МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«ВИТЕБСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Экономический рост в условиях трансформации

ВИТЕБСК
2008

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«ВИТЕБСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

МАТЕРИАЛЫ МЕЖДУНАРОДНГО НАУЧНОГО СЕМИНАРА «ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ В УСЛОВИЯХ ТРАНСФОРМАЦИИ»

23 ОКТЯБРЯ 2008

ВИТЕБСК
2008

УДК

В настоящий сборник включены доклады участников Международного научного семинара «Экономический рост в условиях трансформации», который состоялся в УО «ВГТУ» 23 октября 2008. В сборнике представлены современные исследования актуальных социально-экономических проблем развития национальной экономики в условиях ее трансформации на разных уровнях экономической системы (макро-экономические и социально-институциональные факторы экономического роста; инновационные факторы экономического роста и инновации в обучении; региональная политика и экономический рост, развитие межрегионального сотрудничества; актуальные проблемы экономики и управления организацией, повышение конкурентоспособности организации и формы ее адаптации к внешней среде; социальные и экологические аспекты экономического роста).

Сборник предназначен для преподавателей, студентов и научных исследователей, хозяйственных руководителей и специалистов органов государственного управления.

С О Д Е Р Ж А Н И Е

ИННОВАЦИОННЫЙ КЛАСТЕР ИНЖЕНЕРНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
О.В. Авдейчик, В.А. Струк, В.И. Кравченко *10*
МЕХАНИЗМ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ РАБОТНИКОВ ОТРАСЛЕЙ МАТЕРИАЛЬНОГО ПРОИЗВОДСТВА И НАПРАВЛЕНИЯ ЕГО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ
Л.Ф. Алексеенко *14*
ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОТРАСЛЕЙ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ
И.Г. Бабеня *17*
КЕЙСОВЫЙ МЕТОД И ЕГО ПРИОРИТЕТЫ В ФОРМИРОВАНИИ ЛИЧНОСТНО-ОРИЕНТИРОВАННЫХ ИННОВАЦИОННЫХ ПОДХОДОВ В ОБУЧЕНИИ
Т.Н. Байбардина, А.Я. Якимик *20*
СОВРЕМЕННАЯ ИННОВАЦИОННО-ПРОМЫШЛЕННАЯ ПОЛИТИКА: СУЩНОСТЬ, ЦЕЛЕВОЙ КРИТЕРИЙ, УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ
В.Ф. Байнев, О.В, Седлухо *23*
ИННОВАЦИОННЫЕ ФАКТОРЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА
Т.Ф. Балашова, С.И. Кузьмичева *27*
ИННОВАЦИОННЫЕ ФАКТОРЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА КАК РЕЗУЛЬТАТ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ
В.В. Баркова *30*
СПЕЦИФИКА ОРГАНИЗАЦИИ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МЕБЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ БЕЛАРУСИ ПРИ РАЗЛИЧНЫХ ТИПАХ ОРГАНИЗАЦИИ ПРОИЗВОДСТВА
Т.С. Беспалова, Н.Л. Прокофьева *32*
ФАКТОРЫ РОСТА ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ ТРУДА В УСЛОВИЯХ ТРАНСФОРМАЦИИ ЭКОНОМИКИ БЕЛАРУСИ
Л.С. Боровик *36*
АДАПТАЦИЯ БЕЛОРУССКОЙ СИСТЕМЫ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА К ТРЕБОВАНИЯМ МСФО
А.В. Бугаев *39*
МОЛОДЕЖНЫЙ СЕГМЕНТ РЫНКА ТРУДА В УСЛОВИЯХ ТРАНСФОРМАЦИИ БЕЛОРУССКОЙ ЭКОНОМИКИ
Т.С. Вабищевич *42*
ГЛОБАЛЬНЫЙ РЫНОК ТРУДА И БЕЛАРУСЬ: ПЕРСПЕКТИВЫ ЭФФЕКТИВНОЙ ИНТЕГРАЦИИ
Е.В. Ванкевич *46*
АНАЛИЗ ДИНАМИКИ УРОВНЯ ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ ВИТЕБСКОЙ ОБЛАСТИ. 1995-2006 Г.Г.
Е.Ю. Вардомацкая *51*
МАРОЧНЫЙ ПОДХОД В ТОВАРНОЙ ПОЛИТИКЕ
Г.А. Веденин *54*
ПЕРСПЕКТИВНЫЕ ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ ФОРМЫ БИЗНЕСА, ПОЗВОЛЯЮЩИЕ ЭФФЕКТИВНО ИСПОЛЬЗОВАТЬ МЕСТНЫЕ РЕСУРСЫ
С.П. Вертай *57*
МЕЖРЕГИОНАЛЬНОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО КАК ИМПЕРАТИВ СТРОИТЕЛЬСТВА СОЮЗНОГО ГОСУДАРСТВА
В.В. Воронович *60*
ИННОВАЦИОННОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО КАК КЛЮЧЕВОЕ НАПРАВЛЕНИЕ РЕФОРМИРОВАНИЯ И СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ РАБОТЫ ПРЕДПРИЯТИЯ
Л.К. Вьюгина *63*

