

зависимые системы страхового маркетингового консультирования. Для большинства российских страховых компаний маркетинг служит инструментом расширения продаж уже готовой продукции, без учета требований рынка.

Современное состояние страхового рынка дает основание для развития страхового маркетинга. Стимулом к его развитию может стать:

- развитие рынка и увеличение оборотов страховых компаний;
- присутствие иностранных страховщиков на российском, так как иностранные компании не будут вкладывать деньги в не изученный рынок;
- рост конкуренции повысит интерес к маркетингу, так как маркетинг является важным инструментом в борьбе за потребителя;
- появление независимых консультантов специализирующихся на страховом маркетинге.

Белорусским страховым компаниям следует изменить взгляд на страховой маркетинг не как на инструмент расширения продаж, а как на систему взаимного учета интересов сторон страховых отношений.

В.Г. Куртин, Н.А. Соловьев

Белорусский Государственный технологический университет (Минск)

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ТОВАРНОЙ ПОЛИТИКИ МЕБЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Исследования в области оптимизации производственных программ, изучения конкурентоспособности продукции, жизненных циклов товаров на мебельных предприятиях Беларуси практически не проводятся. Не осуществляется и анализ спроса на продукцию и конъюнктуры рынков. Это связано с рядом причин и, прежде всего, с недостаточной подготовленностью специалистов в области маркетинга, слабой их заинтересованностью, прежде всего, материальной. Вместе с тем, без указанных исследований положение в мебельной индустрии Беларуси не может измениться к лучшему.

При формировании товарной политики мебельным предприятиям следует концентрировать внимание, в первую очередь, на стратегических проблемах, которые отражают сориентированные на рынок цели фирмы. Товарные стратегии включают как систематические действия с товарами, так и планирование связанных с товарами решений, основанных на концептуальной базе и маркетинговых исследованиях с использо-

ванием различных методов: концентрационного анализа; изучения эффектов связи между продуктами; анализа жизненных циклов продуктов и др.

Для обеспечения успеха на рынке мебельным предприятиям Беларуси следует рассматривать товарную политику как основу своей производственной и коммерческой деятельности, исследования в области которой должны проводиться постоянно.

В.С. Лазарев, Р.В. Плотникова

Белорусская государственная политехническая академия (Минск)

НАУЧНО-ИНФОРМАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В СФЕРЕ МАРКЕТИНГА НИР

Патентно-информационный отдел научно-исследовательской части (ПИО НИЧ) БГПА продолжает работу по пополнению, совершенствованию поисковых возможностей, а также по использованию базы данных. Использование этой базы данных является элементом маркетинга, поскольку: база данных, в основном, является источником для подготовки всевозможных сводок предложений по сотрудничеству; используется для систематизации данных о научно-технических достижениях БГПА и рекламы.

Международное научно-техническое сотрудничество (МНТС) во многом является информационно-маркетинговой проблемой: информация о возможностях МНТС используется учеными для неформальных научно-информационных контактов с зарубежными коллегами, позволяющих белорусским специалистам находить источники финансирования исследований, участвовать в подготовке лицензионных соглашений, создании совместных предприятий.

ПИО НИЧ БГПА получает по электронной почте – в основном путем подписки на телеконференции – информационные сообщения о научных конкурсах; о программах получения грантов на стажировки, для выполнения исследовательских и учебных проектов; о фондах в поддержку научной деятельности, о международных научных обществах, международных научных и учебных организациях, журналах, базах данных, сайтах и т.п.

Увлеченность идеями маркетинга, выразившаяся, в частности, в создании в вузах Министерства образования Беларуси системы маркетинговых центров и центров трансфера технологий, не должна заслонять того, что \approx на 90% эта деятельность – применительно к вузовской науке – является научно-информационной.