

УДК 658.78

Віталій Самсонович Рейкін

доктор економічних наук, професор

Волинський національний університет імені Лесі Українки

кафедра маркетингу, м. Луцьк

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-1395-6135>

Vitaliyreikin@gmail.com

Vitalii Reikin

Doctor of Economics, Professor,

Department of Marketing,

Lesia Ukrainka Volyn National University, Lutsk;

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-1395-6135>

Vitaliyreikin@gmail.com

ВИТОКИ ТА СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО МАРКЕТИНГОВОЇ ЛОГІСТИКИ

ORIGIN AND MODERN APPROACHES TO MARKETING LOGISTICS

Анотація. Статтю присвячено актуальним теоретико-методологічним підходам до формування маркетингової логістики. Наведено ретроспективу та еволюцію розвитку досліджуваної категорії у військовому, математичному та економічному аспектах. Досліджено три основні концептуальні підходи, які формують дефініцію терміну «логістика» та визначають загалом напрямки подальших наукових розробок, характер використання логістики на практиці. Окреслено відмінності з погляду ідей Ф. Котлера до маркетингової логістики порівняно із мейнстрім-підходами. Обгрунтовано тезу про те, що найбільший вплив на логістику мав розвиток інформаційних технологій.

Ключові слова: логістика, концептуальний підхід, інтеграція, оптимізація, потокові процеси.

Abstract. The article deals with the current theoretical and methodological approaches to forming marketing logistics, which is considered as a science and a practical area of business. A retrospective and development evolution of the researched category in military, mathematical and economic aspects is given. Attention is drawn to the fact that in economic science, the genesis of «logistics» category is closely related to forming market relations in industrialized countries. Three main conceptual approaches were studied, which form the definition of the term «logistics» and generally determine the directions of further scientific developments, the nature of logistics use in practice: associativity with material and technical support of production and other types of activities, sales of products; scientific organization of managing infrastructural flow processes by means of their integration, optimization of costs and rationalization of production processes; scientific organization of managing any flow processes in any sphere of human activity. A critical analysis of the considered approaches was carried out from both a scientific and a practical point of view. The differences of F. Kotler's ideas on market logistics compared to mainstream approaches in the marketing aspect are outlined. The interrelationship of the theory, methodology, object and subject of logistics with certain types of activities, material and goods and related information and financial flows is stated. Attention is focused on the dominant paradigmatic idea – global integration and optimization of flow processes. It is justified that the development of information technologies had the greatest impact on logistics, and logistics itself is now increasingly influencing the development of various spheres of human activity. The genesis of approaches to «logistics» category is summarized: stages, conceptual features and definitions of examined term. It was concluded that in modern conditions, logistics is mainly aimed at increasing the efficiency of integration of any flow processes that have features of spatio-temporal sequence, therefore attempts to globalize logistics fields of application not only in the economy, but also in the science in general, culture, and art etc. are natural.

Key words: logistics, conceptual approach, integration, optimization, flow processes.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Різні дослідники розуміють під логістикою не тотожні дефініції, хоча всі вони пов'язують логістику з проблемою управління потоками товарів та інформації, що спрямовані з пункту їх походження до пункту споживання. У тому чи іншому вигляді логістика реалізується на кожному підприємстві, незалежно від галузі функціонування. Частка логістичних витрат у абсолютному вимірі постійно зростає; ця складова нині становить близько 10 % ВВП [6].

Логістика – це, з одного боку, наука, з іншого – практична сфера бізнесу. Незважаючи на давнє історичне походження та велику кількість вітчизняних та зарубіжних наукових публікацій з логістики, значний досвід її використання у практиці підприємництва [2], варто зазначити, що логістика як наука досі перебуває на стадії становлення та розвитку. Це проявляється в різних і досить суперечливих методологічних підходах щодо змістовного наповнення логістики, використанні методів та інструментів, а також взаємозв'язків логістики з іншими суміжними сферами.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Наукові основи терміну «логістика» заклали Г. Жоміні та Г.В. Лейбніц. Дослідженню теоретико-методологічного базису логістики присвятили свої публікації низка зарубіжних та вітчизняних вчених: Котлер Ф., Мерфі П., Вуд Д., Крикавський Є.В., Ларіна Р., Легеза Д., Марченко В. та ін. дослідники.

МЕТА статті. Дослідити генезис та еволюцію розвитку концептуальних підходів до формулювання змісту категорії «логістика» та з'ясувати її особливості на теоретико-методологічному рівні.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Термін «логістика» походить від давньогрецького слова (у латинській транскрипції «logistiks»), що означає «мистецтво рахунку» та початково відслідковувався у військових трактатах. У ретроспективі виокремлюють три аспекти терміну «логістика»: військовий, математичний та економічний.

