

**БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ДОРТМУНДСКАЯ ВЫСШАЯ ШКОЛА  
УНИВЕРСИТЕТ ГАННОВЕРА  
ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ НАН БЕЛАРУСИ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ УПРАВЛЕНИЯ (МОСКВА)  
БАЛТИЙСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ АКАДЕМИЯ  
РИЖСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСШАЯ ШКОЛА  
ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ  
ИНСТИТУТ ПОСЛЕДИПЛОМНОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
ГРОДНЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМ. ЯНКИ КУПАЛЫ**

# ***ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА***

**Материалы VIII международной  
научно-практической конференции**



**МАДЖИК БУК**

**ООО «Маджик Бук»  
Минск 2007**

УДК 338 24 + 339.138

ББК 65.050.8

Т 33

*Рецензенты:*

*д-р экон. наук, проф. Медведев В.Ф. (Беларусь),  
хаб. д-р экономики, проф., Ройш П. (Германия),  
хаб. д-р философии, проф. Никифоров В.Е. (Латвия),  
д-р экон. наук, проф. Борисевич В.И. (Беларусь)*

**Т 33**

**Теория и практика менеджмента и маркетинга. Материалы VIII  
междуна. науч.-практ. конференции. Минск, 31 мая – 2 июня 2007 г. Под  
общей редакцией д.э.н., проф. И.Л. Акулича. Мн.: ООО «Мэджик Бук»,  
2007. – 324 с.**

**ISBN 978-985-6544-91-3**

**ББК 65.050.8**

© ООО «Мэджик Бук», оформление, 2007

**Теория и практика менеджмента и маркетинга  
Материалы VIII международной  
научно-практической конференции**

*Под общей редакцией д.э.н., проф. Акулича Ивана Людвиговича*

Подписано в печать 10.05.2007. Бумага офсетная. Формат 60x84 1/16  
Гарнитура «Таймс». Усл.печ.л. 20,25. Тираж 200 экз. Заказ № 86

Издательство ООО «Мэджик Бук»  
Беларусь, 220103, г. Минск, ул. Кнорина, 50а.  
Лицензия №02330/0056818 от 02.03.2004г.  
Изготовлено на копировально-множительной технике ООО «Мэджик Бук»

*Володько О.В.  
ПолесГУ (Пинск)*

## **ОЦЕНКА КАЧЕСТВА СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Оценка стратегий производится, как правило, внутренними экспертами предприятия. Состав экспертов разнообразен по многим признакам: разные специалисты, разный уровень компетентности, разные подразделения, неодинаковый возраст. Стратегические задачи также многообразны по уровню сложности, срочности. Поэтому разработка единых принципов оценки стратегий необходима и с теоретической и с практической стороны.

Анализ разных подходов к оценке качества стратегий с учетом специфики предприятий, позволил выявить следующие критерии оценки: соответствие целям фирмы, соответствие миссии фирмы, учет потенциала предприятия, учет состояния макро- и микросреды, учет интересов различных групп влияния, приемлемость риска и эффективности, качество стратегических изменений.

Условиями обеспечения внешней гибкости могут стать: возможность манипулирования стратегическими зонами хозяйствования, возможности комбинаций в капиталовложениях, альтернативы в использовании различных стратегических зон ресурсов, гибкость стратегических партнеров и потребителей, способность к использованию возможностей, предоставляемых внешней средой и нерациональным поведением приоритетных конкурентов.

Условиями обеспечения внутренней гибкости могут стать: гибкость технологии и производства НИОКР при смене направлений деятельности, способность к различным

масштабам и темпам мобилизации ресурсов, гибкость ресурсного потенциала, гибкость организационная и управленческая. Применение каждого из перечисленных способов связано с имеющимся опытом работы в отрасли и специально разработанными организационно-технологическими процедурами.

