

В сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятиях только начинается создание служб маркетинга, которые вынуждены работать больше по инерции и на интуитивно-эмпирической основе. Лишь в середине 90-х годов учебные заведения приступили к подготовке соответствующих специалистов, но учебные планы и учебные программы требуют совершенствования. На государственной базе почти не проводится повышение квалификации специалистов по агромаркетингу. Здесь нужны серьезные меры, иначе предприятия АПК Республики Беларусь никогда не смогут успешно работать в условиях развития рыночных отношений.

<http://edoc.bseu.by>

*Трояновская Г. В.
БГЭУ (Минск)*

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ РЫНОК БЕЛАРУСИ

Последние два года белорусский рынок стал усиленно заполняться импортными товарами, в первую очередь российскими. Импорт в Беларусь из Российской Федерации увеличился по поставкам пахты, йогурта, кефира, кондитерских изделий из сахара, хлеба и мучных кондитерских изделий, соков фруктовых и овощных. Увеличилась также поставка изделий из мяса, рыбы и других товаров, идентичных выпускаемым отечественными перерабатывающими предприятиями.

Поступление в продажу импортных товаров усиливает конкуренцию, что стимулирует отечественных производителей улучшать качество товаров, снижать цены. Вместе с тем, из-за значительного количества импорта сокращается объем производства. Некоторым отечественным производителям все труднее продавать свою продукцию, у них накапливаются большие складские товарные запасы.

*Трус А. И.
БГЭУ (Минск)*

РАЗВИТИЕ СИСТЕМЫ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ НА РЫНКЕ КЕРАМИЧЕСКОЙ ПЛИТКИ

В большинстве своем маркетинговые исследования проводятся в связи с возникновением некоторых проблем. Такой подход не является вполне оправданным и требует постоянных маркетинговых исследований в целях изучения конкретного положения предприятия, обоснования его целей и задач. Поэтому в перспективе необходимо проводить следующие исследования:

- определение емкости и динамики развития рынков кирпича, плитки, сантехники Беларуси с прогнозом на перспективу. Отработка методов корреляционно-регрессионного моделирования;