

Белорусский государственный экономический университет

Темпус Тасис JEP № 10.266-96

“Организация экономики,  
предпринимательские инновации и университет”

Министерство экономики Республики Беларусь

Институт экономики Национальной академии наук  
Республики Беларусь

Белорусская научно-промышленная ассоциация

## **ПРОБЛЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА НА РУБЕЖЕ ТРЕТЬЕГО ТЫСЯЧЕЛЕТИЯ**

Тезисы докладов  
Международной научно-практической конференции

Минск, 24—25 мая 1999 г.

Секции 2, 3

УДК 658  
ББК 65.050.8  
П781

**Редакционная коллегия:**

Ответственный редактор *Н.Е. Заяц*, д-р экон. наук  
*И.Л. Акулич*, д-р экон. наук  
*Н.П. Беляцкий*, д-р экон. наук  
*В.С. Зеньков*, канд. техн. наук  
*Н.В. Попок*, канд. фил. наук  
*Л.А. Чеснокова*

П781 Проблемы менеджмента и маркетинга на рубеже третьего тысячелетия: Тезисы докл. Междунар. науч.-практ. конф. Минск, 24—25 мая 1999 г. — Мн.: БГЭУ, 1999. — 184 с.

УДК 658  
ББК 65.050.8

© Белорусский государственный  
экономический университет, 1999

**В.Ю. Друк**  
Гомельский кооперативный институт

## **ЭКСПОРТНАЯ СТРАТЕГИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Развитие экспортного производства способствует увеличению общего объема выпуска продукции в отрасли и росту занятости, пополнению валютных резервов государства, улучшению использования естественных богатств, всех факторов производства, которыми располагает страна и ее субъекты хозяйствования. Таким образом, наращивание экспорта является одним из факторов, способствующих стабилизации внутреннего рынка, что особенно значимо для стран с экономикой переходного типа.

Целенаправленное развитие экспорта является одной из приоритетных задач социально-экономического развития Республики Беларусь. Ее решение требует проведения продуманной экспортной политики как на уровне государства, так и на уровне отдельных предприятий.

Актуальность разработки долгосрочной программы развития экспорта обусловлена необходимостью объединить все имеющиеся в регионе экспортные ресурсы, согласовать экономические интересы участников внешнеэкономических отношений с интересами государства, устранить так называемую “немотивированную” конкуренцию между отечественными производителями на внешнем рынке.

Разработка экспортной программы включает следующие этапы:

1. Определение целей внешнеэкономической деятельности предприятия. В современных условиях наиболее актуальными задачами являются сокращение необоснованного импорта и рационализация его структуры, обеспечение функционирования предприятий на принципах валютной самокупаемости путем расширения объема и оптимизации структуры экспорта, повышения его рентабельности.

2. Оценка собственного экспортного потенциала. Этот этап предполагает анализ тенденций развития отрасли, изучение производственных возможностей предприятия с учетом требований и емкости потенциальных иностранных рынков сбыта. Под экспортным потенциалом предприятия следует понимать в данном случае совокупность товаров, отвечающих требованиям международных стандартов, в том числе включая и те товары, которые по тем или иным причинам на экспорт не отгружаются.

3. Отбор наиболее привлекательных рынков сбыта. На этом этапе осуществляется детальный анализ предполагаемых рынков сбыта с учетом существующих входных барьеров (торговый режим, уровень конкуренции, культурные различия и т.п.) и их емкости. Емкость потенциального иностранного рынка сбыта оценивается с помощью коэффициента импортоемкости, который рассчитывается как отношение объема импорта конкретного товара в данную страну к объему его внутреннего производства.

4. Формирование экспортной стратегии. Этот этап предусматривает определение структуры экспортного ассортимента товаров, разработку методов воздействия на потенциальных покупателей и потребителей, выбор способа выхода на рынок, корректировку финансовых и производственных планов предприятия.

5. Разработка перечня мероприятий по реализации экспортной стратегии с обязательным определением сроков и ответственных исполнителей.

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>Секция 2. ОПЫТ И ПРОБЛЕМЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МАРКЕТИНГА.....</b>	<b>3</b>
<i>Аниськова О.Г.</i> Взаимосвязь стратегии маркетинга и стратегии коммерческой деятельности торгового предприятия.....	3
<i>Анохина Н.Н.</i> Оценка эффективности управления маркетингом.....	3
<i>Андреева Е.А.</i> Маркетинговое исследование рынка овощей в Республике Беларусь.....	5
<i>Ашурко Т.И.</i> Организация маркетинговых исследований.....	6
<i>Бабанский А.В., Зубик В.Б.</i> Маркетинг тотального качества.....	7
<i>Баско Д.В.</i> Товародвижение в системе маркетинга.....	8
<i>Белокопытова Н.Г.</i> Становление маркетинга в России: опыт, проблемы, тенденции.....	9
<i>Белаш Т.Л.</i> Использование маркетинга в коммерческих банках Республики Беларусь.....	10
<i>Беляякая Т.Н.</i> Инструменты предотвращения риска неплатежей.....	11
<i>Бобочик А.П.</i> Маркетинговой подход к управлению ассортиментом товаров.....	13
<i>Богданова Л.Н.</i> Реклама и ее результативность.....	14
<i>Бонцевич Н.В., Сенько И.В.</i> Развитие маркетинга в банковской сфере.....	15
<i>Булавко И.Ю.</i> Совершенствование управления малыми предприятиями.....	16
<i>Буракова Ю.П.</i> Формирование конкурентных преимуществ в условиях развития рыночных отношений.....	17
<i>Быченко О.Г., Самбук Г.П.</i> Маркетинговые исследования на железнодорожном транспорте.....	18
<i>Велеско Е.И., Неправский А.А.</i> Моделирование выбора маркетинговой стратегии предприятия на основе теории игр и нечетких множеств.....	19
<i>Веремева И.А., Комарова С.Л.</i> Обеспечение потребительской значимости товара.....	21
<i>Врублевский Б.И., Дюбанова Л.В.</i> Проблемы маркетинга и менеджмента при реструктуризации крупных предприятий.....	22
<i>Гейзлер П.С., Синяк Н.Г.</i> Управление товарным ассортиментом мебельного предприятия.....	23
<i>Герасимчук В.Г.</i> Методологические основы развития маркетинга.....	24
<i>Гиль М.О., Лизакова Р.А.</i> Инновационность как одна из основных черт современного маркетинга.....	25
<i>Глазкова С.И.</i> Специфика реализации маркетинга в строительной отрасли.....	26
<i>Гринцевич Л.В.</i> Совершенствование ценообразования на различных этапах жизненного цикла товара.....	28
<i>Гоцкая П.Г.</i> Развитие маркетинга в Республике Беларусь: практические аспекты.....	30
<i>Гришко Н.И.</i> Маркетинг персонала.....	31
<i>Губанова Е.В.</i> Маркетинговые коммуникации как составная часть процесса управления предприятием.....	33
<i>Гури Мухамад.</i> Маркетинг в сфере культуры: проблемы и перспективы.....	34
<i>Дегтяревич И.И., Якимчук П.М., Дегтяревич Н.А.</i> Оценка конкурентных преимуществ.....	35
<i>Демченко Е.В.</i> Особенности разработки рыночной стратегии маркетинга в сфере услуг.....	36
<i>Добромудрова И.А.</i> Маркетинговая деятельность предприятий.....	36
<i>Догиль Л.Ф.</i> Формирование региональных агропромышленных рынков в Республике Беларусь.....	37
<i>Долгополова Е.Е.</i> Маркетинговая информационная система предприятия.....	39
<i>Дрозд Н.М.</i> Ценовая политика в международном маркетинге.....	41
<i>Друк В.Ю.</i> Экспортная стратегия предприятия.....	42
<i>Дурасов А.С.</i> Рекламный рынок.....	43
<i>Дурович А.П.</i> Маркетинговые исследования рынка туристических услуг.....	44
<i>Дурович А.П.</i> Развитие системы стимулирования въездного туризма в Республике Беларусь.....	45
<i>Дыленок Е.Л.</i> Маркетинг в агропромышленном комплексе Республики Беларусь.....	47
<i>Дюбанова Л.В.</i> Маркетинг в сфере подготовки специалистов гуманитарного профиля.....	48

<i>Еловой И.А., Кухарчик А.А.</i> Оценка спроса и предложения на транспортные услуги железнодорожного транспорта.....	49
<i>Еловой И.А., Кухарчик А.А., Малиновский Е.В.</i> Маркетинговая деятельность работников Белорусской железной дороги .....	49
<i>Ефименко А.Г.</i> Логистика и повышение управленческой активности .....	50
<i>Ермалович Л.П.</i> Подготовка менеджеров в системе высшего образования Республики Беларусь.....	52
<i>Ефименко Е.Ф.</i> Маркетинговый контроль на предприятии .....	53
<i>Жан-Мишель План.</i> Какой вид маркетингового управления необходимо выбрать для развития предприятия? .....	54
<i>Жудро М.К.</i> Ценовая политика в АПК .....	56
<i>Зайцева М.А.</i> Развитие страхового маркетинга.....	57
<i>Засмужец С.И.</i> Маркетинг в управлении АПК.....	58
<i>Зеньков В.С.</i> Формирование пороговых значений неопределенности маркетинговой среды .....	59
<i>Зорина Т.Г., Зеньков В.С.</i> Моделирование условий обеспечения топливно-энергетическими ресурсами Республики Беларусь .....	61
<i>Ильин Н.М.</i> Закономерности развития ассортимента предметов потребления .....	62
<i>Ильющенко Е.В.</i> Сегментация рынка потребительских товаров .....	63
<i>Кабалева Г.Л.</i> Развитие рынка ТНП в Республике Беларусь .....	65
<i>Калмыкова Н.Ю.</i> Актуальные проблемы фармацевтического маркетинга .....	65
<i>Карачун В.В.</i> Ассортимент и номенклатура товаров .....	67
<i>Кароаш Т.А.</i> Организация маркетинга на ПО "МТЗ" .....	68
<i>Карпеко О.И.</i> Маркетинг потребителя средств производства .....	70
<i>Каунова Н.Л.</i> Использование маркетинга производителями потребительских товаров .....	71
<i>Киндрюк Л.Ф.</i> Ценовая политика в АПК .....	72
<i>Киреенок Н.В., Таран М.Ф.</i> Маркетинг как методология рыночной деятельности предприятий .....	73
<i>Кирейцев М.В., Кичкайло И.Н.</i> Аудит маркетинговой деятельности.....	74
<i>Киселева О.В.</i> Страховой маркетинг .....	75
<i>Киселева С.В.</i> Особенности политики товародвижения в банковской практике .....	76
<i>Климченя Л.С.</i> Экономико-математические методы в маркетинге .....	77
<i>Клипперт Е.Н.</i> Маркетинговые исследования рынка товарной продукции .....	77
<i>Кобринский Г.Е.</i> Маркетинговые исследования эффективности управления материально-техническим снабжением .....	78
<i>Ковалев В.П., Белоногов В.Н.</i> Маркетинговые исследования внешнего рынка.....	79
<i>Кожухова Г.Н.</i> Формирование ассортимента на малых предприятиях .....	80
<i>Козлова Л.Г., Наркевич Л.В.</i> Управление маркетинговой деятельностью предприятий .....	81
<i>Колеснев В.И.</i> Использование маркетинга на агропромышленных предприятиях .....	82
<i>Колеснев Е.П.</i> Структура продаж свинины .....	83
<i>Колеснева Е.П., Косовский И.В.</i> Политика распределения продукции на Оршанском льнокомбинате.....	83
<i>Кошовалов В.М.</i> Исследование рынка в переходной экономике .....	84
<i>Копанев А.С.</i> Концепция маркетинга в туризме.....	85
<i>Коралева Н.В.</i> Банковский маркетинг на рынке индивидуальных клиентов.....	86
<i>Коротина А.Н.</i> Повышение конкурентоспособности молочных продуктов .....	87
<i>Коробын О.И., Коробына К.А.</i> Разработка совместной маркетинговой стратегии нескольких предприятий на основе общей торговой марки .....	88
<i>Кривошеева А.Ю.</i> Источники внутренней информации гостиничного предприятия .....	88
<i>Крупкова Е.Б.</i> Реализация маркетинга на предприятиях химической промышленности .....	89
<i>Крупко Ю.Г.</i> Ценовая политика на предприятиях Республики Беларусь .....	91
<i>Кулиничков Е.К.</i> Маркетинг в студенческом спорте .....	92
<i>Курлыпо А.М.</i> Региональный аспект привлекательности товарных рынков .....	94
<i>Латина Е.П.</i> Использование маркетинга на ПО "Нафтан" .....	95
<i>Лебедева В.В., Серета Т.Н.</i> Развитие маркетинговой деятельности в нефтеперерабатывающей отрасли .....	95
<i>Леончикова В.С.</i> Использование маркетинга в торговле .....	96
<i>Логинов П.П.</i> Оценка эффективности работы дилера на рынке ценных бумаг .....	99
<i>Лукин С.В., Тарасевич С.Б.</i> Информационное обеспечение маркетинга .....	99