Витоки логістики часто були дотичні до військового мистецтва, оскільки логістика розвивалася та вдосконалювалася з часом, а військові операції планувалися і проводилися у різних країнах в різні часові періоди. Засновником військової логістики прийнято вважати О. Македонського, якому вдалося за відносно короткий час завоювати величезні території, використовуючи в т.ч. логістику. Наприклад, він обирав маршрут військ у напрямку річок, що сприяло своєчасному постачанню армії зброї, продуктів харчування та обмундирування. За часів Римської імперії були окремі працівники «логістики», які займалися доставкою та розподілом продуктів харчування для легіонерів. Під час правління візантійського імператора Лева VI вперше в інтендантській службі з'явився термін «логістика» як мистецтво управління постачанням армії, включаючи підготовку до кожної військової кампанії. Активно логістикою також цікавився Наполеон, а першим автором наукової роботи з логістики є тогочасний французький військовий теоретик Г. Жоміні (1836 р.) [5].

Другий аспект терміна «логістика» – математичний. Застосування логістики в математиці має лише наукове спрямування. Німецький філософ, математик та лінгвіст Готфрід Вільгельм Лейбніц, називав математичну логіку «логістикою». Термін був офіційно прийнятий як математична логіка на Женевській конференції у 1904 році [3, с. 8].

Оскільки логістика є однією із складових економічної системи, її розвиток безпосередньо корелює із загальними еволюційними тенденціями. В економічній науці генезис категорії «логістика» тісно пов'язаний із становленням ринкових відносин у промислово розвинених країнах.

На початку 60-х років 20 ст. країни з розвинутою ринковою економікою не приділяли належної уваги формуванню способів оптимізації управління матеріальними потоками, оскільки існувала ринкова система, яка динамічно розвивалася та зростала. Основний вектор менеджменту був спрямований на насичення ринку, а не на пошук резервів у раціональній організації виробництва. Попит споживачів на товари здебільшого перевищував

пропозицію виробників, тобто мав місце ринок продавця. Через певний період резерви підвищення потенціалу виробництва були вичерпані і виробники стали відчувати труднощі зі збутом своєї продукції за цінами, що пропонувалися. Відповідно акценти змістилися у бік формування ринку покупців. З трансформацією ринкових відносин змінювався і зміст категорії «логістика».

Логістика, як поняття та сфера діяльності, сформувалася в 60-70-ті роки ХХ століття. Сам термін став повсюдно застосовуватися у бізнес-сфері лише в кінці 1970-х років. Виникнення та масове використання комп'ютерів, поява можливостей передачі інформації, забезпечили потужний розвиток інформаційних систем як на рівні окремих підприємств, так і за територіальним охопленням. Відповідно це уможливило передачу інформації щодо реквізитів вантажів, які транспортуються, особливо на міжнародному рівні. Використання інформаційних технологій дозволило підняти ефективність управління матеріальними потоками на новий рівень.

У логістиці, як в об'єкті наукового дослідження, можна виокремити декілька нечітко розмежованих концептуальних підходів, що визначають значною мірою як напрямок подальших наукових розробок, так і характер використання логістики на практиці.

Згідно з першим концептуальним підходом, логістика асоціюється переважно із суспільним виробництвом. При цьому обов'язково зазначається теза щодо суттєвої трансформації виробничої сфери під впливом власне логістичних форм та методів управління. У результаті традиційні види діяльності набувають нового змісту, що адекватно отримує відображення в різних видах логістики. Зокрема, закупівельна діяльність трансформується в «закупівельну логістику» чи «логістику постачання», виробнича – у «логістику виробництва», збутова діяльність – у «розподільчу логістику», відповідно теж саме спостерігається щодо транспортної та складської діяльності. Традиційні економічні, управлінські та навіть суто технологічні поняття, характерні для зазначених сфер діяльності, як і самі послуги, –

відповідно отримали назву «логістичних». Відповідно господарські структури або їх підрозділи, які реалізують подібні логістичні завдання та функції, перетворюються на «логістичні системи» різних рівнів.

