

Маркетинг-логистика

Примшиц В.Д.

Научный руководитель старший преподаватель Марцева С.В.
Белорусский национальный технический университет

Современные коммерческие организации осваивают инновационные подходы для повышения своей конкурентоспособности на рынке.

Одной из таких новинок являются маркетинг и логистика. Для повышения эффективности работы обоих видов деятельности их интегрируют в единый комплекс, который называется маркетинговая логистика.

Маркетинг-логистика – планирование, управление и контроль физических потоков материалов и готовых продуктов.

Выделяют два взаимосвязанных аспекта маркетинговой логистики: функциональный, связанный с прохождением материального потока; институциональный, связанный с выбором канала распределения и управления им.

Маркетинг ставит цель удовлетворения потребителей, а логистика все производственные графики и планы нацеливает на обеспечение самых низких издержек производства. Поэтому главной задачей маркетинговой логистики является полное, своевременное и качественное удовлетворение платежеспособного спроса клиентов при минимуме логистических затрат. Объектом маркетинг-логистики выступают физические перемещения и хранение сырья, материалов и товаров. Маркетинг-логистика решает такие задачи, как определение оптимального маршрута перемещения ресурсов и продуктов, выявление центров возникновения потерь времени, выработка стандартных требований к качеству, упаковке, дизайну товара и пр.

Экономически обоснованное и эффективно управляемое объединение процессов маркетинга и логистики позволяет сформировать и реализовать более устойчивую модель коммерческой организации.

Предприятие приобретает ряд существенных конкурентных преимуществ, укрепляет свои позиции на рынке и получает поддержку от благоприятных факторов макроэкономической обстановки.