

**КАТАЛОНСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
УНИВЕРСИТЕТ МОНПЕЛЬЕ 1
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ
КОНСОРЦИУМ БЕЛОРУССКИХ УНИВЕРСИТЕТОВ
БАЛТИЙСКИЙ РУССКИЙ ИНСТИТУТ**

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА

**Материалы международной
научно-практической конференции
Минск, 26-28 мая 2003 г.**

Минск 2003

УДК 338 24 + 339.138
ББК 65.050.8
Т 33

Под общей редакцией д.э.н., проф. И. Л. Акулича

Т-33 **Теория и практика менеджмента и маркетинга:**
Материалы междунар. науч-практ. конференции.
Минск, 26-28 мая 2003 г. Мн.: БГЭУ, 203. – с. 289

ISBN 985-426-919-1

УДК 33824+339.138

ББК 65.050.8

ISBN 985-426-919-1

© Белорусский государственный
экономический университет, 2003

*Володько О. В.
ВБК НБ РБ (Пинск)*

ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ ФАКТОРОВ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ НА СТРАТЕГИЮ ПРЕДПРИЯТИЯ

Эффективное функционирование предприятий невозможно без разработки и реализации комплекса частных стратегий, которые образуют общую стратегию бизнеса. При формировании стратегии бизнеса необходимо оценить, насколько значительное влияние на нее оказывают внешние факторы.

Существует несколько подходов к классификации внешних факторов, оказывающих влияние на предприятие и его деятельность. При формировании стратегии предприятия предлагается использовать разработанную модель влияния внешних факторов, которая позволяет выявить ключевые факторы при разработке стратегии.

Так как стратегия промышленного предприятия представляет собой совокупность его частных стратегий, то влияние факторов внешней среды на общую стратегию может быть определено через его частные стратегии. На частную стратегию оказывают влияние на микроуровне - поставщики различных ресурсов, конкуренты, потребители; а на макроуровне - экономические, политические, правовые, социально-культурные факторы. Вместе с тем, воздействие каждого из выделенных факторов на частные стратегии

предприятия неодинаково. Для определения наиболее значимых факторов необходима количественная оценка степени их влияния. Каждый фактор, а также частные стратегии предприятия в модели охарактеризованы количественными показателями. Количественным показателем частной стратегии может служить объем продаж данного товара на конкретном рынке.

Количественная оценка степени взаимосвязи между частной стратегией и факторами внешней среды может быть установлена посредством расчета корреляционных функций для всех факторов внешней среды и объемов продаж.

Чем выше значение корреляционной функции, тем выше степень влияния анализируемого фактора на частную стратегию предприятия. Полученные значения корреляционных функций позволяют выявить ключевые факторы, оказывающие наиболее сильное влияние на частные стратегии предприятия.

На основании результатов корреляционного анализа, проведенного в соответствии с предложенной моделью влияния факторов внешней среды на стратегию, сделан вывод, что для каждой частной стратегии степень воздействия выделенных факторов различна и зависит как от вида продукта, так и параметров исследуемого рынка.

