

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

## **ЧЕЛОВЕК И ЭКОНОМИКА**

Работа с потребителем - анализ, прогноз, а по сути, управление его поведением,- повседневная составляющая профессиональной деятельности каждого специалиста, занятого в сфере экономики,- продавца, торгового агента, менеджера по маркетингу и маркетинг-директора, вице-президента по маркетингу. С развитием рыночных отношений и усилением конкуренции в Беларуси работа с потребителем становится все более актуальной для каждого участника рыночных отношений, прямо или опосредованно выносящего свой продукт на суд потребителя. При переходе к рыночной модели экономики без внимания остался один из не менее важных вопросов о готовности человека к принятию системы ценностей и социальных ориентиров, адекватных реалиям нового времени. С одной стороны, произошло полное отрицание тех принципов и идеалов, которые на протяжении многих десятилетий влияли на формирование жизненной позиции человека. С другой стороны, новая система ценностей, которая будет обладать хотя бы равным по силе и степени воздействия на экономическое поведение человека, находится на начальных этапах формирования. Для нормального функционирования рыночной экономики важны не только эффективные реформы, но и коренное изменение экономического мышления человека. В силу устойчивости системы ценностных

ориентаций, сложившихся на протяжении многих лет, люди не готовы к новым видам труда, к территориальным перемещениям.

Становится необходимым не только наличие индивидуальной системы саморегуляции поведения человека, но и корреляция экономического поведения, осуществляемой со стороны управленческих структур, социальных служб в целях его активизации. Представляется важным изучить теоретический аспект формирования экономического поведения человека, его специфику в условиях становления рыночной экономики и определить основные направления анализа, суть которых выражена в следующих положениях: во-первых, экономическое поведение следует рассматривать как определенную форму социального поведения; во-вторых, необходимо учитывать, что в качестве субъекта экономической политики может быть как отдельный человек, так и хозяйственная организация, институты; в-третьих, в изучении предпосылок, лежащих в основе формирования экономического поведения человека, необходимо учитывать как социокультурные, так и экономические факторы.

## 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.И.	
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
Анисьяко 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
Багиров В.А.	
Реклама как объект правового регулирования	14
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>Бедретдинова 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>Бицаровский 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 трудового 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>Грудинцкая Н. А.</b>	
Социально-экономические системы как объект декомпозиционного планирования	64
<b>Гуринович 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 <i>vac</i> 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



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

<b>Жегульский Е.В.</b>	
Конкурентоспособность белорусских товаров на российском рынке	89
<b>Железко Б.А.</b>	
Готовность бизнеса к интеллектуальной сетевой экономике	89
<b>Жук В.И.</b>	
Человек и экономика	90
<b>Заева И.П.</b>	
Совершенствование таможенной политики в Республике Беларусь	91
<b>Зязерская В.В.</b>	
Применение маркетинговых управленческих стратегий в жилищном хозяйстве	92
<b>Заико В.В.</b>	
Нововведения как объект инновационного менеджмента	92
<b>Зайцева М.А.</b>	
Развитие страхового маркетинга	93
<b>Зезелюк Е.Н.</b>	
Концептуальная модель управления предприятием	93
<b>Зеленая Н.А., Тарасенко Ю.В.</b>	
Организация маркетинговой деятельности на предприятии	93
<b>Зеньков В.С., Шевченко Л.И.</b>	
О научности теории маркетинга	94
<b>Зорина Т.Г.</b>	
Теоретические основы использования стратегического подхода к сегментации рынка	95
<b>Зубик В.Б., Строк В.М.</b>	
Розничная торговля в сети Интернет	96
<b>Зубик Д.В.</b>	
Политика инноваций в Чешской Республике	96
<b>Зубрицкая Г.С.</b>	
Система маркетинговых мероприятий на железнодорожном транспорте	97
<b>Иванова И.А.</b>	
Повышение конкурентоспособности продукции	98
<b>Иванова О.С.</b>	
Интернет-коммуникации в банковском маркетинге	99
<b>Ивановский В.В.</b>	
Совершенствование управления персоналом	100
<b>Иванчикова Е.Н.</b>	
Анализ конъюнктуры рынка	100
<b>Ивашевич И.Ф.</b>	
Культура как фактор влияния на поведение потребителей	100
<b>Идельчик Е.А.</b>	
Особенности управления персоналом на предприятиях Республики Беларусь	101
<b>Ильин Н.М.</b>	
Анализ ассортимента товаров в системе его управления	102
<b>Ильич С.Н.</b>	
Международный рынок ценных бумаг	102
<b>Кабаева Г.Л.</b>	
Комплекс маркетинга и его формирование	103