Необхідно зазначити певну неповноцінність розглянутого підходу як із наукового, так і з практичного погляду. Із кількох конкуруючих концепцій такий підхід відображає намагання ототожнити сучасні форми матеріально-технічного забезпечення виробництва з іншими видами діяльності, а також збуту продукції з логістикою. Зазначений концептуальний підхід, на наш погляд, є малозмістовним та безперспективним, оскільки:

- орієнтується на покращення локальних результатів діяльності безвідносно до кінцевого результату – рівня задоволення вимог споживачів за оптимальних затрат (акцентуємо увагу на маркетинговому аспекті);

- ігнорує існуючі сучасні досягнення логістики в частині інтеграції виробничої та матеріальної інфраструктури;

- сприяє науковому спотворенню логістики, наділяючи псевдоновизною тривіальні та застарілі положення економіки та організації постачання і збуту, використовуючи в якості протекції іншомовне походження слова «логістика» з посиланнями на семантику та історію його використання в англійській мові. Тому автоматичне зарахування до логістики лише за визначенням і за аналогією із міжнародним досвідом не зовсім некоректне та безперспективне, оскільки не сприяє реалізації конкретних та змістовних заходів щодо дійсного застосування сучасних форм та методів логістики. Водночас, саме ця хибна концепція логістики набула суттєвого поширення серед практиків, а іноді і в науковому середовищі.

У період із 1980-х до середини 1990-х років логістика набула статусу «образу мислення» – концепції, заснованої на глибокій інтеграції всіх галузей господарської діяльності у єдину ресурсну систему. Домінантою стає не продукт, а процес у вигляді потоку (матеріального, фінансового, інформаційного та інших), що являє собою важливу тогочасну новизну

методологічного підходу; тобто фактично відбулася зміна парадигми логістики.

Відповідно до другої концепції, продовжуючи розглядати товарні потоки як основний об'єкт досліджень, пріоритетною проблематикою стає інтеграція виробничо-матеріальної інфраструктури (постачання, збут, транспортування, складування, зв'язок, інформаційне та фінансове забезпечення тощо). Ця концепція є більш прогресивною, оскільки відображає новий еволюційний етап, об'єктивно формуючи введення управління як окремої складової в логістичну концепцію [4]. Це пояснюється тенденцією глобалізації світової економіки та її поступової переорієнтації на споживчий ринок. Починаючи з 1960-х років практично у всіх економічно розвинутих країнах збут, як важлива частина виробничої інфраструктури, а також організація транспортних, інформаційних та капітальних потоків стали єдиною функцією обслуговування. Реалізуються наскрізні функції управління та регулювання розподілу матеріальних потоків у виробничих компаніях, починаючи з моменту надходження матеріалу на склад і до виходу матеріального потоку за межі підприємства у вигляді готової продукції. Водночас уніфікується управління раніше незалежними процесами, такими як закупівля та постачання, розвантаження вантажів, товаро-транспортні та митно-складські операції, інвентаризаційний нагляд та інші види діяльності. Тим самим формується досвід організації логістичних послуг.

Згідно з другою концепцією, логістику можна визначити як наукову організацію шляхом інтеграції та оптимізації витрат інфраструктурних поточкових процесів. Слабкою складовою цього підходу є його часткова обмеженість, що значною мірою взаємопов'язано з досі досить поширеною ідеєю маркетингу збуту, згідно з якою матеріальне виробництво залишається найбільш пріоритетним та домінуючим етапом у відтворювальному процесі, а вся інша інфраструктура залежить від матеріального виробництва. Очевидно, що за такого підходу до загальної концепції логістики виглядає

парадоксальною її розподіл за функціями закупівлі, виробництва, транспортування, складування та розподілу. Цим постадійним («горизонтальним») дробленням потоку перекреслюється основна сутність ідеї логістики – повнота охоплення та раціоналізація спільних поточкових процесів. Проте такий умовний поділ є доцільним, якщо він передбачає зробити суб'єктом логістики не тільки раціональну організацію самої логістики. Насамперед, це стосується підготовки до формування оптимальних рішень розподільчого логістичного центру. Водночас, згідно з цим концептуальним підходом, логістика просто претендує на заміщення окремих складових економічної науки прикладного спрямування.

У вищезазначеному контексті необхідно виокремити ідеї Ф. Котлера, оскільки логістика також безпосередньо взаємопов'язана з маркетингом. Він порівнює ринкову логістику з розподільчою логістикою. Словосполучення «ринкова логістика» використовується у значенні «планування», «впровадження», «контроль» над фізичними потоками матеріалів та готової продукції, починаючи з пунктів походження та закінчуючи пунктами призначення, з метою задоволення запитів споживачів [1, с. 475]. Цим визначенням Ф. Котлер дещо обмежує сферу логістики, не відображаючи її базису – а саме сукупної інтеграції всіх видів потоків.

Водночас два розглянутих концептуальних підходи органічно взаємопов'язують теорію, методологію, об'єкт та предмет логістики з певними видами діяльності, матеріально-товарними та супутніми їм інформаційними і фінансовими потоками.

