

импорт данной продукции и позволит удерживать конкурентоспособной национальную продукцию табачной отрасли и отрасли спиртных напитков.

УДК 339.138

МАРКЕТИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ УСПЕШНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Бокатюк М.Л., БНТУ

руководитель: ст. преподаватель Мотько Н.А.

История отечественного маркетинга началась не так давно. Многие не признают маркетинг как серьёзную науку, так как большинство хозяйствующих субъектов просто не видят отличие между продажами и маркетингом. Как правило, маркетинг отождествляют со сбытом и стимулированием сбыта продукции, а также рекламой. Однако маркетинг – это процесс создания товара или услуги от генерирования идеи его создания до продажи. Он находит применение в различных сферах экономики.

Многие зарубежные авторы отмечают, что суть концепции маркетинга сводится к планированию и производству только того, что люди купят, а не к попыткам продавать то, что предприятие умеет производить. Но этот принцип не особенно применим к белорусским предприятиям, которые не тратятся на маркетинговые исследования рынка, а большее внимание уделяют рекламе и сбыту продукта.

Проблема проведения маркетинговых исследований для белорусских фирм заключается в боязни вложить деньги в долгосрочный период, на который рассчитана концепция маркетинга.

Другая проблема не квалифицированный маркетолог, которую можно решить, отправив специалиста на обучение. Однако данная проблема может иногда оказаться преимуществом, когда такой маркетолог владеет основами маркетинга, но не привязан к теориям и правилам, имеет креативный ум, что становится очень важным в условиях развития Интернета, прямого почтового сообщения, публичных рилейшнз, кредитования, мерчандайзинга, брэндинга и других современных инструментов маркетинга.

Таким образом, белорусским предприятиям следует больше внимания уделять вопросам маркетинга, так как хорошо поставленный маркетинг положительно отражается на эффективности работы хозяйствующих субъектов.

УДК 336.767.1 (476)

**СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ ОБРАЩЕНИЯ
ГОСУДАРСТВЕННЫХ ЦЕННЫХ БУМАГ
В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

Глазовская А.С., БНТУ

руководитель: ст. преподаватель Янович П.А.

Наиболее развитым и ликвидным сегментом рынка ценных бумаг в Беларуси является рынок государственных ценных бумаг, который функционирует в Республике Беларусь с февраля 1994 года. Биржевой рынок государственных ценных бумаг выступает в качестве одного из важнейших элементов республиканского финансового рынка, с помощью которого Правительством и Национальным банком Республики Беларусь решаются задачи денежно – кредитного регулирования на макроэкономическом уровне.

Участниками рынка государственных ценных бумаг в Республике Беларусь являются: Министерство финансов РБ, Национальный банк РБ, инвесторы.

Существует несколько способов классификации рынков ценных бумаг:

- по характеру движения ценных бумаг (первичный, вторичный);
- по виду ценных бумаг (рынок облигаций, фондовый рынок);
- по форме организации (биржевые и внебиржевые) и др.

Представляется целесообразным развитие рынка по следующим направлениям:

совершенствование системы налогообложения операций с ценными бумагами;

расширение спектра обращающихся инструментов рынка ценных бумаг;

активизация привлечения инвестиций предприятиями посредством выпуска облигаций на внутреннем рынке Республики Бела-