ЗАДАЧИ И ПРИНЦИПЫ УПРАВЛЕНИЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫМИ РЕСУРСАМИ В СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ
Е.И. Галешова 65
ИННОВАЦИОННАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ УПРАВЛЕНИЯ ТРУДОМ НА ПРЕДПРИЯТИИ
О.А. Герасименко 68
ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ БИЗНЕСА В МАЛЫХ ГОРОДАХ
Н.И. Горюшкина, Н.В. Салтанович 71
СЛУЖБА УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ И ЕЕ РОЛЬ В ПОВЫШЕНИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ ПРЕДПРИЯТИЯ
А.Б. Граждан 73
ЭКОЛОГИЧЕСКОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО: НЕОБХОДИМОСТЬ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ
С.П. Григорьева 77
СОЦИАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА КОРПОРАЦИИ КАК ФАКТОР ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА И РАЗВИТИЯ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА
А.М. Гриненко 80
ЗНАЧЕНИЕ СРЕДНЕГО КЛАССА ДЛЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА В БЕЛАРУСИ
А.М. Гульник 83
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ ТОРГОВЛИ НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННЫМИ ТОВАРАМИ В ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ
С.П. Гурская 86
ЭТНОДЕМОГРАФИЧЕСКАЯ СИТУАЦИЯ В ГРОДНЕНСКОЙ ОБЛАСТИ В УСЛОВИЯХ ТРАНСФОРМАЦИИ ЭКОНОМИКИ
Н.В. Давидович 89
ПРИМЕНЕНИЕ МАТРИЧНОЙ МОДЕЛИ КАК УСЛОВИЕ ЭФФЕКТИВНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ФИНАНСОВЫХ РЕСУРСОВ В ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ
О.Д. Дем, И.И. Серебро 93
ПРОБЛЕМЫ ДОСТИЖЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КАПИТАЛА В ОРГАНИЗАЦИИ
О.Д. Дём 95
ОБ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЕДИНОЙ ТАРИФНОЙ СИСТЕМЫ ОПЛАТЫ ТРУДА
Т.Н. Долинина 96
УПРАВЛЕНИЕ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТЬЮ ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ПУТЕМ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СИСТЕМЫ РАСЧЕТОВ С ПОКУПАТЕЛЯМИ
Е.Н. Домбровская, Е.Е. Кравченко 99
ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ИНТЕГРАЦИЯ КАК ГЛАВНЫЙ ФАКТОР РОСТА БЕЛОРУССКОЙ ЭКОНОМИКИ
Н.А. Дубенецкий 102
ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРЯМЫХ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ В БАНКОВСКОМ СЕКТОРЕ БЕЛАРУСИ
М.А. Дубовик 105
ЭКОНОМИЧЕСКОЕ СОДЕРЖАНИЕ БАЗОВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ДЛЯ РАСЧЕТА УРОВНЯ СУЩЕСТВЕННОСТИ В АУДИТЕ
Е.Ю. Дулебо 108
ОБОСНОВАНИЕ УРОВНЯ СУЩЕСТВЕННОСТИ В АУДИТЕ
Е.Ю. Дулебо, Е.А. Кулененок 111
АДАПТАЦИЯ БЕЛОРУССКОЙ ЭКОНОМИКИ К ВНЕШНЕЙ СРЕДЕ В ПРОЦЕССЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ С ИНОСТРАННЫМИ ИНВЕСТИЦИЯМИ
А.И. Евлаш, Г.И. Кевра 115

