

КАТАЛОНСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
УНИВЕРСИТЕТ МОНПЕЛЬЕ I  
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ  
ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ АН РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ УПРАВЛЕНИЯ (МОСКВА)  
БАЛТИЙСКИЙ РУССКИЙ ИНСТИТУТ

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

Тезисы докладов V международной  
научно-практической конференции.  
Минск, 28-29 мая 2004 г.



**MAGIC BOOK**

ООО "Мэджик Бук"  
Минск 2004

**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).*

**Т33** **Теория** и практика менеджмента и маркетинга: Материалы V междун. науч-практ. конференции. Минск, 28-29 мая 2004 г./ Под общей редакцией д.э.н., проф. И.Л. Акулича. — Мн.: ООО «Мэджик Бук», 2004. — 326 с.

**ISBN 985-6544-49-1**

**ББК 65.050.8**

**ISBN 985-6544-49-1**

© ООО «Мэджик Бук», 2004, оформление

*Грабар Р.Н., ПВБК (Пинск)*

## **ЛОГИСТИКА КАК ИНСТРУМЕНТ ПРИНЯТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ**

Одной из задач управления является осуществление контроля тех показателей, которые наиболее полно отражают результаты использования ресурсов и капитала. Первостепенное значение при этом приобретает принятие и реализация управленческих решений, связанных с минимизацией расходов на передвижении материального потока по всем каналам распределения.

Логистическая наука выступает как дисциплина, включающая логистику, производственных процессов, транспортную логистику, информационную логистику. Логистика прежде всего работает на потребителя, стремясь максимально удовлетворить его запросы.

Логистика обеспечивает комплексный подход в осуществлении основных функций управления (планирование, организация, контроль и мотивация) и способствует принятию эффективных управленческих решений в сфере производства, материально-технического снабжения и сбыта, а также является тем инструментом, который связывает воедино процессы стратегического, тактического и оперативного управления.

Логистический подход в управлении характеризуется обеспечением взаимосвязи между движением не только потоков материалов и информации, но и соответствующим распределением финансовых ресурсов, без которых не может быть успешно решена практически низкая задача управления.

## СОДЕРЖАНИЕ

Предисловие	3
Абдулла А.	
Тнк в глобализирующейся мировой экономике	4
Авдеевко Н.М.	
Стратегический менеджмент в системе тнк	4
Авдейчик О.В.	
Моделирование конкурентоспособных изделий машиностроения	5
Агаркова Н.П.	
Регистрация договоров об использовании результатов интеллектуальной деятельности	6
Акулич И. Л., Демченко Е. В.	
Политика продвижения услуг	6
Акулич М.В.	
Формирование механизма управления маркетингом на предприятии	7
Алексеев В.Ф., Озерова В.П.	
Обеспечение конкурентоспособности товаров	8
Аленчук Е.В.	
Минимизация запасов готовой продукции	8
Андреева Т.С., Баранчук В.А., Роганова И.	
Особенности маркетинговых коммуникаций на рынке сотовой связи	9
Андрукович Н.А.	
Исследование спроса потенциальных потребителей на специфическую продукцию	10
Анисько О.Г.	
Принятие решения о выходе на внешний рынок	11
Антоненко М.Н.	
Менеджмент сельскохозяйственных предприятий	11
Антонова О.А.	
Принципы равенства избирательного права	12
Артеменко С.И.	
Совершенствование взаимоотношений льнозаводов и льносеющих хозяйств	13
Артюшевский Н.В.	
Особенности управления крестьянским фермерским хозяйством	14
Бабеня И.Г.	
Анализ финансовых результатов деятельности предприятия	15
Багиров В.А.	
Реклама как объект правового регулирования	15
Базылева М.Н.	
Маркетинговые исследования неформальных трудовых отношений	16
Банщиков И.М.	
Менеджмент и предпринимательство	17
Баранчук В.А.	
Управление абонентской базой предприятия мобильной связи	18
Бас С.В.	
E-mail как инструмент маркетинга	19

<b>Батова Н.Н.</b>	
Оценка конкурентоспособности в агропромышленном комплексе	20
<b>Белретлинова А.Н., Зубик В.Б.</b>	
Стратегическое управление маркетингом на предприятии	21
<b>Безукладова О.С.</b>	
Защита внутреннего рынка Республики Беларусь	22
<b>Белоусова Е.А.</b>	
Стимулирование сотрудников отдела продаж	23
<b>Беляцкая Т.Н.</b>	
Креативные технологии в менеджменте и маркетинге	24
<b>Беляцкий Н.П., Э Чженьюань</b>	
Особенности китайских реформ	25
<b>Библис В.К.</b>	
Маркетинг в управлении гостиничным предприятием	26
<b>Билецкая Т.Г.</b>	
Человеческий капитал в системе менеджмента	27
<b>Бинцаровский П.Т.</b>	
Факторы успеха при разработке систем управления электронным бизнесом	28
<b>Бирицкая Н.М.</b>	
Управление туризмом в Германии	29
<b>Бокша Н.В.</b>	
Управление издержками	30
<b>Бондарь А.В.</b>	
Особенности маркетинга на мировом рынке труда	30
<b>Борисенкова Ж.Е.</b>	
Эффективность труда персонала	32
<b>Боровская Е.А.</b>	
Кулинарная индустрия: Требования сегодняшнего дня	32
<b>Борсук Н. В.</b>	
Мониторинг маркетинговой деятельности предприятий	33
<b>Борушко Н.В.</b>	
Экспертное обеспечение стратегического планирования в маркетинге	34
<b>Будник О.В.</b>	
Совершенствование сбытовой политики предприятия	34
<b>Будова Е.В.</b>	
Креативный менеджмент персонала	35
<b>Бутеня В.Е.</b>	
Интеллектуальные индивидуалы и успех в бизнесе	36
<b>Бучик И.Н.</b>	
Система оперативного управления маркетинговой деятельностью предприятия	37
<b>Валаханович С.А.</b>	
Управление собственным поведением	37
<b>Валевич Р.П.</b>	
Политика развития рынка торговых услуг	38
<b>Ваикевич Е.В.</b>	
Экспресс-диагностика кризисного состояния предприятий отрасли	39