<i>Масленкин С.Н.</i> Маркетинг во внешнеэкономической деятельности промышленных предприятий строительного комплекса .....	101
<i>Михинова Л.М.</i> Развитие маркетинговой деятельности на предприятиях связи .....	101
<i>Михолап С.В.</i> Роль ярмарок в реализации коммуникационной политики .....	102
<i>Нарольская А.Н.</i> Использование факторных моделей в стратегическом маркетинге .....	103
<i>Насиловская С.В.</i> Использование концепции маркетинга с банковской сфере .....	104
<i>Немкович Н.Н.</i> Маркетинг в управлении промышленным предприятием .....	105
<i>Нестеренко В.И.</i> Маркетинг предприятий на внешнем рынке .....	106
<i>Новак А.М.</i> Особенности использования маркетинга в АПК .....	108
<i>Новицкий И.В.</i> Рекламный рынок Республики Беларусь, его общая характеристика .....	109
<i>Оливье Торрес.</i> Какое маркетинговое управление необходимо выбрать в условиях глобализации экономики? .....	110
<i>Паневич В.В.</i> Фирменная стандартизация и маркетинг .....	112
<i>Пигунова О.В.</i> Формирование имиджа предприятий розничной торговли .....	113
<i>Плотка И.</i> Психологические аспекты рекламного воздействия .....	114
<i>Похабов В.П., Тарелко В.В.</i> Сегментирование рынка услуг придорожного сервиса .....	115
<i>Пратасеня В.С.</i> Организация маркетинга в деятельности предприятий .....	116
<i>Пугачева О.В.</i> Особенности маркетинга информационных продуктов и услуг .....	117
<i>Раница С.А.</i> Проблемы развития белорусской рекламной индустрии .....	119
<i>Свицкий Д.Н.</i> Маркетинг компактного производства .....	120
<i>Соболевский Е.Ю.</i> Рекламная деятельность на внешнем рынке .....	121
<i>Стариков В.Я., Спецян Л.М.</i> Стратегический маркетинг и реструктуризация предприятия .....	122
<i>Суконкина Е.Б.</i> Конкурентоспособность майонезов .....	122
<i>Терещина В.В., Ялович А.Н.</i> Методы оценки объектов недвижимости .....	124
<i>Титкова Л.М.</i> Фирменная реклама на рынке .....	124
<i>Титова О.В.</i> Использование системы Интернет в обеспечении маркетинговой деятельности предприятий .....	125
<i>Тихоненко Т.П.</i> Методы и формы влияния государства на рекламную деятельность .....	126
<i>Третьяков В.П., Редько В.Н.</i> Современные тенденции развития маркетинговой деятельности в АПК .....	126
<i>Устименко О.В.</i> Формирование товарной политики на промышленных предприятиях .....	127
<i>Федоров Г.Ю.</i> Эколого-правовые факторы маркетинговой среды .....	128
<i>Флерко С.Л.</i> Основные принципы обеспечения конкурентоспособности продукции .....	129
<i>Черник Н.Ю.</i> Правовые аспекты использования товарных знаков в Республике Беларусь .....	131
<i>Черченко Н.В.</i> Мировой опыт маркетинговой деятельности и условия его использования в Республике Беларусь .....	132
<i>Чугай С.П.</i> Internet как инструмент маркетинговых исследований .....	133
<i>Чурай В.В.</i> Маркетинг в управлении железнодорожным транспортом .....	134
<i>Шалковская Е.И.</i> Формирование ассортиментной политики предприятия .....	135
<i>Шикальчик С.В.</i> Организация маркетинговых исследований на ПО "Гомсельмаш" .....	136
<i>Шумских И.С.</i> Маркетинговое обеспечение бизнес-плана .....	137
<i>Шутилин В.Ю.</i> Особенности ценовых стратегий предприятий Республики Беларусь .....	138
<i>Щербакова С.Г.</i> Стратегическое планирование маркетинговой деятельности .....	139
<i>Щербич Г.А.</i> Концепция маркетинговой деятельности предприятий легкой промышленности .....	141
<i>Юк Э.М.</i> Информационная база маркетинга .....	141
<i>Юхневич И.Н.</i> Особенности промышленного маркетинга .....	143
<i>Язепов К.А.</i> Возможности реализации маркетинга в жилищном строительстве .....	144
<i>Яшева Г.А.</i> Оценка эффективности маркетинга .....	145
<i>Ферре Тренсано Х.М.</i> Планирование внешней коммерческой деятельности .....	146
<i>Колод Горес А., Гари Монтане А., Пул Н.Д., Гарсия М.</i> Стратегическая инновация в маркетинге, чтобы знать, привлекать и удержать клиента на заключительном этапе процесса предложения пищевых продуктов .....	148
<i>Пьер Кабаньолс.</i> Как в разных культурах воспринимается время .....	