ФОРМИРОВАНИЕ НАЦИОНАЛЬНОЙ ИННОВАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ БЕЛАРУСИ
В.К. Егорова *118*
ГЕНЕЗИС МИРОВОЙ ВНЕШНЕЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ: ГНОСЕОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ
И.Н. Жук *122*
ОСОБЕННОСТИ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СУБЪЕКТОВ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ ОТРАСЛИ ПРОМЫШЛЕННОСТИ
О.Н. Жучкевич *125*
ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА РАЗВИТИЯ МОДЕЛЬНОЙ ИНДУСТРИИ В РОССИИ
Н.Ф. Загривная, Е.А. Яковлева *128*
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ МЕБЕЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
И.М. Зборина *132*
ЗДОРОВЬЕ НАСЕЛЕНИЕ КАК СИСТЕМА ФАКТОРОВ И УСЛОВИЙ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА
Л.М. Злотникова *135*
ОЦЕНКА ФИНАНСОВОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ БИЗНЕСА
Т.В. Касаева *138*
ПРОЛЕМЫ ОЦЕНКИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ
А.А. Кахро *141*
ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТОРГОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ
В.В. Квасникова *145*
РЕГИОНАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ СТАНОВЛЕНИЯ И РАЗВИТИЯ СВОБОДНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЗОН НА ТЕРРИТОРИИ БЕЛАРУСИ
Г.И. Кевра *148*
СТИМУЛИРОВАНИЕ ПРИТОКА ИНОСТРАННЫХ ТУРИСТОВ В РЕСПУБЛИКУ БЕЛАРУСЬ
Е.В. Кипцевич *152*
УПРАВЛЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИЕЙ В УСЛОВИЯХ УГРОЗЫ И СОСТОЯНИЯ БАНКРОТСТВА
Л.И. Китаёва *155*
ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ТОРГОВЫХ ЦЕНТРОВ БЕЛАРУСИ И ПРОБЛЕМЫ ИХ СТАНДАРТИЗАЦИИ
Л.С. Климченя *157*
ФРАГМЕНТ МОДЕЛИ ПРОМЫШЛЕННОГО РЫНКА
М.Н. Ковалев *160*
ДОХОДЫ И РАСХОДЫ – ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ РЕЗУЛЬТАТОВ ПРОИЗВОДСТВЕННО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ
Ж.И. Ковган *164*
ЭКОЛОГИЧЕСКОЕ СОСТОЯНИЕ ЗЕМЕЛЬ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ АГРОФИРМЫ «ПОЛЕСЬЕ» ПИНСКОГО РАЙОНА БРЕСТСКОЙ ОБЛАСТИ
Г.В. Колосов *167*
МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ ПОДХОД И ОЦЕНКА УРОВНЯ ОТКРЫТОЙ БЕЗРАБОТИЦЫ В ВИТЕБСКОЙ ОБЛАСТИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
Е.Н. Коробова *170*
АКТУАЛЬНО ЛИ ПРИМЕНЕНИЕ МАРКЕТИНГОВОГО ПОДХОДА В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВУЗОВ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ?
И.А. Кузнецова *174*

