

марки, анализ жизненного цикла продукта с определением ценовой политики (тест цены, анализ соотношения цена/качество).

Маркетинговые исследования и их четкая организация должны быть тем инструментом, с помощью которого должны снижаться риск и неопределенности, сопутствующие принятию маркетинговых и управленческих решений на предприятии, взявшемся за освоение нового товара.

Самсоненко Ж.А., БТЭУПК (Гомель)

ФАКТОРЫ МЕЖДУНАРОДНОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ УНИВЕРСИТЕТОВ

Приближение границ ЕС к Беларуси открывает новые возможности для развития университетского образования посредством экспорта-импорта образовательных услуг. К числу основных факторов развития общеевропейского рынка профессионального образования относятся: опережение спроса на профессиональное образование над предложением; развитие НТР, быстрое устаревание профессиональных знаний и необходимость постоянного повышения квалификации или переквалификации работников; распространение Интернет и формирование новых возможностей для передачи учебной информации.

Конкурентоспособность белорусских университетов на общеевропейском рынке является важным условием интеграции белорусской экономики в Европейское экономическое пространство. Поэтому подготовка белорусской системы образования к адаптации в общеевропейский рынок профессионального образования является важной проблемой внешнеэкономической политики. К числу важнейших факторов обеспечения конкурентоспособности белорусских университетов относятся: унификация и стандартизация программ подготовки специалистов в соответствии с программами, принятыми в ЕС; изменение методики обучения с ориентацией на развитие способностей к постоянному обновлению знаний и восприятия инноваций; совершенствование материально-технической базы университетов; использование Интернет-технологий для дистанционного обучения.

Развитие европейской интеграции может быть использовано для развития взаимовыгодного сотрудничества на рынке профессионального образования. Совершенствование системы университетского образования с учетом потребностей международного рынка образовательных услуг является важным условием успеха общего системного реформирования белорусской экономики.

Г.Н.Сандамирский, БГУ (Минск)

ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫЙ МАРКЕТИНГ И ЕГО ОСОБЕННОСТИ

Продовольственный маркетинг можно определить как управленческую деятельность направленную на обеспечение более полного удовлетворения потребностей в продовольственных товарах.

Основными задачами продовольственного маркетинга на различных стадиях общественного воспроизводства являются: