

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

Чернорук С.В., ПВБКНБРБ (Пинск)

ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ МЕНЕДЖМЕНТА

Тема экологического менеджмента в настоящее время является одной из важнейших для многих стран. Известно, что достаточно сложно одновременно сохранять темпы экономического роста и минимизировать негативные последствия антропогенного воздействия на природу. Возникают проблемы учета влияния воздействия на состояние окружающей среды субъектов малого бизнеса в рамках концепции устойчивого развития. В то время как крупные предприятия в Республики Беларусь уже начинают сообщать в

своих отчетах о проводимых экологических акциях и разработке систем экологического менеджмента, малые и средние предприятия не уделяют этому должного внимания.

Субъекты малого бизнеса располагают небольшими финансовыми средствами и объемами производства и, следовательно, могут проводить мероприятия, требующие небольших затрат. Экологическую ориентацию они осуществляют лишь небольшим количеством продукции или услуги. Процессы согласования, организации и управления происходят не так, как на государственных предприятиях. Часто владелец фирмы сам выполняет большинство функций или они осуществляются небольшим числом работающих. Кроме того, субъекты малого бизнеса не так часто обращаются к общественности и реагируют на нее невнимательно или с опозданием.

Анализ методов управления природоохранной деятельностью целесообразно проводить с использованием системного подхода, дающего возможность с помощью исследования взаимодействия производства, населения и окружающей среды определить условия, которые могли бы направить развитие производства и экономическую стабилизацию в русле учета экологических требований. Следует учитывать настоящее состояние производства, ожидаемую динамику загрязнения и в сфере производства и в сфере потребления при предполагаемом экономическом росте.

Необходим процесс общего планирования, охватывающий все фазы создания продукта как внутри, так и за пределами предприятия. Не следует при экологической ориентации ограничиваться отдельными фазами жизненного цикла продукта, например, только потреблением: необходимо исходить из общей ответственности, распространяющейся на все жизненные стадии товара.

Если экологические мероприятия будут носить единичный характер, то сохранится огромная пропасть между экологическим знанием, экологическим сознанием и экологическим поведением. Однако если экологическое сознание потребителей будет укореняться, одновременно будут происходить экономические перемены; производители, не занимающиеся экологическим менеджментом, ощутят дискомфорт и будут вынуждены под влиянием партнеров на рынке обратиться к экологическим нововведениям.

Деятельность в области экологического менеджмента способна привести к существенному эффекту за счет экономии и сбережения сырья, материалов, энергетических ресурсов, уменьшения экологических платежей и штрафных санкций. Достижение компромисса между субъектами малого бизнеса, населением и окружающей средой позволит достичь устойчивого развития Беларуси. Разумное природопользование, позволяющее удовлетворить жизненные потребности в сочетании с воспроизводством окружающей среды, один из приоритетов человеческой деятельности в XXI веке.

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., Ротанова И.	
Особенности маркетинговых коммуникаций на рынке сотовой связи	9
Андруковис 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

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

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

Глинский О.Ю.	
Интернет как инструмент маркетинга	58
Гнятюк 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
Грабар Р.Н.	
Логистика как инструмент принятия управленческих решений	63
Гранова О.О.	
Управление ассортиментом продукции	63
Грудицкая Н. А.	
Социально-экономические системы как объект декомпозиционного планирования	64
Гуринович Т.Е.	
Развитие маркетинговой деятельности в банках Республики Беларусь	64
Гурская С.П.	
Формирование системы погребительского законодательства	65
Гуторова И. 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>vaq</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
Долинина Т.Н.	
Оценка системы оплаты труда	71
Долинина 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
Дронин 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
Ёнчик 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.Н.	
Политика оплаты труда работников	86
Ерчак А. И.	
Особенности ценовой политики в торговле	87
Ефимова И.А.	
Особенности расчета показателя загрузки номерного фонда гостиницы	87
Жабенок И.В.	
Микроэкономические результаты приватизации предприятий польши	88

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

Кабушко А.М. Повышение конкурентоспособности продукции	104
Казушич А.А. Концепция маркетинга	104
Калинин Д.С. Тенденции организации международного бизнеса	105
Калинушкин А.В. Универмаг как эффективная торговая организация	105
Кандаурова Г.А. Повышение конкурентоспособности продукции	106
Kants Kalev Каналы распределения и их развитие на латвийском рынке	106
Капорцева О.Н. Инновации как важнейший фактор повышения конкурентоспособности продукции	107
Каунова Н.Л. Прогнозирование спроса на рынке потребительских товаров	108
Качук Д. В. Малый бизнес и его влияние на развитие национальной экономики	109
Кашанская И.П. Стабилизация отрасли картофелеводства в Республике Беларусь	110
Кашникова И.В., Юферева О.Д. Математический аппарат выбора конкурентной стратегии	110
Каштелян Т.В. Маркетинговое планирование на предприятиях лесопромышленного комплекса Беларуси	111
Квасникова В.В. Специфика реструктуризации предприятия	112
Кевра Г.И. Исследование конкурентоспособности аграрного сектора экономики	112
Кизим А.С. Бюджетное финансирование с учетом права собственности	113
Кийко Ю.И. Управление приватизированным имуществом	113
Киреева Е.Ф. Управление налогообложением	114
Кит П.П. Типологический подход к формированию межфирменных стратегических альянсов	115
Климов С.В., Климова Е.С. Институционализация маркетинговой деятельности	115
Климович Л.К. Определение сущности и места сферы услуг	116
Климчак А.А. Маркетинг в сфере культуры	116
Климченко Л.С. Оценка стоимости рекламных мероприятий в Интернете	117

Кобцева Г.П. Конкурентоспособность предприятий	118
Ковалев М.Н. Моделирование микросреды предприятия	118
Ковалева О.Л. Использование сур анализа для решения маркетинговых задач	119
Ковшевич О.Г. Формы и стратегии деятельности банка на внешнем рынке	119
Ковширко Н.М. Управление народонаселением региона	119
Козакевич Н.Ф. Стратегия и тактика реформирования сельского хозяйства	120
Козлова Л.Г. Оценка конкурентоспособности предприятия	120
Козыревская Л.А. Членство как элемент гражданско-правового статуса юридического лица	121
Колеснёва Е.П., Курс Т.М. Применение авс-анализа при оценке производственной программы предприятия	122
Колесников А.А., Максименко Н.В. Экспорт потребительской кооперации	122
Колодкин В.В. Концепция развития муниципального жилого фонда	123
Коляда Е.В., Смольская А.О. Повышение уровня конкурентоспособности продуктов	124
Комеяда А.И. Совершенствование методики анализа финансового состояния предприятия	124
Кондряченко С.А. Регулирование рынка продовольствия	125
Коновалов В.М. Возможности рынка образовательных услуг	125
Кончик А.И. Маркетинговая деятельность на мясоперерабатывающем предприятии	126
Корженевская Г.М. Обеспечение конкурентоспособности страхового товара	126
Корнеев И.В. Маркетинговые исследования рынка научных кадров	127
Королев Д.Г. Оценка оптимальности финансовых планов	127
Короленок Г.А., Яровая Н.П. Формирование инфраструктуры внешней торговли	128
Король В.Н. Маркетинговая информационная система предприятия	129
Косоковская Н.В. Почвенно-лесотипологический подход в управлении лесным хозяйством	129
Костышина Т.А. Трансформация оплаты труда	130