ПРОБЛЕМА СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ СТРУКТУР В ТЕОРИИ ОРГАНИЗАЦИИ НА ПРИМЕРЕ ПОЛИГРАФИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ
М.И. Кулак, С.А. Ничипорович, Е.С., Мирончик *176*
ОБЩИЙ ПОДХОД К ТРАНСФОРМАЦИИ БУХГАЛТЕРСКОЙ ОТЧЁТНОСТИ В ФОРМАТ МСФО
Ю.Ю. Кухто, Д.А. Панков *179*
СОВРЕМЕННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ОПЛАТЫ ТРУДА - ЭФФЕКТИВНЫЙ ФАКТОР ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА
В.М. Лаврентьев *181*
ИННОВАЦИОННЫЙ ФАКТОР ДОЛГОВРЕМЕННОГО РОСТА И ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ЕС
О. Лавриненко *184*
МЕТОДИКА СОСТАВЛЕНИЯ КАРТЫ РИСКОВ: НОВЫЙ ПОДХОД
Е.Н. Лапченко *187*
РАЗВИТИЕ ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ
О.Р. Левшицкая *191*
МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ И НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ РЕГИОНАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В УСЛОВИЯХ ПЕРЕХОДА К ПОСТИНДУСТРИАЛЬНОМУ ОБЩЕСТВУ
Е.П. Лисичёнок *194*
ДИНАМИКА ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ ЗА 2001-2007 ГОДЫ
И.С. Литвинович *197*
ИНВЕСТИЦИОННО ОРИЕНТИРОВАННЫЙ ТРАНСФЕР КОНТРОЛЬНОГО ПАКЕТА АКЦИЙ В УСЛОВИЯХ ТРАНСФОРМАЦИИ
Л.А. Лобан *201*
ТОВАР ЛИЦОМ, ИЛИ БРЭНДОМ К ПОКУПАТЕЛЮ
П.Ю. Локтев *204*
МОДЕЛЬ ИНВЕСТИЦИОННЫХ РЕШЕНИЙ В СФЕРЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ С УЧЕТОМ ВЛИЯНИЯ КОНКУРЕНЦИИ
О.И. Мазоль *207*
ПРЯМЫЕ ЗАРУБЕЖНЫЕ ИНВЕСТИЦИИ КАК ФАКТОР ВНЕШНЕТОРГОВОЙ ЭКСПАНСИИ ГОСУДАРСТВА
С.И. Мазоль *210*
УПРАВЛЕНИЕ ЗНАНИЯМИ ОРГАНИЗАЦИИ - *HOMO SYMBOLICUS*
Иренеуш Май *213*
ВНУТРЕННИЙ МОНИТОРИНГ ПЕРСОНАЛА КАК ЭЛЕМЕНТ ЭФФЕКТИВНОЙ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ
И.В. Макаренко *218*
ВНУТРЕННИЙ РЫНОК ТРУДА ОРГАНИЗАЦИИ – ФАКТОР ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА
Н.В.Маковская *221*
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ АМОРТИЗАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ ОРГАНИЗАЦИЙ ОБУВНОЙ ОТРАСЛИ
А.Н. Масалович, Т.В. Касаева *224*
РОЛЬ КРЕАТИВНОЙ ИНДУСТРИИ В ЭКОНОМИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ РОССИИ И БЕЛАРУСИ
И.Я. Мацевич *227*