<b>Василькова Т.В.</b>	
Минимизация налогов и уклонение от налогообложения	40
<b>Верезубова Т.А.</b>	
Управление инвестиционной деятельностью страховых организаций	41
<b>Витковский Я. Я.</b>	
Новое - забытое старое	42
<b>Владыко А.В.</b>	
Управление структурой имущества и капитала организации	42
<b>Власова Г.М.</b>	
Активная упаковка как элемент маркетинга	43
<b>Волков Г.Г.</b>	
Интернет в продвижении новой продукции	43
<b>Володько Л.П.</b>	
Измерение и оценка качества банковских информационных технологий	44
<b>Володько О.В.</b>	
Оценка экономической устойчивости предприятий	45
<b>Володько С.И.</b>	
Оценка стоимости сельскохозяйственного предприятия	45
<b>Волонцевич Е.Ф.</b>	
Экономические основы оценки конкуренции	46
<b>Вольнец Н.И.</b>	
Многофункциональность товара в маркетинге	47
<b>Воронцова Т.В.</b>	
Тестирование продукции как элемент формирования ассортимента	48
<b>Ворончук И.</b>	
Перспективы развития управления персоналом	49
<b>Воскресенская Л. С.</b>	
Формирование оптимальной структуры инвестиционных ресурсов	50
<b>Высоцкий О. А., Селегов Р. С.</b>	
Реализация стратегии хозяйственной деятельности организации через оперативное управление маркетинговыми действиями	51
<b>Гаевская М. В.</b>	
Южнокорейский опыт реформирования финансово-промышленных групп	52
<b>Maija Galeniece, Andrejs Cirjevskis</b>	
How defining the most prospective and attractive industries in Latvia?	52
<b>Ганчеренок И.И.</b>	
Развитие менеджмента высшей школы	53
<b>Гейзлер П.С.</b>	
Оптимизация производственной программы лесопильного предприятия	54
<b>Гейзлер П.С., Завьялова О.В.</b>	
Аукцион как рыночная структура выбора подрядчиков и организации снабжения	55
<b>Гил Кюн Сук</b>	
Экспортная стратегия южнокорейских компаний	56
<b>Гиреева Н.В.</b>	
Проблемы диагностики работы филиалов коммерческого банка	56
<b>Глазкова О.В.</b>	
Перспективы развития электронной торговли лесными товарами	57

<b>Глинский О.Ю.</b>	
Интернет как инструмент маркетинга	58
<b>Гнятюк С.Н.</b>	
Научно-техническая продукция и особенности ее маркетинга	58
<b>Голик В. С.</b>	
Ценовые модели размещения интернет-рекламы	59
<b>Голик В. С., Строк В. М.</b>	
Реклама в поисковых системах и директориях	60
<b>Голуб М.В.</b>	
Согласование структуры производства и потребления	60
<b>Голятина Н.В.</b>	
Формирование сознания потребителя	61
<b>Гончаров В.В.</b>	
Оценка системы трудоохранного менеджмента на предприятиях	61
<b>Гоцкий Г.Г.</b>	
Методологические аспекты развития экономики	62
<b>Грабар Р.Н.</b>	
Логистика как инструмент принятия управленческих решений	63
<b>Гранова О.О.</b>	
Управление ассортиментом продукции	63
<b>Грудинская Н. А.</b>	
Социально-экономические системы как объект декомпозиционного планирования	64
<b>Гурниович Т.Е.</b>	
Развитие маркетинговой деятельности в банках Республики Беларусь	64
<b>Гурская С.П.</b>	
Формирование системы потребительского законодательства	65
<b>Гуторова И. И.</b>	
Стратегии развития региона	66
<b>Давидовская И.А.</b>	
Оценка качества электронных витрин	66
<b>Давыдова Г.А.</b>	
Экономические стимулы развития розничного товарооборота	67
<b>Данильченко А. В.</b>	
Централизация управленческих решений в материнской компании	68
<b>Дежурко Л.Ф.</b>	
Использование методологии var в современном риск-менеджменте	69
<b>Демченко Е. В.</b>	
Риск маркетинговых решений на рынке услуг	69
<b>Демьяничик А.Ф.</b>	
Лидерское поведение	70
<b>Дерябин А.О.</b>	
Управление дебиторской задолженностью предприятий	71
<b>Долинина Т.Н.</b>	
Оценка системы оплаты труда	71
<b>Долинина Т.Н., Макаренко И.В.</b>	
Анализ эффективности кадровой политики предприятия	72