Костюкова С.Н. Сущность контроллинга	131
Котковская С.И. Организация службы маркетинга на предприятии	131
Котов Г.К. Герасенко В.П. Региональная инфраструктура в развитии конкурентоспособности товара	132
Кохно Н.П., Бобрович В.А. Технологии управления технологиями	132
Краснов Ю.Е. Использование банковских карт и электронных денег	133
Крылова Е.Г. Содержание и структура системы элементов фирменного стиля	134
Кузнецова Н.А. Управление финансовыми ресурсами здравоохранения	135
Кузнецова Т.В. Роль и значение логистики	136
Кулага И.В. Концепция стратегического управления предприятием	136
Куриленко В.В. Развитие персонала организации	137
Куриленок К.Л. Последствия вступления Беларуси в вто	137
Кучинская Н.Ф. Бюджетирование как инструмент управления финансовыми потоками предприятия	138
Лабзо Е.С. Диагностика маркетинговой деятельности торговой организации	139
Лаврентьева В.М. Повышение конкурентоспособности белорусских предприятий	139
Лаврова Е.В. Использование системы сбалансированных показателей менеджментом белорусских предприятий	140
Левкина В.О. Управление предприятиями агропромышленного комплекса	141
Левкович А.П. Потенциал режима фиксированного валютного курса в обеспечении конкурентоспособности экспорта	142
Левченко Т.В. Информационный аспект управления хозяйственными связями торгового предприятия	143
Лиманский А.Н. Модели дерева целей и идеального предпринимательства на рынке консалтинга в Латвии	144
Лисичёнок Е.П. Методические основы формирования интеллектуального капитала региона	145

Лисовский М.В.	
Мерчендайзинг как инструмент маркетинга	146
Лихачева Н.	
Основные направления развития рынка сахара в Республике Беларусь	146
Лихтар А.А.	
Сбытовая деятельность предприятий агропромышленного комплекса	147
Лобач А.В.	
Развитие рынка ценных бумаг в Республике Беларусь	148
Montserrat Font Vilalta	
Las transacciones economicas de la empresa con el exterior en el marco de la libre circulacion de capitales de la union europea. El caso espanol.	149
Лукашевич В.К.	
Ментальные факторы формирования миссии предприятия	151
Лукьянова И.А.	
Вовлечение объектов интеллектуальной собственности в коммерческую деятельность предприятий	152
Любецкая Н. В.	
Мерчендайзинг и выгоды от его использования	153
Любецкий П. Б.	
Товарная политика перерабатывающих предприятий	154
Маевская А.В.	
Управление карьерой	155
Мазоль С.И.	
Слияния и поглощения на мировом рынке капитала	156
Макарова Н.Н.	
Оценка факторов внешней среды	157
Малашко А.П.	
Ответственность банков при проведении безналичных расчетов	157
Мальцев В.А.	
Устранение барьеров бюрократического характера в менеджменте предприятия	158
Маруга В.А.	
Андеррайтерская деятельность страховых компаний	158
Марчук С.И.	
Содержание договора поручительства, заключаемого с кредитными учреждениями	159
Марьин Ю.И., Рудаковская Л.В.	
Конкурентоспособность пылесосов	160
Матвеев Д.Г.	
Модель оценки предпринимательских рисков	161
Микулич И.М.	
Управление структурой капитала	161
Милашевич Е.А.	
Унификация налоговых систем Республики Беларусь и Российской Федерации	162
Милюк Е. А.	
Системный подход к управлению розничным товарооборотом	163
Мирончик А.Ф.	
Повышение конкурентоспособности продукции предприятий мясоперерабатывающей отрасли	164