СОДЕРЖАНИЕ

Акулич И. Л., Демченко Е. В.	8
Формирование ценовой политики на рынке информационных услуг	
Акулич И. Л., Черник Н. Ю.	10
Предпосылки развития брендинга в Беларуси	
Альшевский В. М.	11
Оффшорные зоны в международном бизнесе	
Амарина И. А.	
Повышение эффективности управления государственными расходами	
Андреева Н. В.	14
Функционирование мелкой частной собственности и малых предприятий	
Андреева Т. С.	15
Гармонизация налогов при вступлении Латвии в ЕС	
Анохина Н. Н.	16
Моделирование маркетинговой деятельности	
Арушаньянц П. Б.	17
Экологическое страхование в реализации экоинновационного развития национальной экономики	
Афанасенкова Н. Г.	19
Стратегия и стратегическое планирование	
Байнев В. Ф., Силюк Т. С.	20
Повышение эффективности института банкротства в Беларуси	
Балашевич М. И.	22
Интернационализация международной торговли	
Банщиков И. М.	23
Малый и средний бизнес и проблемы его развития	
Барановская В. Д.	25
Маркетинговые коммуникации при выходе на зарубежный рынок	
Бас С. В.	26
SMS – реклама как инструмент коммуникационной политики	
Баско И. М.	27
Функционально-стоимостный анализ в управлении маркетингом	
Бердин А., Лизакова Р.	28
Философия современного маркетинга	
Бирицкая Н. М.	30
Отраслевое регулирование развития туризма	
Бобович А. П.	31
Создание конкурентоспособного торгового ассортимента	
Бобровская О. А.	32
Состояние предприятий розничной торговли в городах Республики Беларусь	
Бондарь А. В.	34
Рабочая сила как товар	
Бондарь М. А.	35
Продвижение рабочей силы на мировой рынок труда	
Бондарь Т. Е.	37
Предмет финансового менеджмента	
Бонцевич Н. В., Сушкова Т. Ф.	38
Информационная система маркетинга	
Боровская Е. А.	39
Инновационная деятельность в общественном питании	
Боровская Е. А., Симан Е. А.	41
Совершенствование систем школьного питания	
Бороденя В. А.	43
Сертификация леса	

Бороденя Ю. Н.	45
Сметно-бюджетное финансирование лесного хозяйства	
Бородина Т. А.	46
Анализ работы предприятия с использованием эконометрического моделирования	
Бортник Е. А.	48
Особенности ценовых стратегий в туризме	
Борушко Н. В.	49
Совершенствование управления маркетингом	
Буко И. С.	
Налоговое планирование в условиях объединенной Европы	
Буртоликова С. В.	52
Оптимизация размещения торговой сети на селе	
Бутеня В. Е.	54
Человеческий труд и мотивация труда работника	
Быков А. А.	55
Финансовое оздоровление неплатежеспособных предприятий	
Варакулина М. В.	56
Управление персоналом и его роль в антикризисном управлении	
Валевич Р. П.	57
Развитие методов управления розничным товарооборотом	
Валевич Р. П., Куракевич В. С.	58
Современные технологии в обеспечении конкурентоспособности национальной торговли	
Валевич Р. П., Суций М. А.	60
Влияние супер- и гипермаркетов на конкуренцию в торговом бизнесе	
Верезубова Т. А.	61
Страхование ответственности автоперевозчиков	
Веренич Н. К.	63
Мотивация инновационного поведения работников коммерческих банков	
Монсерат Фонт Вилалта	64
Рынки валют	
Владыко А. В.	72
Средства балансовой политики в системе управления торговым предприятием	
Власова Г. М., Сыцко В. Е.	73
Экофильная упаковка в обеспечении конкурентоспособности продукции	
Войтехович А. А.	74
Проблема менеджмента качества	
Володько О. В.	76
Оценка влияния факторов внешней среды на стратегию предприятия	
Володько Л. П.	77
Банковские информационные технологии в управлении качеством	
Волонцевич Е. Ф.	79
Кризис как элемент жизненного цикла фирмы	
Вольнец Н. И.	80
Факторы формирования конкурентного преимущества	
Волыничук А. В.	83
Международный маркетинг на фондовом рынке РФ	
Воронцова Т. В.	84
Обоснование выбора товарного ассортимента	
Галко И. К., Милевская М. М.	85
Проблемы трудовой адаптации в сфере материального производства	
Гейзлер П. С.	86
Совершенствование управления государственной собственностью	
Гейзлер П. С., Прус Ф. В.	88
Оперативное управление производством	