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>Предисловие</b>	3
<i>Dra. Montserrat Font Vilalta</i> Estrategias para gestion del riesgo climatico mediante derivados financieros	4
<i>Miroslav Culik</i> Var-type measures application for risk analysis of a project in the energy generating sector	5
<i>Аблязова О.Н.</i> Рынок потребителя	7
<i>Абрамович Ю.Л.</i> Особенности маркетинговых исследований	8
<i>Авдеенко Н. М.</i> Услуги в образовании ФПГ И ТНК	9
<i>Авсейко М. Н.</i> Управление кредитной деятельностью банка	9
<i>Акулич И. Л., Демченко Е.В.</i> Исследование чувствительности потребителей к ценам	10
<i>Акулич И.Л., Тарелко В.В.</i> Роль маркетинга в экономической науке	11
<i>Акулич И.Л., Черник Н.Ю.</i> Современные тенденции развития бренд-менеджмента	12
<i>Алексеева Е.А.</i> Контроллинг в организации	14
<i>Алехнович Н.Л., Маклакова О.М.</i> Сравнительный анализ носителей рекламы	14
<i>Андилевко Т.В.</i> Оптимизация управления запасами в логистической цепи	15
<i>Андрянчикова М.Н.</i> Стратегии развития предприятия	16
<i>Аносов В.М.</i> Совершенствование финансового планирования	16
<i>Анохина Н.Н.</i> Математические модели маркетинга	17
<i>Антипенко Н. А.</i> Эффективность инвестиционных проектов	18
<i>Ахмедьярова М.В.</i> Управление качеством жизни населения	19
<i>Багиров В.А.</i> Трансформация нормативных признаков объектов авторского права	20

<i>Байнев В.Ф.</i>	21
Инновационный менеджмент	
<i>Бакланова А.С., Напреева Н.С.</i>	22
Определение затрат на рекламу	
<i>Баранчук В.А.</i>	22
Емкость рынка мобильной связи	
<i>Бахмане Л.И.</i>	23
Маркетинговые стратегии предприятия	
<i>Бахмат А.Б.</i>	24
Определение целевых показателей предприятий водопроводно-канализационного хозяйства	
<i>Belitski M.E.</i>	25
Up-dated belarus-eu advantageous of trade-economic cooperation	
<i>Белова С.О.</i>	26
Скидки с цен в общественном питании	
<i>Беляцкая Т.Н.</i>	27
Основные тенденции развития бизнес-среды	
<i>Бирицкая Н.М.</i>	28
Управление туризмом в Беларуси	
<i>Бобко Т.Л.</i>	28
Рыночная ситуация	
<i>Бобученко Н.П.</i>	29
Контроллинг в управлении предприятием	
<i>Богданкевич О.А.</i>	30
Управление банковскими рисками	
<i>Бондарь Т.Е.</i>	31
Финансовый менеджмент в сфере господдержки сельского хозяйства	
<i>Бондарь Т.Е., Леутина Л.И., Якубович В.И.</i>	31
Рыночная философия хозяйствования	
<i>Будник О.В.</i>	32
Формирование и развитие экспедиционной деятельности	
<i>Бурмистрова Н.А.</i>	33
Оценка качества обслуживания в розничной торговле	
<i>Бурмистрова Н.А., Желудок Е.А.</i>	34
Развитие рынка продовольственных товаров	
<i>Буртоликова С.В.</i>	34
Торговое обслуживание в фирменных магазинах	
<i>Бурцева О.А.</i>	35
Особенности функционирования белорусских производителей мебели	
<i>Бутеня В.Е.</i>	36
Инновации как фактор успеха в бизнесе	

<i>Быков А.А., Гейзлер П.С.</i>	36
Особенности кризиса белорусских предприятий	
<i>Вавилова Е.А., Березовская О.И.</i>	37
Коммуникационная политика банков	
<i>Вакульская О.А.</i>	38
Маркетинговые исследования рынка медицинских услуг	
<i>Валевич Р.П.</i>	39
Повышение конкурентоспособности национальной торговли	
<i>Валевич Р.П., Гапанович Е.В.</i>	40
Диверсификация поставок белорусской продукции	
<i>Ван Цзюнь</i>	41
Инвестиционный климат Китая	
<i>Василенко Н.К.</i>	42
Управление пассивами банков Республики Беларусь	
<i>Вашкевич Ю.Б.</i>	43
Регулирование внешней торговли	
<i>Ващенко Ю.В.</i>	44
Интернет-банкинг в Республике Беларусь	
<i>Верезубова Т.А.</i>	44
Менеджмент социального страхования	
<i>Веремеева И. А.</i>	45
Аккредитив как оптимальная форма расчетов	
<i>Веремеева И. А., Бальчевская О.В.</i>	46
Методика расчета ценовых скидок	
<i>Вертай С.П.</i>	47
Использование методики конкурирующих ценностей	
<i>Вечер А.В.</i>	47
Система паспортизации конкурентов	
<i>Викторова Е.И.</i>	48
Упаковка как элемент товарной политики	
<i>Вишневская А.П.</i>	48
Стимулирование продаж	
<i>Вишняков В.А.</i>	49
Организация подготовки маркетологов	
<i>Владыко А.В.</i>	50
Бизнес-планирование в менеджменте организаций	
<i>Володько Л.П.</i>	51
Оценка качества информационных технологий	
<i>Володько О.В.</i>	51
Оценка качества стратегии развития предприятия	
<i>Волонцевич Е.Ф.</i>	52
Требования к поставщикам потребительских товаров	

