

УДК 339.138

АНАЛИЗ РЫНКА КАК НЕОБХОДИМАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ОРГАНИЗАЦИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Лукашик А. К., магистрант

Научный руководитель – Копытовских А. В., канд. экон. наук,
доцент кафедры менеджмента и маркетинга

Полесский государственный университет
г. Пинск, Беларусь

В настоящих условиях большинство белорусских организаций пренебрегает качественным и своевременным анализом рынка, недооценивая и/или не понимая перспектив использования полученных результатов.

Основная сложность проведения маркетинговых исследований в организациях Республики Беларусь связана, по мнению автора, не с ограниченностью ресурсов и источников информации, а с человеческим фактором, с особенностями стратегического мышления белорусских предпринимателей. Задача маркетинговых исследований заключается в том, чтобы оценить информационные потребности и обеспечить руководство компании информацией: точной, надежной, обоснованной, современной и относящейся к делу [1, с. 31]. Предприниматели, игнорирующие анализ рынка, создают впечатление об отказе от самого важного и движущего фактора на современном рынке – информации.

На современном этапе развития экономики Республики Беларусь, организациям стоит уделить большее внимание маркетинговым процессам, в том числе исследованию и анализу рынка, в целях улучшения позиций как на внутреннем, так и на внешнем рынках.

Список литературы

1. Нэреш К., Малхотра, Маркетинговые исследования, практическое руководство, 3-е издание: пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс». – 2002. – 960 с.