Третій сучасний концептуальний підхід до категорії «логістика» являє собою наукову організацію управління будь-якими поточковими процесами у будь-якій сфері людської діяльності, що мають просторово-часову послідовність. Такий підхід охоплює в т.ч. військову сферу, медицину та охорону здоров'я, туризм та спорт, юриспруденцію, банківські послуги і т.п. шляхом їх оптимізації задля покращення кінцевих результатів цих видів діяльності. Вважаємо, що такий концептуальний підхід до логістики є

найбільш прогресивним, оскільки має низку переваг як наукового, так і практичного характеру. При цьому не заперечується другий науково-продуктивний концептуальний підхід, який розглядається як окремий випадок економічної логістики. Відповідно, остання може мати власні «спеціалізації», але утворені не за стадіями руху та перетворення єдиного матеріального потоку, а за сферами застосування. Наприклад, залежно від сфери застосування розрізняють логістику: промислову, транспортну, складську, маркетингову, будівельну, фінансову, інформаційну та ін. Кожна з цих сфер економічної діяльності має свої логістичні ланцюги, мережі, проблемні ситуації, моделювання та методи вирішення власних специфічних завдань. До того ж як пріоритетний чинник у логістиці багато сучасних дослідників та практиків виокремлюють такий ресурс як «час».

У таблиці 1 відображено розвиток концептуальних підходів до терміну логістика.

Таблиця 1

Генезис концептуальних підходів до категорії «Логістика»

Етапи	Основна концептуальна ознака	Дефініція категорії «логістика»
1	матеріальний товар	Матеріально-технічне забезпечення виробничої та інших видів діяльності, а також збут продукції
2	горизонтально-інтегрований процес у формі потоку	Наукова організація управління інфраструктурними потоковими процесами шляхом їх інтеграції, оптимізації витрат та раціоналізації процесів виробництва
3	сфера застосування, критерій часу	Наукова організація управління будь-якими потоковими процесами у будь-якій сфері людської діяльності

Нові логістичні форми та методи, актуальні та характерні для просторово-часових потокових процесів у різних видах діяльності, безумовно взаємно доповняють логістичний арсенал, зберігаючи за логістикою основну парадигмальну ідею – глобальну інтеграцію та оптимізацію.

ВИСНОВКИ

Проведений аналіз існуючих в економічній науці концептуальних підходів до маркетингової логістики показує, що вони значною мірою відображають різні етапи її генезису під впливом нових набутих ознак системної науки. Найбільший вплив на логістику мав розвиток інформаційних технологій, а сама маркетингова логістика нині все більше впливає на економіку.

В сучасних умовах маркетингова логістика спрямована переважно на зростання ефективності інтеграції будь-яких потокових процесів, які володіють ознаками просторово-часової послідовності. Відповідно, закономірними є спроби глобалізації сфер застосування логістики не тільки в економіці, але й у науці загалом, культурі, мистецтві тощо.

Список використаних джерел:

1. Котлер Ф., Келлер К. Л., Павленко А. Ф. Маркетинговий менеджмент: підручник. К.: «Хімджест», 2008. 720 с.
2. Ляліна Н. С. Впровадження сучасних методів логістики у підприємницькій діяльності. *Приазовський економічний вісник*. №2. 2019. С. 118-124.
3. Марченко В. М., Шутюк В. В. Логістика: підручник. К.: Видавничий дім «Артек», 2018. 312 с.
4. Резнік Н., Руденко С. Основні характеристики поняття логістики і системи управління ланцюгами постачань. *Innovation and Sustainability*. №3. 2022. С. 95-102.
5. Antoine-Henri de Jomini. The art of War. U.S. Military Academy. West Point, 1862. P. 536.
6. Murphy P. R., Wood D. F. Contemporary Logistics. Pearson, 2010. P. 311.

References:

1. Kotler F., Keller K.L., Pavlenko A. Marketing management. Kyiv: «Khimdzhest», 2008. P. 720. (in Ukrainian)

2. Lialina M. Implementation of modern logistics methods in business activities. *Pryazovskyi Economic Bulletin*. №2. 2019. P. 118-124. (in Ukrainian)
3. Marchenko V., Shutiuk V. Logistics. Kyiv: «Artek», 2018. P. 312. (in Ukrainian)
4. Reznik N., Rudenko S. Main characteristics of logistics concept and system of supply chains management. *Innovation and Sustainability*. №3. 2022. P. 95-102. (in Ukrainian)
5. Antoine-Henri de Jomini. The art of War. U.S. Military Academy. West Point, 1862. P. 536.
6. Murphy P. R., Wood D. F. Contemporary Logistics. Pearson, 2010. P. 311.