

заміни окремих деталей виробу з переходом на інноваційний аналог товару – гнучкий шнек, який уже виробляється в незначних обсягах для таких сегментів ринку як сільськогосподарська, будівельна галузь та не виробляється, наприклад, для фармацевтичної продукції.

Використана література.

1. Єрешко А.І. Перспективи використання маркетингових онлайн-досліджень в інноваційному розвитку економіки регіону. Бізнес-навігатор. 2018. №2(45). С. 63-66.

2. Нагорний Є.І. Науково-методичні засади маркетингового тестування промислової інноваційної продукції: дис. на здобуття наук. ступеня к.е.н. Суми, 2011. 272 с.

3. Окландер М.А. Тенденції маркетингових досліджень: онлайн панелі та онлайн спільноти. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2018. №1. С. 118-129.

Марій О.,аспірант
Львівський торговельно-економічний
університет, м. Львів, Україна

ІНТЕГРАЦІЯ ФУНКЦІЙ ЛОГІСТИКИ У СИСТЕМУ МЕНЕДЖМЕНТУ

За рахунок впливу на конкурентоспроможність підприємств, логістика розглядається як одна з основних галузей управління. Це підтверджується визначеннями логістики[1], в яких підкреслюються окремі функції управління, орієнтовані на основні цілі логістичної діяльності. Важливими питаннями є їх визначення та координація в концепції логістики. Чітко визначена мета полягає у суті ефективного та інтегрованого характеру.

Концепція логістики є багатогранною, її сфера використання, досягнення у практичній діяльності, різносторонність оцінки результатів діяльності підприємства, дає можливість впроваджувати у систему менеджменту її інтегровані функції та процеси. Це впровадження дозволить усунути недоліки діяльності підприємства, зокрема у менеджменті.

Логістика є однією із сфер підприємства, що входить у процес створення споживчої вартості товарів. Якщо логістичні операції будуть достатньо інтегрованими, то виступатимуть стратегічними перевагами підприємства. Інтеграція усієї логістичної системи та логістичних функцій, забезпечує високі показники результату діяльності.

Логістику, можна розглядати як управління матеріальними, інформаційними та фінансовими потоками (рух ресурсів) в процесах організації виробництва, які сприяють руху і координації попиту і пропозиції на товари в певному місці і заданий час.

Інтегрований логістичний підхід до менеджменту – це управління матеріальними, інформаційними, фінансовими та іншими потоками. Відмінність інтегрованого логістичного методу від управління простим логістичним методом полягає у тому, що об'єктом управління є потік (сприйняття об'єктів як єдине ціле), взаємопов'язаний з усіма іншими потоками в систему.

Інтеграційні функції логістики можна віднести і до маркетингової діяльності. На думку Дж. Вітковського,[2] через важливість орієнтації на клієнта в

ринковій діяльності, а також важливої ролі спрямованості діяльності на реалізацію процесів, пов'язаних з постачанням продукції клієнту, ієрархія у відносинах між маркетингом і логістикою не може бути використана. Дії в цих областях взаємодоповнюють.

Інтеграція дій в області потоків товарів або послуг і пов'язаної з інформації відіграє важливу роль з точки зору впливу логістичних рішень підприємства на швидкість виконання замовлень, а також на оперативність реагування на мінливість очікування покупців. Ефективне створення цінності для клієнта можливе завдяки прийняттю орієнтації на клієнта, тобто:

- збір інформації про переваги покупців;
- розробка пропозиції спрямована на поточні потреби ринку;
- встановлення довгострокових відносин;
- систематичний моніторинг та аналіз рівня задоволеності.

Функціональність логістики визначається її методологією. У системі менеджменту логістика виконує такі функції: [3, с.178]

1. Системоутворююча функція. Процес забезпечення управління ресурсами, є ефективною системою логістики. Логістика утворює систему управління рухами товарів (формує господарські зв'язки, організовує пересування продукції, організацією складу).
2. Інтегруюча функція - це забезпечення логістикою синхронності процесів збуту, зберігання і доставки з прив'язкою до ринку засобів виробництва і надання посередницьких послуг споживачам.
3. Регулююча функція полягає в реалізації управління матеріальними, інформаційними та фінансовими потоками для скорочення витрат.
4. Результуюча функція передбачає діяльність з доставки товару в потрібній кількості в певний час і місце з необхідною якістю при мінімально можливих витратах. Критерієм для визначення ефективності реалізації логічних функцій є досягнення кінцевої мети логістичної діяльності.

