

тельно коротких периодов времени дополнять и поддерживать основные инструменты маркетинга-микс (а именно товар, цену, распределение) с целью стимулирования потенциальных потребителей/партнеров для формирования желательных форм непосредственного открытого поведения. Употребление термина «микс» прочно вошло в научный оборот вследствие его выразительности, краткости и запоминаемости. Классификация 4 «Р» (типология Мак-Карти) получила быстрое распространение по причине мемонической привлекательности, что послужило тому, что 4 «Р» стали синонимом комплекса маркетинга, маркетинга-микс.

Можно отметить, что к «классике» добавляются и другие «Р» — People (люди, человеческие ресурсы), Personnel (персонал), Personal Selling (личные продажи), Presentation (презентация), Participants (участники), Physical evedence (физическое окружение).

Следует отметить, что добавление «Р» происходит в тех организациях, где присутствует отличительная отраслевая, организационная и другие особенности. К примеру, добавление «Р» — People, Personnel — показатель менеджмента, где персонал и работа с персоналом является одной из важнейших составляющих успешного бизнеса, а добавление «Personal Selling» — показатель важности видов продаж и обслуживания.

Несмотря на несомненное значение проблем менеджмента, скрывающихся за добавляемыми «Р», выход за рамки классического списка в основном производится надуманно и неоправданно ни концептуально, ни с позиции обучения.

*С.В. Дирко, ассистент
Е.Н. Полешук, ассистент
БГЭУ (Минск)*

ОЦЕНКА ЛОГИСТИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ

В сложных современных экономических условиях отечественным предприятиям приходится по-новому организовывать свою производственную и коммерческую деятельность. Однако каждое из них обладает неодинаковыми возможностями и средствами для решения вновь возникающих проблем, поскольку характеризуется разными уровнями экономического потенциала и степенью его использования.

Логистический потенциал, являясь одной из важнейших составляющих экономического потенциала предприятия, расценивается как степень его готовности организовывать рациональное движение и преобразование внутренних и внешних потоковых процессов, т.е. осуществлять наиболее продуктивную комбинацию производственно-экономических операций для получения более высоких конечных результа-

тов по двум основным критериям логистического управления: степени удовлетворенности запросов и нужд потребителей к качеству обслуживания и величине совокупных издержек производства и поставок готовой продукции.

Практический опыт показывает, что логистический потенциал предприятия определяется совокупностью целого ряда факторов, в том числе качеством и объемом имеющихся на предприятии ресурсов, поскольку они оказывают непосредственное влияние на параметры экономических потоков предприятия, а наличие их достаточного количества выступает необходимым условием для их возникновения и формирования; способностями сотрудников выполнять эффективно логистические операции; способностями специалистов по логистике оптимально проектировать и управлять экономическими потоками предприятия; инновационными способностями, т.е. способностью предприятия к различного рода изменениям во всех областях логистического управления; информационными способностями, т.е. способностью обрабатывать логистическую информацию с целью ее дальнейшего использования; финансовыми способностями и др.

Оценка логистического потенциала предприятия и определение уровня его использования осуществляются путем расчета показателя, способного всесторонне оценить эффективность использования отдельных видов ресурсов и логистического управления в целом, выявить резервы ее повышения.

При разработке методики оценки логистического потенциала предприятия следует исходить из того, что наиболее адекватным сложившимся экономическим условиям будет такой методический подход, который бы учитывал системный характер логистического потенциала.

Для получения объективной оценки логистического потенциала предприятия и степени его использования мы предлагаем воспользоваться комплексной методикой, используя при этом перекрестную оценку на основании применения абсолютных и относительных величин, т.е. методикой, предполагающей сочетание стоимостного и баллового подходов. Первый ориентирован на применение абсолютных показателей, второй предполагает применение для расчета уровня использования логистического потенциала экспертных оценок.

Согласно стоимостному подходу, величину логистического потенциала предприятия можно определить, используя абсолютные значения показателей, характеризующих количественное развитие каждого элемента логистического потенциала. Балловый подход, в свою очередь, ориентирован на применение для этих целей относительных и, как правило, отражающих качественную сторону процесса показателей.

Применяя одновременно два этих подхода и проводя параллельную оценку логистического потенциала, исходя из абсолютных и относительных величин, количественных и качественных показателей, можно получить результат, наиболее адекватный действительности.