

## **ЦЕНТРАЛИЗОВАННЫЕ КОНСАЛТИНГОВЫЕ СЛУЖБЫ В АПК**

**Булавка А.Г.**

**Научный руководитель – Ефименко А.Г., к.э.н., доцент  
Могилевский государственный университет продовольствия  
г. Могилев, Республика Беларусь**

Современное состояние маркетинга в организациях АПК не позволяет им динамично развиваться, так как маркетинг в них имеет в основном сбытовую направленность, а не является средством повышения эффективности деятельности. Это в первую очередь связано с недопониманием руководством сущности маркетинговых подразделений организации и тех функций, которые они должны выполнять. Более того, в большинстве случаев, работники служб маркетинга не готовы к тем видам работ, которые они должны выполнять и к той ответственности, которая должна возлагаться на них ввиду выполняемых функций, а часть организаций АПК и вовсе не имеют собственной службы маркетинга. Принимая во внимание данные факторы, на наш взгляд, очевидна необходимость модернизации системы маркетинга в отрасли. На начальном этапе модернизации рекомендуется создать централизованные государственные консалтинговые службы, по одной для каждой области, и одну для города Минска.

Создание консалтинговых служб позволило бы любой организации АПК обратиться в данную службу за квалифицированной помощью в области маркетинга. Данные службы будут иметь в своем составе специалистов по маркетингу различных направлений, которые прошли специальную подготовку, и полностью осознают свои функциональные задачи. Это позволит им выполнять весь комплекс маркетинговых работ, которые в силу объективных причин, не могут быть выполнены в организациях АПК, а именно: анализ рынка, анализ организации, составление маркетинговых планов, бизнес-планирование, разработка инвестиционных меморандумов, и многое другое. Причем стоимость данных услуг будет устанавливаться в зависимости от эффекта, который получила организация от выполненной работы. Например, цена анализа конкурентов и предложения направлений развития конкурентной борьбы составляет определенный процент от увеличения прибыли организации в течение года после внедрения предложенных мероприятий повышения конкурентоспособности организации.

При повышении спроса на данные услуги необходимо будет развитие служб до районных филиалов, руководители этих филиалов должны будут пройти всестороннюю подготовку и стажировку в областных службах. Это позволит сразу четко наладить работу новых филиалов и оперативно обучить новый персонал приемам и методам работы.

Следующим этапом будет являться обучение работниками филиалов работников организации АПК, оказание им помощи и консультаций по всем интересующим их вопросам.

В итоге на первых этапах будет существенно улучшена эффективность работы организаций АПК республики, за счет использования всех современных маркетинговых приемов и методов хозяйствования. А на заключительных этапах все организации АПК будут иметь современную и результативную маркетинговую службу, способную высокоэффективно выполнять свои функции, что позволит в несколько раз увеличить эффективность работы АПК в целом.