Герасимов О. В. Автоматизированное рабочее место маркетолога для Белорусской железной дороги	89
Гнездовский Ю. Ю. Использование маркетинговых исследований интеллектуальных методов обработки данных	90
Глубокий С. В., Привалова О. В. Реализация франчайзинга в РБ	91
Голик В. С. Решение задач маркетинга экспертными методами	92
Гончаров А. А. Правовое регулирование оффшорного бизнеса в Люксембурге	93
Горбылева З. М. Бизнес-планирование в туризме	94
Горчакова Е. Н. Оценка потенциала рынка экспертно-импортных грузов для транспортно-экспедиционных компаний	96
Гриневич М. Н. Система оценки и стимулирования подразделений холдинговой структуры	97
Гринцевич Л. Оценка уровня использования основных производственных фондов	98
Гурская С. П. Управление коммерческой деятельностью	100
Гуторова И. И. Повышение эффективности управления сбытовой политикой предприятия	101
Давидовская И. А. Параметры эффективности Web – сайта	102
Давыдова Г. А. Повышение эффективности использования трудовых ресурсов в торговле	103
Дежурко Л. Ф. Использование экономико-математических моделей в банковском менеджменте	105
Дем О. Д. Управление ликвидностью коммерческих банков	106
Демченко Е. В. Управление рисками на рынке услуг	108
Демидчик О. П. Маркетинг международного туризма в РБ	110
Дерябин А. О. Управление оборотными средствами предприятия	111
Домбровская Н.Е. Анализ конкурентоспособности предприятий швейной промышленности	112
Дроздов Д. Н. Web – сайт предприятия как средство маркетинговых коммуникаций	113
Дронин А. М. Маркетинг в управлении предприятием	114
Еловой И. А. Маркетинг в сфере грузовых перевозок	116
Еременко М. М. Механизм функционирования свободных экономически зон в Республике Беларусь	118
Ермолович Л. П., Зубик В. Б. Особенности межкультурного менеджмента	119
Ерчак А. И. Специализация предприятий розничной торговли	121

Ефимова Н. А.	122
Оценка платежеспособности гостиничного комплекса	
Ефременко Ю. Р.	123
Определение готовности предприятия к реализации маркетинга	
Жалтаускене Н., Гянене М.	126
Управление ликвидностью банка	
Жирков Л.М.	128
Развитие фирменной торговли Республике Беларусь	
Жучкевич О. Н.	130
Прогнозирование как функция менеджмента	
Заева И. П.	130
Оптимизация денежных потоков транснациональных корпораций	
Зазерская В. В.	132
Маркетинг в управлении естественными монополиями	
Зайцева Н. К.	133
Управление государственной собственностью	
Зайцева М. А., Головацкий В. В.	134
Маркетинг в системе управления страховой организации	
Захарич Д. В.	135
Возможности аутсорсинга в системе организации маркетинга	
Зеленая Н. А.	136
Стратегическое планирование маркетинговой деятельности	
Зеньков В. С.	137
Методологические основы пространственно-временной модели рынка	
Зорина Т. Г., Кашникова И. В.	139
Моделирование конкурентного поведения фирмы	
Зорина Т. Г., Зеньков В. С.	140
Выбор целевых сегментов фирмы	
Зубик Д. В.	140
Подходы к выделению инноваций	
Зубко Л. Л.	141
Определение емкости рынка витаминов	
Зубрицкая Г. С.	143
Совершенствование финансово-хозяйственной деятельности на железнодорожном транспорте	
Зуёнок Т. В.	144
Использование CRM-технологии для реализации стратегии маркетинга	
Иванцов В. И.	145
Обеспечение конкурентоспособности товаров	
Ишутин А. Л., Ваганов С. С.	146
Многофакторное моделирование рисков в маркетинговых исследованиях	
Игнатьева И. Л.	147
Определение субъекта экономической деятельности	
Ильин Н. М.	148
Формирование торгового ассортимента	
Казеко И. Е.	149
Оценка риска в сфере маркетинга	
Казеко И. Е., Лобанок М. А.	150
Принятие решений в условиях неопределенности	
Калинушкин А. В.	150
Современные тенденции развития розничной торговли	
Кандаурова Г. А., Капорцева О. Н.	151
Управление жизненным циклом инноваций	
Карачун В. В.	152
Управление ассортиментом торгового предприятия	
Кардаш Т. А.	153
CRM — системы сбора маркетинговой информации	

