

С. И. Барановский, проф., д-р экон. наук;  
А. В. Рыхлицкая, ассист. (БГТУ, г. Минск)

## **ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ МАРКЕТИНГО- ЛОГИСТИЧЕСКИХ СИСТЕМ ПРЕДПРИЯТИЙ МЕБЕЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

Маркетинг и логистика могут служить основой формирования интеграционной структуры, которая позволяет рационализировать функционирование предприятий, более полно удовлетворять спрос потребителей, снижать затраты на производство и реализацию продукции, внедрять инновации.

На формирование интеграционных структур мебельных предприятий значительное влияние оказывают факторы маркетинга, к которым можно отнести особенности товара, который производит и реализует предприятие, и требования потребителей.

Логистика оказывает значительное влияние на маркетинг, потому что последний не учитывает особенности процесса товародвижения. Это обуславливает обратное влияние факторов логистики на товарный ассортимент и потребителей предприятия.

В процессе формирования маркетинго-логистических систем на базе мебельных предприятий происходит частичное структурное слияние сложных систем. Объединение ресурсов при формировании корпоративной структуры может привести к трем эффектам:

– объединению однородных ресурсов маркетинговой и логистической системы предприятия, что позволит получить эффект от масштаба за счет оптимизации затрат на организацию движения материальных потоков;

– объединению неоднородных ресурсов маркетинговой и логистической систем предприятия. В данном случае эффект от формирования маркетинго-логистической системы будет заключаться в качественно новых свойствах как маркетинговой, так и логистической систем;

– формированию качественной связи между подразделениями предприятия, занимающимися маркетинговой и логистической деятельностью. Это позволит более полно и эффективно удовлетворять спрос со стороны конечных потребителей, что приведет к увеличению объема потребления продукции.