<i>Вольнец Н.И.</i>	53
Современная концепция международного маркетинга	
<i>Воронцова Т.В.</i>	55
Сегментирование потребителей торговых организаций	
<i>Востокова Н.А.</i>	56
Функционирование зерновых рынков в Чехии и Словакии	
<i>Гапанович Е.В.</i>	56
Экспорт сахара в Российскую Федерацию	
<i>Гарчук И.М.</i>	57
Маркетинговая деятельность вуза	
<i>Германенко Л.Н.</i>	57
Продовольственная самодостаточность	
<i>Гиль Е.М.</i>	58
Трансфертное ценообразование	
<i>Гимельштейн И.В., Анкудинова М.В.</i>	59
Управление структурными преобразованиями на предприятии	
<i>Гладковский В.И.</i>	60
Менеджмент качества образования в техническом вузе	
<i>Голик В.С.</i>	61
Маркетинговые исследования в интернете	
<i>Головкова Е.А.</i>	62
Себестоимость подготовки специалиста	
<i>Гончаренок Д.Г.</i>	63
Развитие налогового менеджмента	
<i>Гончарик О.В.</i>	63
Особенности учета проката автомобилей	
<i>Гончаров В.А.</i>	64
Совершенствование трудового менеджмента	
<i>Горбачева А.И.</i>	65
Корпоративное управление и консолидированная отчетность	
<i>Горбылева И.А.</i>	66
Возможности оценки конкурентных сил	
<i>Грабовский А.В.</i>	67
Оценка эффективности бизнеса	
<i>Грудницкая Н.А.</i>	68
Алгоритмизация производственной программы	
<i>Гунаре М.Л.</i>	68
Маркетинговые технологии продвижения товаров и услуг	
<i>Гурская Е.В.</i>	69
Возмущающие воздействия в управлении производством	
<i>Гурская С.П.</i>	70
Защита потребительского рынка	



<i>Гуторова И.И.</i>	70
Маркетинговые возможности развития общественного питания	
<i>Давидовская И.А.</i>	71
Совершенствование качества торгового обслуживания населения	
<i>Давыденко Т.Д.</i>	72
Бизнес-интеллект как показатель рыночной стоимости предприятия	
<i>Давыдова Г.А.</i>	73
Финансовая устойчивость торговых организаций	
<i>Дадеркина Д.И.</i>	74
Управление личными подсобными хозяйствами граждан	
<i>Демченко Е.В.</i>	74
Рисковые зоны в маркетинговой деятельности на рынке услуг	
<i>Демченко Н.М.</i>	75
Специфика маркетинговой деятельности на рынке финансовых услуг	
<i>Джеломанов Е.В.</i>	76
Совершенствование рынка информационного ресурса в Республике Беларусь	
<i>Дирко С.В.</i>	77
Эффективность рециклинга металлов	
<i>Довыдова О.Г.</i>	78
Стимулирование создания и использования объектов интеллектуальной собственности	
<i>Долинина Т.Н.</i>	79
Оплата труда в коммерческих организациях	
<i>Домбровская Е.Н.</i>	80
Эффективность сбытовой деятельности организаций промышленности	
<i>Дорох Е.Г.</i>	81
Банковский сектор на рынке жилья Беларуси	
<i>Драгун Н.П.</i>	81
Позиция предприятия на целевом рынке	
<i>Дроздов Д.Н.</i>	82
Представительство предприятия в сети Интернет	
<i>Дроздова С.Н.</i>	83
Инновационная деятельность предприятий	
<i>Дронин А.М.</i>	84
Система маркетинговой информации	
<i>Евсейчикова Н.Н.</i>	85
Маркетинговые исследования страхового рынка в Республике Беларусь	
<i>Ермалович Л.П. Зубик В.Б.</i>	85
Социальная ответственность менеджмента в Республике Беларусь	
<i>Ерчак А.И.</i>	86
Специфические ценовые приемы в торговле	