

Л.Ю. Александрова, А.Ю. Мунши. РАЗВИТИЕ СИСТЕМЫ МАРКЕТИНГОВОЙ ЛОГИСТИКИ НА ПРЕДПРИЯТИИ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ // Вестник Российского университета кооперации. 2020. № 2(40). С. 9-16.

Автор (ы) Л.Ю. Александрова, А.Ю. Мунши.

Author(s) L.Yu. Alexandrova, A.Yu. Munshi.

Индекс УДК 65.011.2:658.8:642.5

Название статьи: РАЗВИТИЕ СИСТЕМЫ МАРКЕТИНГОВОЙ ЛОГИСТИКИ НА ПРЕДПРИЯТИИ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Title of the article: MARKETING LOGISTICS SYSTEM DEVELOPMENT IN A FOOD ENTERPRISE

Ключевые слова: управление предприятием; логистика; маркетинговая логистика; маркетингово-логистическая система; предприятие общественного питания.

Keywords: enterprise management; marketing; logistics, marketing logistics; marketing and logistics system; catering enterprise.

Аннотация: Связь инструментов рыночной экономики – логистики как потоковой и маркетинга как рыночной концепции управления – создает дополнительные возможности повышения полезности и ценности продукта для потребителя. В статье раскрыта актуальность формирования и развития системы взаимодействия логистики и маркетинга в современных условиях усложнения и роста интенсивности конкурентной борьбы. Раскрыто содержание и направления интеграции комплексов маркетинга и логистики по факторам «продукт», «цена (затраты)», «место» и «потенциал», а также задачи маркетинговой логистики и особенности маркетингово-логистической системы.

Проведен анализ взаимосвязи маркетинговых и логистических процессов, специфики развития системы маркетинговой логистики в ООО «2-С» г. Чебоксары. Представлены результаты балльной оценки эффективности маркетинговых и логистических процессов, позволивших определить факторы и условия обеспечения и развития системы маркетинговой логистики на предприятии общественного питания.

Annotation: The connection of the tools of a market economy – logistics as streaming and marketing as a market management concept – creates additional opportunities for increasing the usefulness and value of a product for a consumer. The article reveals the relevance of the development of a system of interaction between logistics and marketing in modern conditions of increasing complexity and increasing intensity of competition. The directions of integration of marketing and logistics complexes by the factors «product», «price (costs)», «place» and «potential», as well as tasks of marketing logistics and features of the marketing and logistics system are disclosed.

The analysis of the relationship of marketing and logistics processes, the specifics of the development of the system of marketing logistics in LLC «2-C», Cheboksary is performed. The results of a scoring evaluation of the effectiveness of marketing and logistics processes are presented, which made it possible to determine the factors and conditions for the provision and development of a marketing logistics system at a catering company.

Контактные данные авторов: **АЛЕКСАНДРОВА Людмила Юрьевна** – кандидат педагогических наук, доцент кафедры товароведения и технологии общественного питания. Чебоксарский кооперативный институт (филиал) Российского университета кооперации. Россия. Чебоксары. E-mail: ljudmila.alexandrova@yandex.ru.

МУНШИ Алевтина Юрьевна – кандидат экономических наук, доцент кафедры товароведения и таможенной экспертизы. Российская таможенная академия. Россия. Москва. E-mail: munshi@rambler.ru.

Contact details of the authors: **ALEXANDROVA, Lyudmila Yuryevna** – Candidate of Sciences (Pedagogy), Associate Professor of the Department of Commodity Science and Technology of Public Catering. Cheboksary Cooperative Institute (branch) of the Russian University of Cooperation. Russia. Cheboksary. E-mail: ljudmila.alexandrova@yandex.ru.

MUNSHI, Alevtina Yuryevna – *Candidate of Sciences (Economics), Assistant Professor of the Department of Commodity Science and Customs Examination. Russian Customs Academy. Russia. Moscow. E-mail: munshi@rambler.ru.*
Страницы. 9-16.