ИССЛЕДОВАНИЕ НАПРАВЛЕНИЙ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ
Н.В. Мацкевич *230*
ИННОВАЦИОННАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА
О.В. Машевская *232*
СТРАНЫ СНГ: НА ПУТИ К НОВОМУ КАЧЕСТВУ РЕГУЛИРУЮЩЕГО ВОЗДЕЙСТВИЯ
Ю.А. Медведева *236*
МНОГОКРИТЕРИАЛЬНЫЙ МЕТОД ИЗМЕРЕНИЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА РУКОВОДИТЕЛЕЙ И СПЕЦИАЛИСТОВ СИСТЕМЫ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ
Л.Н. Минова *240*
9 КРИТСКИЙ КОРИДОР
А.В. Митренкова *244*
СОЦИАЛЬНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА: ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ
А.П. Морова *246*
ПОЛИТИКА РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА ТРУДА НА ЭТАПЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА
Н.Н Морозова *250*
ЭВОЛЮЦИЯ КОНЦЕПЦИИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ
О.В. Морозова *253*
КОЛИЧЕСТВЕННАЯ И КАЧЕСТВЕННАЯ ОЦЕНКА НЕСТАНДАРТНЫХ ФОРМ ЗАНЯТОСТИ
Е.Н. Муха *257*
АКТИВНЫЕ МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ ИННОВАЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ
В.В. Небелюк *260*
СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИИ
Т.Н. Окишева *263*
ОЦЕНКА РЕЗЕРВА РОСТА ПРИБЫЛИ ПРЕДПРИЯТИЯ ПУТЕМ РАСЧЕТА СИНЕРГИЧНОГО ЭФФЕКТА ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА «ПРЕДПРИИМЧИВОСТЬ» И «ИНФОРМАЦИЯ»
Н.Н. Олешкевич *267*
НЕКОТОРЫЕ ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ В СЕТЕВОМ ОБЩЕСТВЕ
Партыцки Славомир *270*
МЕЖРЕГИОНАЛЬНОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО И ЕГО РОЛЬ В ПРОЦЕССЕ ИНТЕГРАЦИИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В МИРОВОЕ ХОЗЯЙСТВО НА ПРИМЕРЕ БРЕСТСКОЙ ОБЛАСТИ
О.А. Паршутич *276*
РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИКИ ОБЩЕСТВЕННЫХ БЛАГ И ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ В СТРАНЕ
С.А. Пелих *278*
ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЯДА СТРАН
Л.А. Платонова *282*
ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ФИНАНСОВ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ
В.В. Позняков *285*
ВЛИЯНИЕ МИГРАЦИИ НА ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВТИЕ БЕЛАРУСИ
Н.Н. Привалова *288*
ЭФФЕКТИВНОСТЬ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ
Н.Л. Прокофьева *291*

РАЗВИТИЕ РЕГИОНОВ РЕСПУБЛИКИ НА ИННОВАЦИОННОЙ ОСНОВЕ
Л.В. Прудникова *294*
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СОЦИАЛЬНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ СЕЛА КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ТРУДОСОБЕСПЕЧЕННОСТИ РЕГИОНА
Н. В. Пушко *297*
ИННОВАЦИИ В ЛЕСНОМ ХОЗЯЙСТВЕ
О.В. Редковская *301*
ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ
Л.А. Рипецкая *304*
ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОМ НА ПРОМЫШЛЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ
Д.Б. Рудницкий *306*
РАЗВИТИЕ МЕХАНИЗМА РЕГУЛИРОВАНИЯ ОПЛАТЫ ТРУДА
Е.С. Русак *309*
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ
О.А. Рябая *312*
МНОГОФАКТОРНАЯ МОДЕЛЬ АНАЛИЗА ПРИБЫЛИ ОРГАНИЗАЦИИ КАК ИНСТРУМЕНТ ЕЕ АДАПТАЦИИ К ВНЕШНЕЙ СРЕДЕ
Т.Б. Савицкая, Ю.А. Клопова *314*
СУЩНОСТЬ И ДИАГНОСТИКА ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИИ
Е.И. Сапелкина *318*
СТАНОВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ РЫНКА ДЕЛОВЫХ УСЛУГ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ
Г.Г. Санько *321*
ПРОБЛЕМЫ И ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ЛЕСНОГО СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ В СВОБОДНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЗОНАХ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
Е.Н. Селицкая *324*
КРИЗИС КАЧЕСТВА ОБРАЗОВАНИЯ И ЕГО ПРЕОДОЛЕНИЕ В КОНТЕКСТЕ НЕПРЕРЫВНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
И.Ю. Семенчукова *328*
СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ КАК СПОСОБ АДАПТАЦИИ БЕЛОРУССКИХ СУБЪЕКТОВ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ НА ВНЕШНЕМ РЫНКЕ
В.А. Симхович *330*
АНАЛИЗ ТЕНДЕНЦИЙ УРОВНЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОСНОВНЫХ ВИДОВ РЕСУРСОВ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ОБУВНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ
В.А. Скворцов, П.А. Ткаченок *334*
УВЕЛИЧЕНИЕ ОБЪЕМОВ РЕАЛИЗАЦИИ БУТИЛИРОВАННЫХ ВОД НА ВНУТРЕННЕМ И ВНЕШНЕМ РАНКАХ КАК ОДИН ИЗ ФАКТОРОВ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
Е.В. Скворцова *338*
МЕТОДЫ ОЦЕНКИ УРОВНЯ ЛОГИСТИЧНОСТИ РЕГИОНОВ ДЛЯ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЯ О РАЗМЕЩЕНИИ РАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНЫХ ЦЕНТРОВ
М.А. Слонимская *340*
ИННОВАЦИОННОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В БЕЛАРУСИ: ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ И ПОТЕНЦИАЛ РАЗВИТИЯ
А.А. Слонимский, А.И. Макаревич *345*
ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ И СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СИСТЕМЫ КРЕДИТОВАНИЯ
О.П. Советникова *348*
НАПРАВЛЕНИЯ ТРАНСФОРМАЦИИ ВЫСТАВОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ
А.В. Соколовский *350*

ОПЕРАТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ СЕБЕСТОИМОСТЬЮ ПРОДУКЦИИ
А.П. Суворов *352*
К ВОПРОСУ УЛУЧШЕНИЯ КАЧЕСТВА ТРУДОВЫХ НОРМ
И.П. Сысоев *356*
РОЛЬ МИГРАЦИИ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ В СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ ОБЩЕСТВА
М.В. Тимошенко *359*
ОБУЧЕНИЕ СИНЕРГЕТИЧЕСКОМУ МОДЕЛИРОВАНИЮ КАК В СИСТЕМЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТА
Т.Е. Титовец *363*
КРИТЕРИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАЗВИТИЯ МЕЖРЕГИОНАЛЬНОГО И ТРАНСГРАНИЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА
А.М. Титоренко *364*
НАПРАВЛЕНИЯ АКТИВИЗАЦИИ ПРОЦЕССОВ РАЗВИТИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ
С.В. Тихонович *367*
РАЗВИТИЕ МАЛЫХ И СРЕДНИХ ГОРОДОВ РЕГИОНА КАК ФАКТОР ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА
Л.Ф. Трацевская *370*
ЭВОЛЮЦИЯ ВЗГЛЯДОВ НА ПРОБЛЕМУ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ
В.С. Трубчик *373*
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ И ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ УСЛУГИ В ОБЛАСТИ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБУЧЕНИЯ
И.В. Трусевич, Л.Т. Подвойская *377*
ВЛИЯНИЕ ПОЗИЦИОННЫХ КОНФЛИКТОВ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ ЛИНЕЙНЫХ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ СТРУКТУР
Н.Э. Трусевич, М.И. Кулак *380*
ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ - ОПРЕДЕЛЯЮЩИЙ ФАКТОР ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА В XXI ВЕКЕ
И.М. Удовенко *383*
СПОСОБ АБСОЛЮТНЫХ РАЗНИЦ: ПРАВИЛА ПРИМЕНЕНИЯ ДЛЯ ФАКТОРНОГО АНАЛИЗА НЕКОТОРЫХ ТИПОВ МОДЕЛЕЙ
М.Ф. Федорова *387*
ОПТИМИЗАЦИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРОГРАММЫ ОАО «8 МАРТА»
О.Г. Чеботарёва *390*
ОЦЕНКА СЛОЖНОСТИ ТРУДА И ОБОСНОВАННАЯ ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ В ОПЛАТЕ ТРУДА
С.В. Шевченко *394*
ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ СНИЖЕНИЯ МАЛООБЕСПЕЧЕННОСТИ СЕМЕЙ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА
В.И. Юодешко *397*
АНАЛИЗ ВОЗМОЖНОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ АУТСОРСИНГА НА ГОМЕЛЬСКОМ ОТДЕЛЕНИИ БЕЛОРУССКОЙ ЖЕЛЕЗНОЙ ДОРОГИ КАК СРЕДСТВА ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ
Я.В. Янчицкая *401*
СЕТЕВОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО И ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОЕ ПАРТНЕРСТВО КАК ФАКТОРЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА
Г.А. Яшева *403*

АКТУАЛЬНО ЛИ ПРИМЕНЕНИЕ МАРКЕТИНГОВОГО ПОДХОДА В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВУЗОВ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ?