Михарева В.А.	
Стратегическое планирование в маркетинге	165
Мозгович А.Г.	
Роль маркетинга в развитии социальноориентированной рыночной экономики	166
Морозевич О.А.	
Реорганизация банковских бизнес-процессов	167
Морозова Н.А.	
Особенности группового преобразующего лидерства	168
Мушинский Н.И.	
Теория постмодерна и перспективы менеджмента национальной экономики	169
Мычкова И.К.	
Демографический менеджмент региона	170
Наркевич Л. В.	
Оценка эффективности маркетинговой службы предприятия	170
Науменко Е. П.	
Информационное обеспечение субъектов потребительского рынка	171
Невская Е.В.	
Неопределенность в финансовом менеджменте	171
Немогай Н.В.	
Учебно-методический комплекс по маркетингу	172
Несмелов Н.М., Жикнна Г.В., Войтехович А.А.	
Характеристики, определяющие конкурентоспособность кожаной обуви	173
Нестерович Н.В., Халаимова С.В., Семенов Б.Д.,	
Система управления банковскими рисками	174
Нехрист О.А.	
Повышение уровня адаптивности предприятий металлургической отрасли Республики Беларусь	175
Николаева Н. Г.	
Сущность понятия «инновация»	175
Озерова В.П.	
Решение задач стратегического планирования	176
Озолина Н.	
Базы данных и принятие решений в маркетинге	176
Окунь С. Л.	
Сегментация покупателей-организаций	177
Олевский Г. М.	
Повышение конкурентоспособности товаров как фактор экономического роста	178
Оршенков А.А.	
Международные маркетинговые исследования	179
Орловска А.	
Криминальные аспекты теневой экономики	180
Островский А.Г.	
Когнитивный процесс в управлении	182
Павловская С.В.	
Матричные методы анализа торговых отношений Беларуси и Финляндии	183
Панков Д.А., Репкин С.Б.	
Проблемы экономики спорта	184

Панкрутская Л. И.	
Формирование системы экологического менеджмента на предприятии	186
Парицкая Т.И.	
Стимулирование высокоэффективного труда	187
Пароля О.Б.	
Качество управления и качество продукции	187
Пашкевич О.А.	
Менеджмент персонала в сельском хозяйстве	188
Пашковская Л.В.	
Проблемы учета формирования и движения акционерного капитала	189
Пекарчик А.А.	
Маркетинг санаторно-курортных услуг	191
Петреева С.В.	
Оценка эффективности библиотечной рекламы	192
Петровская Л.М., Данильченко А.В.	
Дифференциация факторов определения стратегий деловой активности	193
Петроченков Д.В.	
Правовая сущность предприятия	194
Печень В.С.	
Экономическая эффективность рекламы	194
Пилютик А.А.	
Обеспечение безопасности платежных Интернет-систем	195
Плевако Л.И.	
Инвестиционная политика региона	195
Плешкун А.М.	
Вклады населения как источник банковских ресурсов	196
Помаз И.В.	
Развитие информационного обеспечения деятельности предприятий	198
Попков М.В.	
Применение «закона парето» в торговле	198
Праневич А.А.	
Факторы конкурентоспособности	199
Прилуцкая Н.А.	
Инвестиционный промоутинг как механизм привлечения прямых иностранных инвестиций в Республику Беларусь	200
Прищепа Л.И.	
Маркетинг конверсионной продукции	201
Прокопчик Т. К., Яшин К. Д.	
Биржа энергозачетов	202
Протасеня В.С.	
Реализация концепции маркетинга на этапе структурных реформ в промышленности	203
Прохорчик О.К.	
Методы определения стоимости интеллектуальной собственности	204
Прыгун И.В.	
Структура товарных рынков	205
Пугачева О.В.	
Сегментация рынка научно-технической продукции	206

Пузанкевич О.А.	
Финансовый контроллинг как метод управления деятельностью предприятий	206
Пьянков А.В.	
Маркетинг как инструмент реализации государственной политики Республики Беларусь	207
Разикова Ю. В.	
Приоритетные направления развития железнодорожного транспорта Республики Беларусь	207
Расацкий О. Г.	
Системы комплексных продаж в страховании	208
Рейнгольд В.	
Влияние маркетинговой политики на рост ипотечного кредитования	209
Рехтин В.А.	
Перспективы формирования цен на нефть на мировом рынке	210
Reshin Eduard	
Strategy of development and its key components	210
Решина Г.	
Менеджмент в системе здравоохранения Латвийской Республики	211
Родич М. Б.	
Маркетинговый анализ факторов макросреды предприятия	212
Розина Т.М.	
Маркетинг недвижимости	213
Рощина Е.В.	
Конкурентоспособность нативных крахмалов как сырья для продуктов экструзии	214
Рудак К.	
Психологические аспекты функционирования кадровых служб	215
Рудницкая Н. М.	
Информационное обеспечение процессов диагностики и управления хозяйственной деятельностью предприятий	215
Рудницкий Д.Б.	
Организация системы управления маркетингом на промышленном предприятии	216
Русак А. Е.	
Использование пектина для повышения конкурентоспособности продуктов питания	218
Русских Л.В.	
Социально-этическая концепция маркетинга в лесном хозяйстве	218
Рябова Е.В.	
Особенности договора доверительного управления имуществом	220
Савицкая Т.Б., Бабеня И.Г.	
Управление финансами предприятия в кризисной ситуации	220
Савчук Т.К.	
Управление рыночными рисками в коммерческом банке	221
Сакович В.С.	
Развитие системы маркетинга в агропромышленном комплексе Республики Беларусь	222
Салата Н.К.	
Бюджетирование в системе общего менеджмента на предприятии	222

