

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

<b>Батова Н.Н.</b>	
Оценка конкурентоспособности в агропромышленном комплексе	20
<i>Белредлинова А.Н., Зубик В.Б.</i>	
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>Бяницаровский 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>Везубова 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>	
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., Семенов 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>Гирсева 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>Грудицкая 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>vaq</i> в современном риск-менеджменте	69
<b>Демченко Е. В.</b>	
Риск маркетинговых решений на рынке услуг	69
<b>Демьяничук 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>Дунько 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 И.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>Запаерская В.В.</b>	
Применение маркетинговых управленческих стратегий в жилищном хозяйстве	92
<b>Занко 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>Зубяк 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

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

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

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

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

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

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



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

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

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

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

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