Карпеко О. И., Белочкин Ю. А.	154
Кейс-ориентированный подход продвижения триботехнологий на рынок	
Кашанская И. П.	155
Развитие картофелеперерабатывающей промышленности в Республике Беларусь	
Квасникова В. В.	156
Возможности предупреждения кризисной ситуации на предприятиях	
Кизим А. С.	157
Управление финансовыми потоками вуза	
Киселева С. В.	158
Технология активных продаж банковских продуктов	
Климович Л. А., Рутковский А. Е.	159
Маркетинговая стратегия развития банковских услуг	
Климчен П. С., Бобровская О. А.	160
Оценка факторов, определяющих развитие предприятий розничной торговли в городе	
Климченя Л. С., Верпулевская Т. И.	161
Контакты с потребителями как инструмент он-лайнного маркетинга	
Ковалев М. Н.	162
Расчет эффективности маркетинговых мероприятий	
Коган А. А.	163
Качество продукции и ее конкурентоспособность	
Козлов А. В.	163
Анализ эффективности рекламной компании в Интернете	
Козлова Г. К.	165
Мониторинг аудитории предприятий быстрого обслуживания	
Колеснёва Е. П.	166
Маркетинговые стратегии на продовольственном рынке	
Колтович С. П.	167
Контроллинг на предприятии	
Коновалюк Р. А.	167
Упаковка как элемент обеспечения конкурентоспособности товара	
Копытов Е. А., Трошкова А. Е.	168
Применение методов многомерного статистического анализа в маркетинговых исследованиях	
Копытова Е. Е.	169
Влияние правового фактора на принятие управленческих решений	
Корженевская Г. М.	171
Формирование комплекса маркетинга страховой компании	
Корниевич Д. М.	171
Совершенствование методики бухгалтерского учета	
Королев Д. Г.	172
Планирование как функция финансового менеджмента	
Короленок Г. А.	173
Государственное регулирование внешнеторговой деятельности в Японии	
Королюк И. В., Бондарь Т. Е.	174
Финансовый менеджмент предприятий	
Луис Коста	175
Валютные сделки FX-форвард как стратегический инструмент покрытия валютных рисков предприятия	
Кохно Н. П.	181
Технодинамический менеджмент	
Краснов Ю. Е.	182
Совершенствование банковских услуг	
Кристафович П. П.	183
Развитие маркетинга в Республике Молдова	
Крум Э. В.	184
Понятийный аппарат маркетинга	

Крылова Е. Г.	185
Адаптация структур управления маркетингом	
Крюк Е. В.	186
Математические модели антикризисного менеджмента	
Кулак М. И., Трусевич Н. Э., Ничипорович С. А.	187
Эффективность функциональных структур управления	
Кулеш С. А.	188
Реклама как составляющая комплекса коммуникаций	
Куриленко В. В.	189
Теоретически аспекты привлечения персонала	
Куриленок К. Л.	189
Прогнозирование спроса на импорт товаров	
Кутепова О. И.	190
Совершенствование ассортиментной политики предприятия	
Кухарчик А.А.	191
Анализ рынка транспортных услуг	
Кухарчик С.И.	192
Управление финансами промышленных предприятий	
Ладик П.Л., Чернигина Е.Н.	193
Экономические преимущества стандартизации и сертификации	
Ляндю И.	194
Новые тенденции в обучении персонала	
Лебедева С.Н.	197
Государственное регулирование заработной платы	
Лебедева С.О.	197
Маркетинговые исследования пассажирских перевозок	
Левкович А.П.	198
Конкурентоспособность российских товаров.	
Левшинская Е.С.	198
Обеспечение конкурентоспособности товаров	
Лизакова Р.А.	200
Инновационный маркетинг и креативность мышления	
Лисиченко Е.	201
Оценка человеческого капитала в регионе	
Ли Чон Ку	202
Маркетинговая деятельность Центра Трансфера Технологий (ЦТТ)	
Ли Чон Ку, Лыч А.Н.	203
Маркетинговая стратегия развития Гродненского региона	
Лубинская Н.А.	204
Конкурентоспособность упаковочной бумаги	
Лукиянюк К.В.	204
Стратегический маркетинг строительной организации	
Любецкая Н.В.	205
Оптимизация ассортиментной политики предприятия	
Любецкий П.Б.	206
Показатели эффективности инвестиционного проекта	
Макарова Н.Н.	206
Стратегия деятельности предприятия.	
Маклакова О.М.	207
Информационное обеспечение маркетинговых решений	
Малиновский Е.В., Евсюк А.А.	208
Маркетинговые исследования грузовых перевозок	
Маруга В.А.	209
Маркетинг в страховом бизнесе.	
Медведева Г.Т.	209
Формирование маркетинговых подразделений на предприятии	
Мельник С.Н.	210
Культура здоровья и экономика медицины	

