

Развитие управленческого потенциала в инновационной экономике

## **МАРКЕТИНГОВАЯ ЛОГИСТИКА**

***Требин Сергей Григорьевич***

Финансовый университет, Москва, Россия

*E-mail: nibert@mail.ru*

Логистика и маркетинг взаимосвязаны и взаимозависимы между собой, образуя определенную целостность и единство идеи успешного развития.

Решения в области маркетинговой логистики связаны с вопросами организации товаропотоков, формирования и складирования товарных запасов, выборов средств транспортировки грузов, определения времени и количества поставок по заказам и т.д.

Маркетинг - это более широкое понятие, т.е. обширная по своему спектру деятельность в сфере рынка товаров, услуг, ценных бумаг, осуществляемая в целях стимулирования сбыта товаров, развития и ускорения обмена, во имя лучшего удовлетворения потребителей и получения прибыли. Маркетинг призван приспособить производство к требованиям рынка и потребителя. Маркетинг - это также изучение конъюнктуры рынка, реклама и продажа, движение продукции к потребителю. Логистика - часть этого процесса, непосредственно связанная со складированием, движением и сбытом продукции. Термин «Логистика» известен специалистам с древних времен (от греч. *logistike* - искусство вычислять, рассуждать), синоним этого термина - математическая логика, а также как наименование этапа в развитии математической логики. Система логистики, в свою очередь, влияет на маркетинговую тактику продаж. Анализ системы логистики является концепция общих издержек. Все элементы системы: складское хозяйство, запасы, транспорт, обработка заказа и др. - зависят друг от друга. Попытки минимизировать издержки какого-либо отдельного вида деятельности могут привести к повышению общей стоимости системы логистики.

Есть такое понятие - «Логистика», как наука о товародвижении. Важное место в системе логистики занимает товародвижение. Цель товародвижения - обеспечение доставки нужных товаров в нужное время, в нужное место с минимальными издержками. Товародвижение процесс продвижения товара от производителя в розничную торговлю к покупателю или через импортера (экспортера), оптового покупателя и других участников обращения товаров. Расходы на организацию товародвижения достигают от 15 до 20% от суммы продаж.

Процесс организации товародвижения включает в себя следующие этапы:

- выбор места хранения запасов;
- системы складирования;
- определение системы перемещения грузов;
- введение системы управления запасами;
- установление процедуры обработки заказов;
- выбор способов транспортировки продукции.

Выбор формы товародвижения в логистической системе тесно связан с материальным потоком.

Материальный поток - используемое в логистике понятие непрерывного изменения и движения товаров по стадиям производства и в сфере обращения, включая рециркуляцию отходов.

Материальный поток - это лишь один из пяти видов потоков, которые сопровождают товародвижение.

Навстречу материальному потоку движется финансовый поток - деньги, счета, комиссионные и т.п.

Прежде чем товары и деньги придут в движение, имеет место поток заказов от потребителей, торговли, промежуточных пользователей к производителю.

Все это сопровождается потоком информации, который движется в обе стороны: от производителя - о предлагаемых товарах, услугах, ценах и условиях; от потребителя - о нуждах и потребностях, покупательной способности, претензиях.

И, наконец, существует поток прав собственности на товары, переходящих от одних организаций к другим и, в конечном счете, - к потребителю.

В свою очередь товародвижение связано и с маркетингом.

Как свидетельствует мировой опыт, лидерство в конкурентной борьбе приобретает сегодня тот, кто компетентен в области логистики, владеет ее методами существенно сокращать временной интервал между приобретением сырья и поставкой готового продукта потребителю. Применение логистики ускоряет процесс получения информации, повышает уровень сервиса, способствует резкому сокращению затрат на хранение и транспортировку грузов. Цель логистического подхода — сквозное управление материальными и финансовыми потоками.

Логистика - одна из основополагающих дисциплин для профессиональных деятелей рынка, руководителей предприятий, посреднических организаций, а также практических работников сферы распределения, закупок, транспорта, организации торговых и производственных процессов и т.д.

Как правило, на стадии внедрения нового продукта логистика должна проявлять высокую степень активности и гибкости, чтобы соответствовать прогнозируемому росту объема продаж. На стадиях роста и

Зрелости - насыщения приоритеты обычно смещаются к поддержанию рационального соотношения между уровнем сервиса и издержками. Ну а на стадии устаревания - спада компаниями требуются от логистики действия, направленные на минимизацию риска. Помимо прочего, «конструкция» логистической системы должна предусматривать способность сохранять гибкость и подстраиваться, с тем чтобы в любой момент времени противостоять давлению конкурентной среды. Это требует четкого понимания того, что есть обслуживание потребителей и как оно должно быть организовано.

### **Источники и литература**

- 1) Маркетинг в коммерции Учебник Под ред. Л.П.Дашкова. –М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2007.-548 с. Тираж 2000 экз.
- 2) Маркетинг предпринимательской деятельности:Методические указания по проведению аудиторной работы для студентов VI курса специальности 080507 (061100) «Менеджмент организаций», специализация «Предпринимательство» (первое высшее образование) (для преподавателей) М.: ВЗФЭИ, 2007. – 24 с. Тираж 100 экз.
- 3) Маркетинговые коммуникации Электронный учебник. Компьютерная обучающая программа (КОПР) М.: ЦНОТ ВЗФЭИ, Интернет-репозиторий образовательных ресурсов ВЗФЭИ – URL: <http://repository.vzfei.ru> 2008г.

- 4) Практикум по маркетингу Учебное пособие Под ред. проф. Л.П. Дашкова.- 3-е изд.- М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2010- 240 с. Тираж 1000 экз.
- 5) Специфика маркетинговых технологий в отраслях и сферах малого бизнеса / монография. М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 2004.-148с. Тираж100 экз.
- 6) Логистика и управление цепями поставок. Практикум по логистике: учеб.пособие- 2-ое изд., перераб. и доп./Под ред.Б.А.Аникина. -М.: ИНФРА-М. 2007.
- 7) Алесинская Т.В. Основы логистики. Общие вопросы логистического управления. Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2005.