

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.



ВЛАДИС ВООН

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

## **УПРАВЛЕНИЕ ИЗДЕРЖКАМИ**

Управление издержками представляет собой более сложный процесс с точки зрения организационного и методического обеспечения. Основными проблемами являются определенные трудности при диагностировании резервов и комплексного управления снижением издержек в условиях нестабильной внешней конъюнктуры. Финансовые методы, традиционно используемые в рамках отечественной практики управления издержками, не предполагают персонального, интерактивного характера воздействия, они характеризуют в основном статические состояния. Эти методы не позволяют определить структуру издержек на всех стадиях жизненного цикла продукта в условиях неустойчивого состояния рынка.

Современная теория предлагает разнообразные методы учета и управления издержками: «директ-костинг», управленческий учет, контроллинг, стратегическое управление издержками, ABC и др. Они отличаются широтой решаемых задач, глубиной проводимых исследований и исполняемых расчетов, объемом требуемой информации и эффективностью с позиций активного управления.

Применяя систему «директ - костинг» можно оперативно изучать взаимосвязи между объемом производства, издержками, выручкой, прибылью, маржинальным доходом, рассчитывать и выбирать различные комбинации цены на товар и объемов его реализации, оптимизировать ассортимент выпускаемой продукции при наличии узких мест, определять оптимальный размер партии или серии деталей (продуктов), выбирать и заменять оборудование. Недостатками являются неперсональный характер учета, невнимание к нефинансовым критериям, трудность в практической оценке резервов снижения издержек. Использование системы «директ-костинг» в отечественной практике представляется весьма продуктивным, поскольку она эффективна в условиях неполной загрузки производственных мощностей, когда относительно возрастают постоянные издержки. Эта система особенно актуальна в условиях неустойчивого состояния рынка ресурсов и рынка сбыта продукции, поскольку позволяет своевременно реагировать на изменение конъюнктуры.

## 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	12
Артюшевский Н.В.	
Особенности управления крестьянским фермерским хозяйством	14
Бабеня И.Г.	
Анализ финансовых результатов деятельности предприятия	14
Батиров В.А.	
Реклама как объект правового регулирования	15
Базылева М.Н.	
Маркетинговые исследования неформальных трудовых отношений	16
Банищиков 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
<i>Белретлинова А.Н., Зубик В.Б.</i>	
Стратегическое управление маркетингом на предприятии	21
<i>Безукладова О.С.</i>	
Защита внутреннего рынка Республики Беларусь	22
<i>Белоусова Е.А.</i>	
Стимулирование сотрудников отдела продаж	23
<i>Беляцкая Т.Н.</i>	
Креативные технологии в менеджменте и маркетинге	24
<i>Беляцкий Н.П., Э Чженьюань</i>	
Особенности китайских реформ	25
<i>Библис В.К.</i>	
Маркетинг в управлении гостиничным предприятием	26
<i>Билецкая Т.Г.</i>	
Человеческий капитал в системе менеджмента	27
<i>Бицаровский П.Т.</i>	
Факторы успеха при разработке систем управления электронным бизнесом	28
<i>Бирицкая Н.М.</i>	
Управление туризмом в Германии	29
<i>Бокша Н.В.</i>	
Управление издержками	30
<i>Бондарь А.В.</i>	
Особенности маркетинга на мировом рынке труда	30
<i>Борисенкова Ж.Е.</i>	
Эффективность труда персонала	32
<i>Боровская Е.А.</i>	
Кулинарная индустрия: Требования сегодняшнего дня	32
<i>Борсук Н. В.</i>	
Мониторинг маркетинговой деятельности предприятий	33
<i>Борушко Н.В.</i>	
Экспертное обеспечение стратегического планирования в маркетинге	34
<i>Будник О.В.</i>	
Совершенствование сбытовой политики предприятия	34
<i>Будова Е.В.</i>	
Креативный менеджмент персонала	35
<i>Бутеня В.Е.</i>	
Интеллектуальные индивидуалы и успех в бизнесе	36
<i>Бучик И.Н.</i>	
Система оперативного управления маркетинговой деятельностью предприятия	37
<i>Валаханович С.А.</i>	
Управление собственным поведением	37
<i>Валевич Р.П.</i>	
Политика развития рынка торговых услуг	38
<i>Ванкевич Е.В.</i>	
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>Волынец Н.И.</b>	
Многofункциональность 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

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

Домашнева Е.А.	
Контроллинг на предприятии	73
Дорох Е.Г.	
Совершенствование кредитования жилищного строительства	73
Дробышевская Т.В.	
Формирование комплекса маркетинга производственной деятельности	74
Дробышевский А.Г.	
Взаимодействие рекламодателя и рекламного агентства	75
Дробышевский Л.Н.	
Промышленный маркетинг и возможности его использования	75
Дрозд Н.А.	
Порядок признания и исполнения иностранных судебных решений	76
Дроздов Д.Н.	
Совершенствование организации маркетинга на предприятии	77
Дроздова С.Н.	
Формирование стратегии конкурентных преимуществ	78
Дропки А.М.	
Защита маркетинговой информационной системы предприятия	78
Дубкова Е. В.	
Маркетинг в предпринимательской деятельности	79
Дудко Д.М.	
Компенсационная система мотивации персонала в организации	80
Дунько Э.М., Сосновский О.А.	
Системный подход к управлению вузом	80
Дятлова Е.Л.	
Управление таможенными органами	82
Егунов Д.И.	
Организационно-правовые формы создания предприятия	83
Ежель О.В.	
Повышение эффективности торгового менеджмента	83
Енчик Л.Т.	
Основы формирования рынка продовольствия	84
Еремеева И.А.	
Регулирование международного рынка ссудных капиталов	84
Еременко М.М.	
Право собственности на землю как фактор привлечения инвестиций в свободные экономические зоны	85
Ермалович Л.П., Зубик В.Б.	
Социальная политика и человек в организации	85
Ерофеева О.И.	
Политика оплаты труда работников	86
Ерчак А. И.	
Особенности ценовой политики в торговле	87
Ефимова Н.А.	
Особенности расчета показателя загрузки номерного фонда гостиницы	87
Жабенок И.В.	
Микроэкономические результаты приватизации предприятий польши	88