигляді вимог до рівня обслуговування [1]: швидкість виконання замовлень і доставки замовлень клієнтам; можливість забезпечити термінову доставку; висока якість товарів; готовність зробити повернення (або обмін) дефектного товару; наявність різноманітних послуг.

Чим успішніше для спільноти стратегія маркетингу, тим переважні здатності для застосування логістики та побудови оптимальних (відповідних) логістичних систем. Відповідно, маркетинг та логістика взаємопов'язані, і одна без іншої не зможе повноцінно функціонувати, приносячи бажаний результат.

### Література:

1. Маркетинг и логистика: что важнее в оптимизации бизнес – процессов? : сайт URL: <http://calculino.info/ru/usefull/articles/id573748>.