Самойленко Ю.Г. Реструктуризация системы управления	223
Самойлов М.В. Особенности маркетинговых исследований при разработке новых товаров и технологий	224
Самсоненко Ж.А. Факторы международной конкурентоспособности университетов	225
Сандомирский Г.П. Продовольственный маркетинг и его особенности	225
Сандомирский Г.Н., Глазкова О.В. Развитие рынка продовольственных товаров	226
Санько Г.Г. Конкурентная среда как элемент функциональной экономической системы	227
Сверлов А.С. Выход предприятий электронной промышленности на новые мировые рынки сбыта продукции	228
Свирейко Н.Е. Оценка конкурентоспособности масложировых продуктов	229
Севрюкова К.Н. Политика государства в области управления внешним долгом	229
Сербул И.Т. Логистика в распределении продукции предприятий	231
Сергеева Т.М. Маркетинг в развитии туризма	231
Середа Т.Н. Механизм ценообразования	232
Серченя Т.И. Тенденции развития производственного менеджмента	232
Серякова Л.А. Управление затратами	233
Сидорова А.В. Какие налоги эффективнее?	234
Сидунова Г.В. Совершенствование системы реализации зерна	235
Сильченкова С.В. Развитие рынка трикотажных и чулочно-носочных изделий	236
Ситман Е.А. Выставки как инструмент маркетинга книгоиздательской деятельности	236
Скриба Н.Н. Управление факторами системных рисков в торговом бизнесе	237
Скриба С.И. Бюджетирование как эффективный механизм управления предприятием	238
Славников Д.В. Использование директ-костинга и стандарт-костинга как инструментов оперативного контроллинга	239
Смоленская Е.И. Критерии финансового состояния	240

Смольская А.О., Коляда Е.В.	
Совершенствование ассортимента хлебопродуктов	241
Сорокина Т.В.	
Бюджетный менеджмент	242
Сплошнов С.В.	
Миссия банка 243	
Стасюкевич С.В.	
Network маркетинг	244
Степаненко Д.А.	
Позиционирование заготовительной деятельности	245
Степаненко Д.М.	
Инновационная политика государства	245
Steffen Lange	
Kennen sie den wert ihrer kunden?	246
Стецко И.П.	
Интеграционные образования в мировой экономике	248
Стражев А.В.	
Учетно-аналитический механизм в системе экономического управления	249
Стрельченко В.	
Внедрение сgm-технологий в информационные системы фирмы	250
Стрельченко В.	
Сущность электронной коммерции	251
Строк В.М.	
Барьеры и ловушки в электронной коммерции	251
Субботенко А.И.	
Белорусский рынок сахара и проблемы его развития	252
Суконина Ф.Б.	
Упаковка как элемент маркетинга	254
Суркова О.Н., Хацкевич И.К., Иванцов В.И., Жикина Г.В.	
Защита прав потребителей как фактор обеспечения конкурентоспособности товаров	254
Сучкова И.А.	
Модели маркетинга услуг	255
Сыч Д.И.	
Формирование прибыли и финансовый менеджмент	255
Таранова Т.С.	
Арбитражное и пророгационное соглашения	256
Тесленок О.И.	
Экологизация производства	257
Титовицкая А.Э.	
Привлечение инвестиций финансовым менеджером	258
Тихоненко Т.П.	
Управление репутацией организации	260
Ткачев М.Н.	
Использование многофакторной модели отношений при планировании маркетинговых коммуникаций	261
Третьяков В.П., Редько В.Н.	
Маркетинг в сфере агробизнеса	261

