

другие атрибуты маркетинговой концепции конкурентоспособного товара побуждают чаще посещать данное торговое предприятие и стать из потенциальных покупателей реальными и постоянными.

*Циунчик О.В., Шкугаль О.В., БГЭУ (Минск)*

## **ПРОБЛЕМЫ В ПРОИЗВОДСТВЕ И РЕАЛИЗАЦИИ БЕЛОРУССКОЙ КОСМЕТИКИ**

Отдельные производители косметики сталкиваются с рядом проблем при ее производстве и продаже.

Основными проблемами, связанными с производством косметики в Республике Беларусь являются:

- отсутствие приемлемых помещений у большинства производителей косметики;
- недостаточное количество высококвалифицированных специалистов;
- отсутствие отечественного рынка косметического сырья для производства массовой продукции.

Главной проблемой, связанной с реализацией косметической продукции, является отсутствие у предприятий четких маркетинговых стратегий с обоснованной товарной, ценовой, распределительной и коммуникационной политикой. Реализация маркетингового подхода на практике позволит предприятиям не только привлечь отдельные сегменты рынка, но и составить конкуренцию зарубежным производителям косметической продукции.

*Цыганков А. А., БГЭУ (Минск)*

## **ФОРМИРОВАНИЕ ЦЕНОВОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Принятие решения об установлении цены на товар является одной из ключевых задач деятельности производителя. От успешности решения этой задачи зависит финансовая стабильность, инвестиционная привлекательность проекта и другие показатели деятельности предприятия.

С точки зрения стратегии развития предприятия, его ценовая политика должна быть направлена на достижение маркетинговых целей и в первую очередь на увеличение объемов продаж товаров и прибыльности производства. При рассмотрении вопроса ценообразования с позиции финансовых решений ценовая политика должна быть направлена на построение гибкой стратегии ценообразования, результатом которой является увеличение показателей валовой прибыли, что в целом приводит к устойчивому финансовому положению производителя, созданию предпосылок для его развития на перспективу.

Процесс ценообразования имеет свою внутреннюю логику и специфическое содержание, поэтому его целесообразно представлять в виде последовательно выполняемых логически и информационно взаимосвязанных этапов. При этом для выполнения каждого последующего этапа требуются определенные входные и выходные данные, преобразуемые в результат в ходе выполнения специфических для данного этапа процедур: