

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ  
УО «Белорусский государственный экономический университет»

**ЭКОНОМИЧЕСКИИ  
МЕХАНИЗМ ФОРМИРОВАНИЯ  
НАЦИОНАЛЬНОЙ МОДЕЛИ РАЗВИТИЯ  
ЭКОНОМИКИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

Материалы  
научно-практической конференции

Пинск, 22–23 февраля 2005 года

Минск 2005

УДК 338.2(476)

ББК 65.9(4Бел)

Э40

Редакционная коллегия:

доктор экономических наук, профессор *П.В. Лециловский*  
кандидат экономических наук, доцент *С.В. Сплошнов*  
кандидат экономических наук, доцент *В.С. Филипенко*  
кандидат физико-математических наук, доцент *В.В. Митянок*  
кандидат экономических наук *Л.Ф. Киндрук*  
кандидат экономических наук *В.М. Мальцевич*  
кандидат сельскохозяйственных наук *Т.Б. Рошка*  
кандидат педагогических наук *Г.Ф. Вечорко*

У т в е р ж д е н о Редакционно-издательским советом университета

Э40 **Экономический механизм формирования национальной модели развития экономики Республики Беларусь [Текст] : материалы науч.-практ. конф. (Пинск, 22–23 февр. 2005 г.). — Мн. : БГЭУ, 2005. — 151 с.**

ISBN 985-484-282-7.

УДК 338.2(476)

ББК 65.9(4Бел)

## **МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ**

*И.М. Зборина*

*Филиал УО «Белорусский государственный  
экономический университет» в г. Пинске*

Для обеспечения и повышения конкурентоспособности товаров необходимо более серьезно относиться к значению маркетинговых исследований в деятельности предприятия. При этом в центре исследования должен находиться не сам товар, а ответные реакции потребителей в его отношении. Информация о потребительских мнениях дает основу для определения положения товара на рынке, оценки уровня его конкурентоспособности и прогнозирования спроса. Последнее, в свою очередь, должно служить аналитической базой для разработки маркетинговой стратегии, ориентированной на совершенствование товара и максимальное удовлетворение потребителей, то есть на обеспечение и повышение качества продукции.

Под маркетинговыми исследованиями следует понимать систематический сбор, обработку и анализ данных по проблемам, касающимся маркетинга товаров и услуг. Обычно принято выделять 6 этапов их проведения: 1) определение

и постановка проблемы; 2) разработка плана; 3) сбор данных; 4) анализ данных; 5) обобщение результатов и подготовка отчета; 6) принятие маркетингового решения.

К сожалению, в Республике Беларусь маркетинговые исследования проводятся не систематически и в небольших масштабах. В основном этим занимаются научно-исследовательские институты, высшие учебные заведения и некоторые промышленные и торговые предприятия. В то время как ведущие западные фирмы (70 %) используют социологические методы при оценке качества товаров как основную составляющую их конкурентоспособности.

Попытки применить отдельные элементы маркетинга в управлении качеством продукции стали предприниматься с конца 80-х гг. XX в. и получили дальнейшее развитие с принятием в 1989 г. Закона «О предприятиях в СССР», когда предприятия получили право самостоятельно осуществлять внешнеторговую деятельность. Но, несмотря на это, к моменту распада общесоюзного рынка маркетинговая составляющая внешнеторговой деятельности была весьма скромной.

К настоящему времени уже накоплен достаточно большой опыт применения маркетинга в постсплановой экономике. Анализ этого опыта позволяет выявить общие закономерности развития и факторы, сдерживающие развитие процесса маркетинговых исследований в Республике Беларусь. Для этого прежде всего следует обратить внимание на место маркетинговых служб в структуре предприятий. Проведенные исследования показали, что маркетинг истребован как чисто функциональная служба, наряду с производством, сбытом, финансами и другими сферами деятельности. Кроме того, наметившаяся тенденция в применение маркетинга имеет одну существенную особенность: с точки зрения логической последовательности, когда включены функциональные сферы в системе управления, место маркетингу определено после производства.

Причинами, препятствующими применению маркетинговых исследований на предприятиях, являются отсутствие специалистов и навыков в организации маркетинга (59 %); сложившиеся системы менеджмента на предприятии, которые трудно изменить (52); дефицит финансовых средств (30,6); сложность маркетинга как вида деятельности (24,3); недостаточная роль службы маркетинга в системе управления производством (31,4); отсутствие координации работы служб маркетинга с другими функциональными службами (16,4 %).

Но вместе с тем следует учитывать, что трудности, с которыми сталкивается практическая реализация маркетинговых исследований, в значительной мере обусловлены сложностью и специфичностью самого маркетингового вида деятельности. Сложность маркетинга заключается в том, что он синтезирует в себе элементы различных наук – экономической теории, социологии, психологии. В то же время маркетинг отличается от включаемых в него составляющих комплексным подходом к пониманию природы человеческих потребностей и способов их удовлетворения. В этом заключается его специфичность.

Таким образом, подводя итог вышесказанному, можно отметить, что активизация маркетинговой деятельности, и в особенности маркетинговых исследований в области управления предприятием, требует более активного использо-

вания наследуемого опыта управления производством, который включает наработанный категорийно-понятийный аппарат, технологию принятия решений, приобретенные практические навыки по реализации управленческих функций.

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>Пленарное заседание</b> .....	3
<i>Вечорко Г.Ф.</i> Трансформация социокультурных ценностей в категории педагогического целеполагания .....	3
<i>Киндрук Л.Ф.</i> Ценовые аспекты регулирования продовольственного рынка ....	4
<i>Лециловский П.В.</i> Роль и значение производственных ресурсов в повышении эффективности хозяйствования .....	6
<i>Мальцевич В.М.</i> Применение двойственных оценок при определении стоимости сельскохозяйственных угодий .....	8
<i>Сорокина Т.В.</i> Бюджет 2005: новые тенденции и перспективы развития .....	11
<i>Филипенко В.С.</i> Экономическое обоснование мелиоративных мероприятий ...	12
<b>СЕКЦИЯ I. Развитие хозяйственного механизма агропромышленного комплекса Республики Беларусь</b> .....	17
<i>Веренич А.Ф., Мееровский А.С., Крюкова Л.И.</i> К вопросу о сохранении бобового компонента в луговых травостоях .....	17
<i>Галковский С.В., Галковский В.Ф.</i> Результаты использования мелиорированных земель Пинского района .....	19
<i>Коваленко В.П.</i> Эколого-экономическая оценка способов осушения открытой сетью .....	21
<i>Колосов Г.В.</i> Влияние антропогенных факторов на изменение почв .....	23
<i>Коржич В.П.</i> Исследование высокочастотных циклов урожайности зерновых культур в Пинском районе на основе спектрального анализа .....	25
<i>Кулакова Н.Л.</i> Экономическое состояние молочной промышленности Беларуси .....	27
<i>Лециловская М.П.</i> Сущность и значение издержек производства .....	28
<i>Матох С.А.</i> Показатели оценки государственного регулирования агропромышленного комплекса Беларуси .....	30
<i>Немиро В.А.</i> Возможности улучшения обеспечения сельского населения чистой питьевой и горячей водой .....	32
<i>Печень В.С.</i> Динамика обеспечения минеральными удобрениями сельскохозяйственных предприятий Бобруйского района .....	33
<i>Рошка Т.Б., Кислюк С.М.</i> Оценка эффективности производственной деятельности сельхозпредприятий Пинского района .....	35
<i>Сушко В.И.</i> Проблемы развития маркетинга в аграрном секторе и пути их решения .....	37
<i>Тихонова Н.В.</i> Оценка эффективности переработки мяса птицы на предприятиях РО «Белптицепром» .....	39

<b>СЕКЦИЯ 2. Экономическая политика социально-экономического развития Республики Беларусь</b> .....	<b>42</b>
<i>Володько О.В.</i> Проблемы устойчивости предприятий и моделирование их стратегического развития .....	42
<i>Давыдова Н.Л.</i> Развитие ипотечного кредитования в Республике Беларусь ....	44
<i>Денисевич М.Н.</i> Методика анализа фонда заработной платы .....	46
<i>Зборина И.М.</i> Маркетинговые исследования как фактор повышения качества продукции .....	47
<i>Зглюй Т.В.</i> Взаимосвязь финансовой устойчивости и налогообложения .....	49
<i>Кисель И.А.</i> Формирование концепции налогового менеджмента .....	51
<i>Кузнецова И.А.</i> Актуальность маркетинговой концепции высших учебных заведений на современном этапе .....	53
<i>Купрейчик Д.В.</i> Управление денежными потоками и финансовым положением .....	55
<i>Мисюта А.В.</i> Потребитель и качество .....	57
<i>Михальченко Л.И.</i> Инновационная активность как фактор устойчивого развития предприятия .....	59
<i>Мусафирова Г.Я.</i> Расчет экономической эффективности внедрения разработанной мастики на основе отходов пенополистирола .....	61
<i>Невдах С.В.</i> Аналитический инструмент оперативного контроллинга .....	62
<i>Нестеренко Е.К.</i> Анализ управления персоналом в банке .....	64
<i>Онищук А.В.</i> Совершенствование внутреннего инвестиционного рынка .....	66
<i>Полещук С.Н.</i> Стратегическое планирование социально-экономического развития города и региона .....	68
<i>Семиренко Е.П.</i> Проблемы финансирования жилищного строительства .....	69
<i>Сергеюк В.С.</i> Совершенствование ресурсной базы коммерческих банков Республики Беларусь .....	72
<i>Синявская О.А.</i> Совершенствование методики оценки инвестиционной привлекательности эмитентов ценных бумаг .....	74
<i>Сплошнов С.В.</i> Критерии экономической оценки технологического потенциала банка .....	76
<i>Чмыр Н.Н.</i> Формирование политики предприятия в современных условиях в области цен .....	78
<i>Якимченко С.Л.</i> Оценка эффективности деятельности корпораций .....	80
<i>Яковенко Н.Ф.</i> Проблемы развития СЭЗ «Брест» .....	81

<b>СЕКЦИЯ 3. Развитие информационных технологий в Республике Беларусь .....</b>	<b>84</b>
<i>Вишняков Ю.М.</i> Использование современных информационных технологий для активизации творческой деятельности студентов при проведении аудиторных занятий .....	84
<i>Володько Л.П.</i> Методика оценки качества банковских информационных технологий .....	85
<i>Глинский О.Ю.</i> CRM-технологии в управлении взаимоотношениями с клиентами .....	88
<i>Дунько Э.М.</i> Система электронного документооборота высшего учебного заведения .....	90
<i>Клещева С.А.</i> Конкурентоспособность региона: подходы к исследованию ....	92
<i>Копытовских А.В.</i> Метод оценки технологических процессов с позиций теории надежности .....	93
<i>Митянок В.В.</i> Расчет крупномасштабной электрической сети .....	95
<i>Мусафиоров Э.В.</i> Об одном подходе к прогнозированию динамики экономических показателей .....	98
<i>Павлов П.А.</i> Коэффициенты ускорения и эффективности при распределенной обработке .....	98
<i>Сидская О.В.</i> Вопросы «идеального» упорядочения .....	101
<b>СЕКЦИЯ 4. Трансформация социокультурных ценностей белорусского общества .....</b>	<b>103</b>
<i>Ваткевич В.Ю.</i> Диагностика семейного неблагополучия в г. Пинске .....	103
<i>Гагуа Р.Б.</i> «Прусские знамена» Яна Длугоша – уникальный источник для изучения Грюнвальдской битвы .....	105
<i>Децик А.Д.</i> Психолого-педагогическое обеспечение воспитательного процесса в высшем учебном заведении .....	106
<i>Евстафьев В.А.</i> О формировании системы работы по месту жительства с детьми, подростками и молодежью в г. Пинске .....	108
<i>Ерзулевич А.С.</i> Законодательная инициатива граждан .....	110
<i>Крюков В.М.</i> От физической относительности к относительности экзистенциальной .....	112
<i>Крюков Д.В.</i> Парадигма революции в объяснении современной социально-политической реальности .....	114
<i>Можейко П.П.</i> Влияние христианских ценностей на становление идеологии белорусского государства .....	116
<i>Радцевич А.В.</i> Формирование национальной идеи права на достойную жизнь .....	118



<i>Федечко С.А.</i> Беларусы II Рэчы Паспалітай у кантэксце этнічных тэорый XX стагоддзя .....	119
<i>Шульга М.Л.</i> Влияние отношений «педагог – учащийся» на формирование отклоняющегося поведения у несовершеннолетних .....	122

<b>СЕКЦИЯ 5. Модернизация языкового образования в высших учебных заведениях .....</b>	<b>124</b>
<i>Бутрина Л.В.</i> Проектный метод обучения на занятиях английского языка ....	124
<i>Гмир П.В.</i> Основные направления развития творчества преподавателя иностранного языка .....	126
<i>Изотова Л.А.</i> Об организации самостоятельной работы по иностранному языку .....	127
<i>Колесникович Л.И.</i> Этикет в английском языке .....	129
<i>Магер Н.У.</i> Аб выкарыстанні вучэбных дзелавых гульніў на занятках па беларускай мове .....	131
<i>Мартынович В.Г.</i> Преимущества и недостатки тестового контроля знаний ....	133
<i>Павлович Т.С.</i> Преподавание иностранного языка с учетом специфики высшего учебного заведения .....	135
<i>Пронина Н.М.</i> Об организации работы с газетными и журнальными материалами при изучении иностранного языка в неязыковом высшем учебном заведении .....	137
<i>Селюжицкая Л.Н.</i> Обучение иностранным языкам при работе с аутентичными текстами, содержащими интеркультурный компонент .....	139
<i>Семенюк Ж.П.</i> Использование компьютерных технологий в процессе обучения иностранному языку .....	141
<i>Скалчинская Н.М.</i> Аутентичность в иноязычном учебном взаимодействии ....	142
<i>Хмель О.А.</i> Современные тенденции в преподавании иностранных языков ...	145
<i>Юш Г.В.</i> Изучение иностранных языков как фактор социокультурного развития будущего специалиста .....	146