Логістичні структури підприємства взаємопов'язані з його багатьма функціональними підрозділами: маркетингом, службою фінансів, планування, контролю та виробництва. Так як найважливішими складовими ціни реалізованої продукції є транспортні витрати, складські витрати, вартість логістичного сервісу, то контроль і управління витратами на виконання відповідних функцій здійснюється спільно службами логістики і фінансів.

Інтегрована логістика покликана управляти потоками логістичної системи, що проходять через всі її етапи. На практиці це узгоджується зі структурним поділом за принципом функціональності (постачання, виробництво, зберігання, розподіл тощо). Процес формування логістичної системи заснований на забезпеченні і підтримці життєвого циклу продукту від задуму до ліквідації.

Зазвичай, завданнями логістики передбачена інтеграція її функцій складування та транспортування, постачання, матеріальними та фінансовими потоками, маркетингу для дослідження та приймання рішення для впровадження їх у систему менеджменту.

Інтеграції функцій логістики полягають у синхронізованому підході[4], який забезпечується гнучкістю, яка базується на поглибленні аналізу внутрішніх і зовнішніх відносин до складності явищ, що відбуваються у логістичних процесах. Розглядаючи логістичну діяльність підприємства, як джерело конкурентної переваги, обмежується можливість пропозиції за рахунок зниження вартості. У такому відношенні важливо покращувати потік товарів та інформації не тільки у межах підприємства, але й від постачальників сировини до кінцевого споживача. Результати, досягнуті після даних впроваджень, значною мірою залежать від інтеграції функцій логістики між усіма її підрозділами.

Інтеграція логістичних функцій у систему менеджменту підприємства має принести високі результати: підвищити конкурентоспроможність, позитивно вплинути на показники економічного зростання, підвищення рентабельності капіталу, підвищення рівня обслуговування клієнта. Допоможе у зниженні логістичних витрат підприємства та забезпечить вдалий процес прийняття логістичних рішень на підприємстві.

Використана література:

1. Логістика: Навчальний посібник/О.М. Тридід, Г.М. Азаренкова, С.В. Мішина, І.І. Борисенко. – К.: Знання, 2008. - 556с.- (Вища освіта ХНІ століття).
2. Крикавський Є.В. Логістика. Основи теорії: Підручник – Львів: національний університет «Львівська політехніка» (Інформаційно-видавничий центр «ІНТЕЛЕКТ+» Інституту післядипломної освіти), «Інтелект-Захід», 2004. – 416 с.
3. Кальченко А.Г. Логістика: Навч. Посіб. – К.: КНЕУ, 284с.
4. Крикавський Є.В. Логістика для економістів: Підручник. - Л.: Вид-во Над. ун-ту «Львівська політехніка», 2004. – 448 с.

Немчук П.

ННЦ ІАЕ, м. Київ, Україна

МАРКЕТИНГОВІ СКЛАДОВІ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ

Поняття інноваційної маркетингової політики в корпорації концепція; 70-ті роки - соціально-етична концепція; середина 90-х рр. - концепція партнерських відносин. За визначенням Л.П. Баскова [1] «маркетинг - це інформаційно-економічна система ефективного просування продукту ринкової діяльності від виробника до споживачів в умовах конкуренції з метою задоволення потреб споживачів і отримання якомога більшої вигоди від корисної діяльності виробника». Він пропонує системний підхід до обґрунтування маркетингової діяльності фірми з послідовним виділенням чотирьох базових елементів:

1) маркетингові дослідження; 2) маркетингова стратегія; 3) маркетингова тактика; 4) маркетинговий контроль [2].

Даний підхід є досить логічним в сучасних умовах розвитку і діяльності компаній.

У той же час, основу безлічі теорій маркетингу, запропонованих зарубіжними і вітчизняними авторами, закладається найбільш масове і істотний