

совокупных денежных доходов в расчете на душу населения ( $X_3$ ), плотность населения на 1 км кв. территории ( $X_4$ ), плотность городских поселений ( $X_5$ ) и средний размер торгового предприятия ( $X_6$ ). В качестве результативного признака был избран уровень обеспеченности населения республики торговой площадью в расчете на 1000 жителей. Исследование охватывало период 1985 — 1997 гг.

Обработка данных осуществлялась с помощью статистической диалоговой системы "STADIA" (версия 4.10/9.91). Были получены уравнения регрессий (типа  $y = ax + b$ ), характеризующие взаимосвязь между результативным признаком и указанными выше факторами. Оценка параметров регрессий сопровождалась расчетом коэффициентов корреляции ( $r_1$ ), представляющих собой эмпирическую меру линейной зависимости между переменными.

Исследование показало, что при планировании развития розничной торговой сети региона необходимо учитывать такие факторы как удельный вес городского населения ( $r_1 = 0,878$ ), плотность населения ( $r_4 = 0,975$ ), плотность городских поселений региона ( $r_5 = 0,876$ ) и средний размер торгового предприятия ( $r_6 = 0,995$ ).

*Е.Н. Клипперт*

Белорусская сельскохозяйственная академия (Горки)

## **МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКА ТОВАРНОЙ ПРОДУКЦИИ**

Исследование рынка является основой маркетинга и охватывает собой анализ всех условий, имеющих значение для успешной реализации товара. В основу положены исследования продукции под углом зрения высшей эффективности ее продаж. Исследование рынка включает в себя всесторонний анализ объема оборота, прибыли от продаж, конкурентоспособности, скорости реализации, сезонных колебаний спроса, эффективности сбытовой организации, деятельности конкурентов. Только систематическое исследование рынка дает надежную основу для планомерной реализации продукции, что предопределяет эффективность всех результатов торговой деятельности.

При маркетинговом исследовании рынка товарной продукции анализ всех факторов, влияющих на принятие решения клиентом, является основой для составления сбытовых программ предприятия, приспособления их к конъюнктуре рынка.

*Г.Е. Кобринский*

Гомельский государственный университет им. Ф. Скорины

## **МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКИМ СНАБЖЕНИЕМ**

Анализ существующей организационной структуры службы управления снабжением показывает, что она не соответствует новым требова-