

продукции и услугах предприятия и изучению спроса на них;

- сегментирование рынков, выбор наиболее предпочтительных сегментов и определение потенциального спроса на продукцию и услуги со стороны потребителей;

- создание для выявленных сегментов соответствующей продукции с учетом потенциальных возможностей предприятия;

- определение цен на продукцию предприятия;

- разработка предприятием мероприятий по формированию и стимулированию спроса на свою продукцию и услуги;

- разработка стратегии маркетинговой деятельности предприятия и планирование комплекса мероприятий по ее реализации;

- разработка организационной структуры управления реализацией выбранной стратегии маркетинговой деятельности;

- реализация выбранной стратегии, включая анализ и контроль выполнения стратегии.

ОБМЕННЫЙ ХАРАКТЕР ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ И ПРИРОДА ИХ РЫНКОВ

Герасенко П.В.

УО «Белорусский торгово-экономический университет»

В условиях рыночной экономики одной из важнейших функций маркетинга является организация обмена потоками товаров между производителем и потребителем. Рассмотренные ранее характерные для маркетинговой деятельности промышленных предприятий такие понятия, как «потребность», «потребитель» и «товар» дают основание сделать вывод, что в этой деятельности имеет место постоянное присутствие актов обмена. Доказательством этого служат следующие доводы.

Товары промышленного назначения. Для этой разновидности товара предприятия характерны следующие варианты обмена:

- между государством и конкретным предприятием. На этом уровне акт обмена состоит в удовлетворении потребности государства (общества) через государственный заказ необходимых товаров в обмен на финансовые, материально-технические и информационные ресурсы;

- между организациями (предприятиями) и конкретным предприятием акт обмена протекает в форме приобретения товаров для использования их в процессе производства в обмен на денежные средства покупателя;

- между посредниками (промежуточными продавцами) и конкретным предприятием акт обмена протекает в форме приобретения товаров для последующей перепродажи в обмен на денежные средства посредника.

Юридически эти виды обмена оформляются в соответствии со специально заключенным договором. В настоящее время существует серьезная проблема

по заключению договора для предприятий, получающих государственный заказ. Существует, постановление правительства РБ по размещению государственного заказа на промышленных предприятиях, но оно весьма неопределенно. Постановлением формально определяется процедура размещения госзаказа, по которой предприятие принимает госзаказ, затем заключает договор и на этой основе обеспечивается необходимыми ресурсами. Проблема заключается в том, что в постановлении не указано с кем (с каким органом) именно предприятие должно заключать договор, а отсюда и полное отсутствие на практике гарантий по обеспечению материально-техническими и финансовыми ресурсами. Практика работы предприятий показывает, что государство заказывает продукции больше, чем может оплатить.

Товары народного потребления. Этой разновидности товара предприятия присущи следующие варианты обмена:

- между домохозяйствами (отдельными лицами) и конкретным предприятием. В этом случае акт обмена состоит в удовлетворении потребности населения в форме приобретения товара в обмен на денежные средства населения. Такой обмен осуществляется на потребительском рынке через сеть собственной оптовой или розничной торговли.

- между организациями (предприятиями) и конкретным предприятием акт обмена осуществляется в форме приобретения полупродуктов, используемых организациями (предприятиями) для выпуска товаров народного потребления в обмен на денежные средства покупателя;

- между посредниками и конкретным предприятием акт обмена протекает в форме приобретения товаров для последующей перепродажи в обмен на денежные средства посредника.

Юридически последние два вида обмена оформляются в соответствии со специально заключенным договором.

Услуги предприятия. Форма обмена для данной разновидности товара выглядят следующим образом:

- между организациями (предприятиями) и конкретными предприятиями акт обмена состоит в удовлетворении потребности организации (предприятия) через передачу накопленных специальных знаний и опыта в области техники, технологии, организации производством, и сбытом в обмен на денежные средства;

- между отдельными лицами (студенты-практиканты; специалисты, повышающие квалификацию) и конкретным предприятием акт обмена происходит в форме приобретения отдельными лицами знаний и практических навыков по конкретному виду производства в обмен на денежные средства.

Юридически эти виды обмена также оформляются в соответствии со специально заключенным договором.

Все перечисленные виды товаров обмениваются на рынке. Поскольку обмен товаров происходит на рынке, то для предприятия важно знать природу своих рынков. Это необходимо для того, чтобы предприятие могло осуществлять выгодные для себя акты обмена, используя комплекс маркетинговых средств.

Понятие рынка чрезвычайно важно для предприятия, так как в последние

годы изучение рынка стало основным направлением предпринимательской деятельности. Рынки могут быть различными. Они отличаются друг от друга по территориальному охвату, по масштабам, по характеру конечного использования, по товарно-отраслевым признакам. В зависимости от видов товаров, представленных на рынке, различают рынки труда, капитала, ценных бумаг, средств производства, предметов потребления, иных объектов, имеющих ценностную значимость.

Таким образом, понятие рынка того или иного товара чрезвычайно важно для предприятия, которое проводит обоснованный анализ и делает прогноз положения, складывающегося на том или ином товарном рынке.

УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ ТРАНСПОРТНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ В УСЛОВИЯХ ЛОГИСТИКИ

Дроздовская О.Г.

УО «Белорусский национальный технический университет»

Рыночное производство опирается на экономическую свободу и конкуренцию. Переход к рынку сопровождается усилением конкурентной борьбы как крупных, так и мелких предприятий-перевозчиков. Для получения конкурентного преимущества представляется важным достижение оптимального соотношения затрат к качеству транспортного обслуживания. Выбор концепции логистики и стратегии качества является необходимым условием при решении данной проблемы.

Концепция логистики представляет собой систему взглядов на рационализацию хозяйственной деятельности путем оптимизации материальных, сервисных потоков. Основные положения такой системы взглядов следующие:

- принцип системного подхода к обслуживанию потребителя транспортных услуг;
- учет логистических издержек на протяжении всей логистической цепи;
- гуманизация технологических процессов, создание современных условий труда;
- развитие услуг сервиса на современном уровне; способность логистических систем к адаптации в условиях неопределенности окружающей среды.

Системный подход позволяет рассматривать изучаемый объект как совокупность взаимосвязанных подсистем, объединенных целью, раскрыть его интегративные свойства, а также внутренние и внешние связи. Реализация данного подхода связана с созданием логистической системы, для которой критерием эффективности функционирования является минимум суммарных затрат на транспортировку, материально-техническое обеспечение и собственно производство. Следовательно, все участники процесса товародвижения от производителя до потребителя должны рассматриваться как единое целое. Акцент на сокращение затрат и длительности цикла времени в цепи «снабжение – произ-