Микулич И.М.	212
Финансовый менеджмент и его развитие	
Минюк О.С.	213
Брэнд банка в продвижении розничных депозитных продуктов	
Михаловская Ю.В.	214
Технология управления затратами	
Михолап М.Н.	214
Создание клиентской базы в банке	
Мишкевич М.В.	215
Особенности современного западно-европейского рынка труда	
Мозгович А.Г.	217
Концепция социально-ответственного маркетинга	
Моисеева О.П.	218
Совершенствование методологии управленческого учета по центрам ответственности	
Морозов П.Е.	219
Факторный анализ инвестиционной политики предприятия	
Наганова Т.Е., Свидерский Э.А.	220
Введение в хозяйственный оборот нематериальных активов как защита конкурентоспособности белорусских товаров и услуг	
Наркевич Л.В.	220
Оптимизация товарных запасов предприятия	
Невская Е.В.	221
Структурный анализ финансового состояния предприятия	
Немогай Н.В.	222
Обеспечение качества и конкурентоспособности продукции	
Неправский А.А.	223
Маркетинговой стратегии предприятия в условиях неопределенности	
Николаевич М.Е., Прушак Н.В.	224
Экономическая оценка научно-технической деятельности	
Носков Н.В.	226
Совершенствование структуры управления строительным комплексом	
Озолина Н.	227
Поддержка принятия управленческих решений в области ценообразования	
Орешенков А.А.	228
Использование концепции маркетинга промышленными предприятиями	
Островский А.Г.	230
Креативный механизм принятия управленческого решения	
Павлючук Ю.Н., Козлов А.А.	231
Формирования экспортной стратегии предприятий	
Пальчиков Н.Н., Ступенева Т.В.	232
Проблемы оздоровления финансового положения предприятий промышленности строительных материалов	
Паневчик В.В., Акулич В.В.	233
Анализ рынка офисной бумаги	
Панков Д.А., Головкова Е.А., Дорошкевич Н.М.	234
Менеджмент образовательных услуг	
Панкратова И.Е., Бондарь Т.Е.	235
Влияние СЭЗ на финансовые потоками в государстве	
Парашенко В.В.	236
Эффективность использования материальных ресурсов на предприятии	
Парицкая Т.И.	237
Кадровая политика-основа маркетинга предприятия	
Пароля О.Б.	238
Управление качеством в торговых организациях	
Петрович М.В.	239
Потребительский рынок: приоритеты и развитие	

