

Литература

1. *Котлер, Ф.* Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс / Ф. Котлер; пер. с англ. под ред Ю.Н. Каптуревского. — СПб.: Питер, 2003. — 496 с.

2. *Ковалев, М.Н.* Управление ценами внутренних поставок деталей на предприятии / М.Н. Ковалев // Менеджмент в России и за рубежом. — 2013. — № 1. — С. 101—106.

*О.И. Козловская, магистр экон. наук
БГЭУ (Минск)*

ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ ПО ПРОИЗВОДСТВУ ПРОЧИХ НЕМЕТАЛЛИЧЕСКИХ МИНЕРАЛЬНЫХ ПРОДУКТОВ

Специфика маркетинговой деятельности организаций по производству прочих неметаллических минеральных продуктов обусловлена особенностями промышленного маркетинга и отличительными чертами данной отрасли. Это определяет наличие определенных моментов в практике разработки ценовой, товарной и коммуникационной политик для организаций по производству прочих неметаллических минеральных продуктов, а также принятой системы распределения.

Объектом маркетинговых усилий в организациях по производству прочих неметаллических минеральных продуктов являются строительные материалы, изделия и конструкции, представляющие собой продукт, произведенный для продажи и используемый в процессе строительства. Особенностью данного продукта является то, что его разработку стимулирует в основном научно-технический прогресс. Это один из основных моментов, который необходимо учитывать производителям прочих неметаллических минеральных продуктов при реализации своей маркетинговой деятельности. Такое положение дел обязывает их постоянно отслеживать мировые достижения в области производства и добычи сырья и материалов.

Для удержания своих позиций на рынке, привлечения потребителей организации по производству прочих неметаллических минеральных продуктов корректируют цены в соответствии с намеченной политикой ценообразования. Специфика данной политики обусловлена такими особенностями цены, как ее неэластичность из-за производного характера спроса, тесной взаимосвязи с качеством строительной продукции.

Самым распространенным каналом распределения прочих неметаллических минеральных продуктов является канал нулевого уровня. Преобладающая форма реализации — оптовая торговля. В связи с этим производителям при формировании распределительной системы необ-

ходимо учитывать то, что товаропроводящая сеть должна быть разветвленной, организация поставок и отгрузка продукции осуществляться силами поставщика при этом не игнорировать фактор сезонности, оказывающий сильное влияние на распределение. Кроме того, выбор транспорта, срочность и сохранность поставок требуют особого внимания.

Наибольший объем прочих неметаллических минеральных продуктов потребляется предприятиями и организациями для целей производства, а также для перепродажи. Они совершают крупные по объему сделки, а иногда и заключают долговременные контракты. У данных групп потребителей доминируют рациональные мотивы покупки. Значительную роль при выборе товаропроизводителя играют его опыт и репутация. В связи с этим в области коммуникационной политики производителям прочих неметаллических минеральных продуктов необходимо делать акцент на удержание постоянных потребителей.

Для прочих неметаллических минеральных продуктов, как и для промышленных товаров, наиболее эффективным способом их реализации являются личные продажи и стимулирование сбыта. Это наиболее направленный и персонализированный вид коммуникаций, который требует от покупателя немедленного ответа на предложение о покупке. Ввиду этого данные виды коммуникаций считаются наиболее эффективным средством коммуникационного воздействия.

Таким образом, маркетинговая деятельность на рынке прочих неметаллических минеральных продуктов имеет свои особенности, которые необходимо учитывать при разработке товарной, ценовой, коммуникационной и распределительной политик.

*О.И. Козловская, магистр экон. наук
Н.А. Жихар
БГЭУ (Минск)*

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ РАБОТЫ С КЛИЕНТАМИ В ИООО «ЛИНДЕГАЗБЕЛ»

Отличительной чертой рынка потребительских товаров является то, что на нем крайне сложно определить своих потребителей, а также их классифицировать. Однако данные процедуры являются необходимыми для успешной работы производителя со своими потребителями. Другое дело — на промышленном рынке, где число покупателей достаточно ограничено.

ИООО «ЛиндеГазБел» является дочерним предприятием немецкой компании Linde AG, являющейся частью концерна The Linde Group — мирового лидера на международном рынке газа. Концерн предлагает широкий спектр сжатых и сжиженных газов, а также химические вещества, что делает его важным и надежным партнером для большого числа отраслей промышленности.