

вания. Зарубежные компании и организации, заинтересованные в получении информации о белорусских стандартах, смогут воспользоваться международной сетью INTERNET. Подключение к сети INTERNET позволит белорусским пользователям производить обмен информацией со многими зарубежными организациями: ВТО, Международной организацией по стандартизации (ИСО), Американским национальным институтом стандартов (ANSI) и др.

Л. М. Лапицкая

Гомельский политехнический институт им. П. О. Сухого

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЭЛЕМЕНТОВ МАРКЕТИНГА В СФЕРЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОГО СНАБЖЕНИЯ

Использование элементов маркетинга в сфере материально-технического снабжения связано с определенной спецификой снабжения предприятия товарами производственно-технического назначения и складывающейся ситуацией в процессе становления рынка средств производства.

Как представляется, маркетинг в системе материально-технического снабжения предприятия должен охватывать все направления деятельности служб снабжения предприятия и начинаться с изучения предложений, выявления требований к номенклатуре и качеству товаров, а завершаться поставкой их в соответствии с потребностью и требованиями.

В связи с этим рассмотрим возможности реализации функций маркетинга в снабженческой деятельности предприятия. Как следует из анализа функций маркетинга, в неизменном виде сохраняется лишь исследовательская функция, а остальные находят свое выражение в выполнении предприятием ряда коммерческих и производственных функций.

В. М. Лаврентьева

МАРКЕТИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ ОПТИМИЗАЦИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В числе мероприятий по повышению эффективности работы промышленных предприятий РБ в последнее время на первое место выходит внедрение маркетинга. Хотя маркетинг относительно новая для белорусских предприятий деятельность, многие руководители уже осознали его необходимость, и на большинстве предприятий созданы различные подразделения, выполняющие соответствующие функции. Общий недостаток данных служб — их изначальная форма ориентации на сбыт, что абсолютно не исчерпывает позитивных последствий современного маркетинга.