Пецевич Л.И.	241
Фирменный стиль в деятельности фирмы	
Пилюттик А.А.	241
Обеспечение безопасности коммерческой информации в информационных системах	
Помаз И.В.	243
Использование маркетинга деятельности предприятий Республики Беларусь	
Попков Н.В.	243
Эффективный менеджмент – основы успешной деятельности	
Почекина В.В.	245
Исходные методологические положения построения национальной модели международных экономических отношений Р Б с мировым сообществом	
Прокофьева Н.Л.	247
Повышение конкурентоспособности продукции легкой промышленности	
Протасеня В.С.	248
Факторы, сдерживающие развитие маркетинга в промышленности	
Прушак Н.В., Николаевич М.В.	249
УП ПО «Беларуськалий» на мировом рынке калия	
Пугачева О.В.	250
Программное обеспечение управления маркетингом	
Пузанкевич О.А.	251
Управления денежными средствами на предприятии	
Расацкий О.Г.	252
Обеспечения безопасности страховой деятельности	
Eduard Reshin	253
The Approaches to risk management in procter gamble	
Решин Г.А.	255
Структурная особенность в Латвийских регионах при интеграции в ЕС	
Рехтин В.А.	256
Особенности формирования спроса на нефть на мировом рынке	
Романова С.П.	257
Социологическое обеспечение рекламной кампании	
Рудый К.В.	258
Механизм обеспечения конкурентоспособности товаров предприятий с иностранными инвестициями	
Рутко Д.Ф.	260
Микроуровень процесса глобализации мирохозяйственных связей	
Рыбак Т.Н.	261
Управление дебиторской задолженностью предприятия-банкрота	
Рымкевич В.В.	262
Системный анализ экономических рисков	
Сявчук Т.К.	263
Стратегическое управление в банковской деятельности	
Салата Н.К.	264
Стратегия управления прибыльностью предприятия	
Самойлов М.В.	265
Особенностях маркетинговой деятельности при разработке новых технологий и товаров	
Сандомирский Г.Н.	266
Риски в аграрной сфере и возможности их снижения	
Санько Г.Г.	267
Полистратегический поиск предприятий Беларуси	
Свирейко Н.Е.	268
Повышение конкурентоспособности масложировых продуктов	

Свирский Д.Н.	270
QFD формализации результатов маркетинговых исследований	
Семенов Б.Д., Нестерович Н.В.	271
Маркетинг в управлении предприятием	
Сербул И.Т.	271
Логистика и распределение продукции	
Сергеева Т.М.	272
Маркетинговые исследования в туризме	
Серета Т.Н.	273
Оценки экономической эффективности маркетинговых структур	
Сядорова А.В.	274
Исторические аспекты финансового менеджмента	
Симап Е.А.	276
Логистика: проблемы и перспективы применения	
Скриба Н.Н.	277
Управление материально-техническим потенциалом в торговле	
Скриба С.И.	278
Системный подход к планированию	
Соколов Д.В.	280
Корпоративное управление.	
Соколовский А.В.	281
Белорусская ТПП – коллективный организатор национальных Белорусских экспозиций на зарубежных выставках	
Сологуб М.А.	282
Роль интерактивности в функционировании веб-сайта предприятия	
Спиридонова С.Н.	282
Ориентация руководителей на профессионализм кадров	
Стасюкевич С.В.	284
Исследование рынков сбыта ПО «МТЗ»	
Стесня В.Л.	285
Сущность инвестиционного менеджмента	
Стражев В.И.	286
Актуальные вопросы развития теории управления	
Строк В.М.	286
Электронные торговые площадки в системе электронной коммерции	
Сучкова И.А.	287
Анализ процесса оказания услуг	
Сычко В.Е., Власова Г.М., Прокофьева И.Н., Колесникова В.Ф., Михалко М.Н., Трояновская Е.Н.	288
Конкурентоспособность товара	
Тарелко В.В.	289
Развития брэндинга в Беларуси	
Тарелко С.Г.	290
Корни и корона доходного бизнеса в Беларуси	
Ткачев М.Н.	291
Планирование маркетинговых коммуникаций	
Ткаченко И.А.	292
Оценка эффективности коммуникаций в менеджменте	
Торская И.В.	293
Оценку конкурентоспособности промышленного предприятия	
Третьяков В.П.	294
Особенности и перспективы развития маркетинга в АПК РБ	
Трояновская Г.В.	295
Потребительский рынок Беларуси	
Трус А.И.	295
Развитие системы маркетинговых исследований на рынке керамической плитке	