Тришин Д.В. Конкурентные стратегии в малом бизнесе	262
Трояновская Г.В. Теневая экономическая деятельность в торговле	263
Трунина Н.В. Рынок наружной рекламы в Республике Беларусь	264
Тюрин И.И. Издержки как критерий оценки эффективности	265
Уриш И.В. Квотирование льняной продукции Республики Беларусь	265
Усик А.В. Развитие систем управления на реформируемых предприятиях	266
Устименко О. В. Оптимизация товарной политики предприятия	267
Филиппович Е.С. Система факторов, определяющих налоговый потенциал	268
Флерко С. Л. Обеспечение конкурентоспособности	268
Хамнищевич Г. В. Влияние прямых иностранных инвестиций на развитие экономик стран центральной и восточной Европы	270
Харкевич А. М. Совершенствование системы сбыта	270
Хартман Е.А. Стратегии интегральных модулей в товарной стандартизации предприятия	271
Хатько А. Ю. Организационные основы реализации маркетинга	272
Хотина С.К. Страхование финансовых рисков	272
Храмцова Ю. М. Унифицированное коллизивно-правовое регулирование отношений собственности	273
Целикова Л.В. Обеспечение конкурентоспособности обуви	274
Циунчик О.В., Шкугаль О.В. Проблемы в производстве и реализации белорусской косметики	275
Цыганков А. А. Формирование ценовой политики предприятия	275
Червинский В. Л., Червинская А.И. Теория и практика энергетического менеджмента	276
Червякова Т.А. Понятие и классификация таможенных льгот	277
Черненко О.Г. Анализ рынка продукции легкой промышленности	278
Комарица Т.Н., Черненко О.Г. Анализ использования маркировки предприятиями, производящими кондитерские изделия	279

Чернигина Е. Н.	
Развитие систем управления качеством продукции	280
Арефьева Е., Черник Н.	
Совершенствование коммуникационной политики	280
Бурлакова Е., Черник Н.	
Значение брэдинга для ОАО «Керамин»	281
Гайдук О., Черник Н.Ю.	
Совершенствование системы сервисного обслуживания программных продуктов (на примере «Главбух-инфо»)	281
Черник Н.Ю., Жилинская О.	
Особенности брэдинга на рынке алкогольных напитков	282
Черник Н.Ю., Забаронок А.В.	
Особенности брэдинга в кондитерской отрасли	284
Чернорук С.С.	
Экологическая составляющая менеджмента	284
Черноштан Ж.	
Учет доходов частных вузов Латвии	285
Шавлюк А.Е.	
Доходы и расходы в системе финансового менеджмента	286
Шаврук И.В.	
Управление привлечением иностранных инвестиций в специальных экономических зонах КНР	287
Шаврук С. В.	
Стратегические альянсы знаний в области информационных технологий	289
Шади аль-Сараирех	
Интернет-маркетинг: поиск клиентов и партнеров	290
Шевченко О.В.	
Организация аутсорсинга в системе корпоративного управления	291
Шейнов В.П.	
Скрытое управление в маркетинговых коммуникациях	291
Шеробурко Е.Н.	
Оценка конкурентоспособности предприятия	292
Шидловский А.И.	
Развитие каналов распределения фармацевтической продукции	293
Шимановский С.А.	
Управление недвижимостью	294
Шиманская А.С.	
Аналитико-управленческие возможности инструмента суммы покрытия	294
Шиманский Д.Б.	
Инновационный процесс на предприятии	295
Шингирей С.А.	
Использование контроллинга в управлении современным предприятием	296
Шкирич А.Г.	
Управление коммерческим банком	297
Шмарловская Г.А.	
Финансовая обеспеченность и сбалансированность государственных и местных бюджетов	297