

Маркетинг и логистика взаимодействуют в основном в системе продаж. Взаимосвязи настолько сильны, иногда бывает трудно разделить сферы их действия, и логистику часто воспринимают как другую половину маркетинга. Прямая взаимосвязь существует по таким составляющим маркетингового комплекса, как товар, рынок и цена (затраты).

Сбытовая политика (сбытовая логистика) является неотъемлемой частью общей логистической системы. Страны с развитой рыночной экономикой провозгласили логистику наряду с менеджментом и маркетингом – «новой философией управления». Стимулирование продаж (сбыта) наиболее эффективно, когда — на рынке существует много конкурирующих товаров с примерно равными потребительскими свойствами, нужно защитить позиции фирмы на рынке при прохождении товаром жизненного цикла. Решения логистического менеджмента в дистрибуции направлены на интенсивное распределение. Здесь важным является тщательный контроль за логистическими издержками.

В качестве инструмента управления товаропотоками логистика способствует оптимизации этих потоков, проходящие и через производство, и через транспорт, и через распределение готовых товаров по каналам сбыта до рыночного их потребления.

Обычно стратегия продвижения готовой продукции подразделяется на две базовых вида: «тянущие» и «толкающие». Они связаны с конкуренцией в логистических каналах распределения готовой продукции.

С позиций логистики эти подходы принципиально различны, так как акцентируют внимание на разных логистических функциях: транспортировке, с одной стороны, складирование и управление запасами - с другой. Чаще используется стратегия «проталкивания» с её большей направленностью на насыщение логистического канала и подготовку продаж.

Н. А. Соловей

Белорусский Государственный технологический университет (Минск)

ТОВАРНАЯ ПОЛИТИКА ПРЕДПРИЯТИЙ МЕБЕЛЬНОЙ ИНДУСТРИИ БЕЛАРУСИ

Одним из ведущих направлений обеспечения эффективности товарной политики предприятий является обновление ассортимента продукции. В этой связи анализ пока-

зателей, характеризующих структурные динамические отклонения и рассчитанных по структуре продукции в натуральном выражении, имеет важное значение.

Продукция мебельных предприятий достаточно однородна, поэтому определять относительные показатели ее структуры можно по абсолютным показателям производства (или сбыта), выраженных в натуральных единицах измерения

Интегральный коэффициент структурной близости определяется как средняя геометрическая или арифметическая из индивидуальных коэффициентов близости. Расчет средней геометрической с позиций статистической методологии более правильный, но среднюю арифметическую определять проще.

Проведенный анализ коэффициентов структурных отклонений для ряда мебельных предприятий показал их высокую чувствительность, поэтому эти коэффициенты целесообразно использовать при комплексном изучении показателей, имеющих отношение к товарной политике предприятий мебельной индустрии Беларуси. Это позволит улучшить аналитическую базу маркетинга, что имеет важное значение с точки зрения современных требований развития промышленности.

<http://bseu.by/>

Т. Н. Серела

Полоцкий государственный университет (Полоцк)

СОЗДАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРУКТУРЫ ПРЕДПРИЯТИЯ

Часто вновь созданные службы маркетинга не выполняют присущих им функций, а по-прежнему занимаются сбытом, дублируя сбытовые службы. Также, отмечаются случаи, когда только сформированная служба маркетинга пытается реализовать мероприятия, которые ей явно не по силам.

Зачастую формирование маркетинговых служб начинают с разработки нормативных положений, тем самым, исключая из процесса проектирования всю необходимую аналитическую работу по обоснованию принципов подхода, критериев и условий построения маркетинговой структуры, заранее воздвигая рамки, ограничения и схему структурных подразделений.

Формулирование нормативных положений должно завершать процесс проектирования маркетинговой структуры предприятия и осуществляться должно на основе всестороннего и углубленного анализа маркетинговых функций управления и соответствующих им задач. В процесс создания маркетинговых структур целесообразно пре-