Уюткина О.Л.	297
Применение маржинального анализа в маркетинговой деятельности предприятия	
Уриш И.В.	298
Государственная поддержка белорусских предприятий – экспортеров	
Федосевич И.И.	299
Роль государства в повышении конкурентоспособности белорусских производителей	
Федосеев В.А., Фролов Д.А.	299
Проектирование маркетинговой базы данных унитарного предприятия	
Филиппович Е.С.	300
Налоговое планирование субъектов малого бизнеса	
Флерко С.Л.	301
Человеческий фактор в обеспечении конкурентоспособности продукции	
Монсеррарт Коста Фонт	302
Этикетирование как способ информационной гарантии потребителя от возможного биотехнологического риска	
Фролова Л.Ф.	307
Финансовый менеджмент и его задачи	
Колет Фуркард	308
Региональная конкурентоспособность и территориальное управление	
Фурс М.В.	314
Особенности управления предприятием	
Харткевич А.М.	315
Использование стратегических подходов в маркетинговой деятельности	
Хотина С.К.	315
Управление рисками на предприятиях финансово-банковской сферы	
Целикова Л.В.	317
Сертификация как инструмент маркетинга в повышении конкурентоспособности обуви	
Циунчик О.В., Баханкевич А.В.	317
Потребительская оценка конкурентоспособности кожаной обуви в розничной торговле	
Цыганков А.А.	318
Совершенствование ценообразования в промышленности строительных материалов	
Цыкунова Т.В., Козлова Л.Г.	319
Оценка эффективности маркетинговой деятельности предприятия	
Чарушникова Е.Л.	320
Развитие электронного бизнеса	
Чернигина Е.Н.	321
Анализ подходов к сертификатам качества в целях совершенствования управления предприятием	
Черник Н.Ю.	322
Методы оценки стоимости торговой марки	
Черник Н.Ю., Баранчук В.А.	323
Особенности товарной политики на рынке сотовой связи	
Черник Н.Ю., Забаронок А.В.	324
Место брендинга в системе маркетинга	
Черченко Н.В.	326
Стратегия маркетинга как фактор конкурентоспособности предприятия	
Чеснокова М.Р.	327
Механизм функционирования маркетинговых служб на предприятиях	
Шаврук И.В.	328
Иностранные инвестиции в страховании КНР	
Шаврук И.В., Шаврук Д.С.	330
США – Китай: состояние торгово-экономических связей	

Шаврук С.В. Формирование альянсов и сетей – важный фактор повышения конкурентоспособности компаний	331
Шахнович С.В., Шахнович Е.С. Развитие маркетинга бытовых услуг	334
Шебеко С.Н. Развитие системы электронной торговли	335
Шевченко Л.И. Исследование динамики роста выпуска продукции в условиях конкуренции	337
Шевченко О.В. Корпоративный менеджмент: особенности становления в условиях переходной экономики	338
Шейнов В.П. Технологии скрытого управления деловыми партнерами и потребителями	339
Шилович А.Н. Подходы к организации систем управления маркетингом	340
Шингирей С.А. Контроллинг маркетинга	341
Шиханцов Г.Г. Оценка роли социальных институтов в создании потребителя	342
Шмарловская Г.А. Управление налогообложением в международной практике	343
Шумко М.Е. Структура конкурентоспособности предприятия	344
Шумских И.С. Маркетинг взаимодействий в предпринимательстве	345
Щемелев Е.В. Бюджетирование деятельности как метод управления финансовым состоянием предприятия	347
Щерба Т.П., Рязанцева Маркетинговые исследования в условиях вывода предприятий горного машиностроения из кризиса	348
Щербич Г.А. Система маркетинговых коммуникаций в местах продаж	351
Юркова И.Б. Совершенствование методов розничной продажи	
Якубовская Н.С. Концепции маркетинга как выражение философии предпринимательской деятельности	
Яшева Г.А. Экономические аспекты создания эффективного WEB-сайта в интерактивном маркетинге	

Научное издание

**ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА
МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА**

Материалы международной
научно-практической конференции

Под общей редакцией *Акулича Ивана Людвиговича*

Компьютерная верстка *О.М. Маклаковой*

Подписано в печать 06.05.2003. Бумага офсетная. Формат 84x108 1/32
Гарнитура «Таймс». Усл.печ.л. 18,1. Тираж 150 экз. Заказ № 150

Белорусский государственный экономический университет
Лицензия ЛВ № 170 от 21.01.2003г.,
Лицензия ЛП №336 от 16.03.99г.

Типография ООО «Юстмаж» Республика Беларусь,
220090, г. Минск, ул. Кнорина, 50, Лицензия ЛП № 453 от 19.06.2001г.