<b>Секция 3. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ В ОБЛАСТИ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА</b> .....	150
<i>Байбардина Т.Н., Грищенко И.И.</i> Совершенствование подготовки специалиста по маркетингу в вузе .....	150
<i>Бербасова Н.Ю., Шеменко В.М.</i> Обучение и профессиональный отбор кадров .....	151
<i>Белюсов А.Л.</i> Ценовая политика высших учебных заведений на рынке платных образовательных услуг .....	152
<i>Березовский К.В.</i> Подготовка специалистов в области энергомеджмента .....	153
<i>Богдан Н.И.</i> Управление качеством подготовки магистров в области менеджмента .....	154
<i>Вьдра К.С.</i> Деловые игры по менеджменту и маркетингу .....	155
<i>Горбылева Э.М.</i> Подготовка кадров для туристского бизнеса .....	156
<i>Губарь С.Н.</i> Влияние внешней среды на преподавание дисциплин по управлению производством .....	157
<i>Зарилова Л.Д.</i> Совершенствование региональной системы переподготовки руководящих работников и специалистов .....	158
<i>Иванова И.В.</i> Разработка стандартов подготовки менеджеров .....	159
<i>Железко Б.А., Валиев Д.А., Валиев М.А.</i> Использование деловых игр в учебном процессе .....	160
<i>Калинин С.А.</i> Некоторые проблемы правовой подготовки менеджеров .....	161
<i>Королев Н.Н.</i> Совершенствование подготовки кадров менеджеров социально-культурной сферы .....	162
<i>Кравец Л.М.</i> Аналитический аспект подготовки квалифицированного менеджера .....	163
<i>Литень Е.В.</i> Профессиональное обучение как один из факторов адаптации работников на рынке труда .....	165
<i>Ли Чон Ку.</i> Маркетинг образовательных услуг .....	166
<i>Минько Э.В., Минько А.Э.</i> Оценка качества подготовки специалистов в области менеджмента .....	167
<i>Морочковская И.Н.</i> Проблемы проведения практических занятий по исследованию внешней маркетинговой среды .....	168
<i>Мулярчик С.Г., Молофеев В.М.</i> Опыт подготовки менеджеров для бизнеса в области радиоэлектроники .....	169
<i>Портянкин С.А.</i> Подготовка кадров в области менеджмента и маркетинга .....	170
<i>Правдивая Е.Ф.</i> Повышение квалификации на российских предприятиях .....	171
<i>Пратъко Ю.А.</i> Новые информационные технологии (НИТ) как средства интенсификации подготовки кадров в области менеджмента и маркетинга .....	172
<i>Стрельчонок В.Ф.</i> Совершенствование подготовки менеджеров в области информационных технологий .....	173
<i>Хухлындина Л.М., Гайдукевич Л.М.</i> Подготовка управленческих кадров в области международного туризма .....	175
<i>Яцевич Н.А.</i> Подготовка специалистов по информационному обеспечению маркетинговой деятельности .....	176