

Основной *задачей* маркетинговой логистики является управление потоком готовой продукции в направлении от производителя к потребителю.

С помощью маркетинговой логистики также решаются задачи ассортиментной загрузки производства на основе сформированного отделом маркетинга портфеля заказов, вырабатываются стандартные требования к упаковке, качеству товаров, определяется технология оптимального перемещения ресурсов и товаров, выявляются центры возникновения потерь времени, нерационального использования материальных и трудовых ресурсов, оборудования и помещений.

В результате анализа научной литературы и практических данных были выявлены основные области взаимодействия логистики и маркетинга, которые необходимо учитывать руководителям предприятий:

- прогнозирование объемов продаж и рынков сбыта;
- создание наиболее выгодной сбытовой системы;
- оформление продукции (дизайн, упаковка, размеры);
- разработка политики ценообразования;
- формирование политики обслуживания клиентов;
- управление заказами клиентов;
- проектирование складской сети в системе распределения.

#### **Литература**

1. *Багиев, Г. Л.* Маркетинг : учеб. / Г. Л. Багиев, В. М. Тарасевич, Х. Анн ; под общ. ред. Г. Л. Багиева. — М. : Экономика, 1999.

2. Маркетинговая логистика [Электронный ресурс] // Маркетинг. Основы маркетинга. — Режим доступа: [http://mkg.ucoz.com/publ/marketingovaja\\_logistika/1-1-0-76](http://mkg.ucoz.com/publ/marketingovaja_logistika/1-1-0-76). — Дата доступа: 26.12.2014.

*В.В. Терешина, канд. экон. наук, доцент  
БГЭУ (Минск)*

### **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ЗАКУПОК В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

Экономическая свобода как условие и следствие рыночных отношений предъявляет все более высокие требования к уровню хозяйствования и экономической деятельности предприятия. В условиях рынка существенно поменялись правовые, финансово-экономические и социальные отношения как внутри предприятия, так и во внешней среде. Сложилось многообразные формы собственности, существенно изменились отношения предприятий с государством и другими субъектами рынка.

Основная задача бюджетных организаций в сфере осуществления государственных закупок — удовлетворение потребности организации в сырье, материалах и других товарно-материальных ценностях, необ-

ходимых для их функционирования, при минимальном уровне издержек и в кратчайшие сроки. И далеко не последнюю роль в деятельности предприятия играет эффективное построение его логистической системы.

Основу экономической эффективности закупочной логистики составляют поиск и закупка необходимых материалов удовлетворяющего качества по минимальным ценам.

Мощным рычагом влияния государства на экономику является система государственных заказов, закупок продукции, работ и услуг для государственных нужд. Государственные закупки подразумевают выполнение государством разнообразных функций, ориентированных на повышение централизованной управляемости, предотвращение неконтролируемого нарастания затрат, сокращение расходов государственного бюджета, управление материальными потоками при условии соответствия их рыночным отношениям.

Поскольку государственные закупки занимают значительное место в затратной части бюджета большинства развитых стран, они являются действенным инструментом управления экономикой. Посредством государственных контрактов многие государства решают свои социально-экономические проблемы, а также обеспечивают проведение научных исследований, создание и внедрение новых технологий и разработок. Поэтому всегда актуальны проблемы организации государственных закупок, и интерес к ней во всем мире остается высоким.

Важнейшим элементом системы государственного регулирования является оптимизация расходов государственного бюджета. За счет бюджета осуществляются закупки товаров, работ и услуг для государственных нужд. Современное государство — самый крупный потребитель, на его нужды ежегодно тратятся значительные суммы средств налогоплательщиков.

Мировая практика выработала систему организации государственных закупок продукции, работ и услуг, обеспечивающую сокращение средств бюджета за счет построения этой системы на основе принципов гласности, открытости, состязательности, экономичности и подотчетности.

Сфера государственных закупок Республики Беларусь является объектом особого внимания государства, поскольку предполагает распределение бюджетных средств. Государственные органы Республики Беларусь уделяют много внимания данному вопросу и постоянно совершенствуют нормативную правовую базу в области государственных закупок. Эти документы регулируют отношения, возникающие в связи с осуществлением государственных закупок на территории Республики Беларусь, включая процесс выбора поставщика (подрядчика, исполнителя) и заключения с ним договора на государственную закупку. Законодательство о государственных закупках основывается на Конституции Республики Беларусь.

Основными принципами осуществления государственных закупок являются:

- 1) эффективное расходование денежных средств;
- 2) гласность и прозрачность процесса государственных закупок;

3) возможность участия в государственных закупках юридических и физических лиц, в том числе индивидуальных предпринимателей;

4) развитие добросовестной конкуренции;

5) обеспечение справедливого и беспристрастного отношения к потенциальным поставщикам (подрядчикам, исполнителям);

6) оказание поддержки отечественным поставщикам (подрядчикам, исполнителям) в той мере, в которой это не противоречит международным договорам Республики Беларусь;

7) предотвращение коррупции в области государственных закупок.

Таким образом, сфера государственных закупок является актуальным направлением исследования, поскольку от того, насколько правильно и рационально расходуются бюджетные средства, зависит экономическая стабильность государства и благосостояние всего населения.

*Н.Л. Трушкевич  
БГЭУ (Минск)*

## **ФУНКЦИОНАЛЬНО-СТОИМОСТНЫЙ АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ**

Одна из важнейших задач любого предприятия в условиях рыночной экономики — обеспечение конкурентоспособности на рынке. Для решения поставленной задачи требуется постоянно совершенствовать продукцию и услуги, предоставляемые предприятием, снижать их стоимость, повышать производительность и качество, создавать новые продукты и услуги. Одним из направлений решения данной задачи является создание эффективной системы управления предприятием, включающей систему менеджмента качества. Менеджмент качества нацелен, с одной стороны, на снижение затрат на продукцию и процессы, а с другой — на улучшение потребительских свойств.

Этой цели невозможно достигнуть без соответствующих инструментов. Одним из наиболее эффективных управленческих инструментов служит функционально-стоимостный анализ (ФСА) — эффективный метод снижения себестоимости промышленной продукции, основанный на изыскании максимально экономичных вариантов конструкции.

Традиционные методы анализа издержек на изготовление того или иного вида продукции приводят к пере- или недооценке реальной себестоимости продукции, что в свою очередь влечет за собой ошибочное представление о стратегическом развитии предприятия.

В основе ФСА лежит функциональный подход, при котором внимание акцентируется прежде всего на функциональной стоимости деталей и изделий, на основных выполняемых ими функциях. В первую очередь анализируются функции, которые должна выполнять рассматриваемая деталь (узел, изделие или целая система), затем определяются направления снижения затрат на их осуществление, а также рассмат-