И.А. Кузнецова

УО «Полесский государственный университет»,
г. Пинск, РБ

Современное образование характеризуется большим выбором и высокой конкуренцией предоставляемых образовательных услуг как со стороны государственных, так и негосударственных учебных заведений.

В условиях рыночной экономики высшее образование превращается в отрасль народного хозяйства, которая регулируется законами спроса и предложения. Во многих регионах имеется множество образовательных учреждений, которые предоставляют возможность получения высшего или дополнительного образования каждому желающему.

Сложившаяся в последние годы ситуация требует от вузов проведения серьезных маркетинговых исследований рынка образовательных услуг. Актуальность применения принципов маркетинга в образовании заключается в том, что оно должно привести к совершенствованию управления образовательным процессом, методов поиска и набора абитуриентов и качественному изменению образовательных технологий.

Многие эксперты отмечают, что в нынешнем столетии преимущество будет на стороне тех стран, которые готовят развитых, образованных и высококвалифицированных специалистов. По их мнению, именно образование обеспечивает до 40% темпов экономического роста.

Руководители вузов должны четко понимать, что маркетинг не является оторванной от жизни теорией. Это элемент устройства сознания участников рыночных отношений, который заключается в постепенном переходе от производственно-сбытовой ориентации к рыночной, маркетинговой.

Суть маркетинга как философии рынка выражается, прежде всего, в том, что во главу угла ставятся запросы потребителя. Маркетинговая концепция учебного заведения также должна основываться на том, что центральным элементом его деятельности является потребитель. Причем, речь идет не о каком-то усредненном, безликом потребителе, не об обществе в целом, а о конкретных целевых группах

желающих приобрести образовательные услуги конкретного вуза, о четко очерченных сегментах рынка с присущими им особенными запросами и возможностями.

Потребители независимы в своем выборе, то есть они сами решают, какой вуз может предоставить им наиболее желанное образование. Однако грамотно проведенный маркетинг может повлиять на их мотивацию, поведение и последующую оценку образовательной услуги. Для этого маркетинговая деятельность учебного заведения должна быть направлена не только на предоставление информации об услуге, но и на «усиление» ее ценностей. Специфика современных требований к образованию предполагает тесные отношения между потребителями и учебным заведением, то есть речь идет о создании совместной ценности образовательной услуги.

Это ново и непривычно для сферы образования. Многие годы государство культивировало по отношению к участникам образовательного процесса «патерналистский» подход, но при этом полностью игнорировало образовательные потребности личности.

Существует несколько основополагающих принципов маркетинговой концепции вуза:

1. В центр внимания ставятся нужды конкретной группы потребителей.
2. Образовательная услуга должна оцениваться точки зрения понимания ее качества и ценности для целевого рынка.
3. Образовательные услуги должны предоставляться в широком ассортименте. Вариации в данном случае не только уместны (например, возможность выбора формы обучения – дневной, заочной, вечерней), но жизненно необходимы.
4. Деятельность вуза должна ориентироваться на долгосрочную перспективу.
5. Непрерывность сбора и обработки информации о конъюнктуре рынка труда и его возможных реакциях.

Выбор образовательной услуги потребителем является длительным процессом и носит рациональный характер. Потребитель готов платить цену выше, чем себестоимость предоставляемых услуг в том случае, если усматривает в ней для себя некую «добавочную» ценность. Разницу между себестоимостью услуги и запрашиваемой за нее ценой исследователи называют «метаценностью». Метаценность скрывает нематериальную, невещественную добавленную стоимость, связанную с тем, как эту услугу интерпретирует для себя потребитель. Она является результатом маркетинговой деятельности учебного заведения. Именно плата за метаценность приносит прибыль учебному заведению, а потребителю дает ощущение того, что приобретение интересующей услуги его значительно обогатит.

Для того, чтобы создать эту ценность учебное заведение должно сделать лучшее на рынке предложение, доказать превосходство своих услуг.

На современном рынке образовательных услуг можно наблюдать, как многие субъекты предложения образовательных услуг переходят к тому, чтобы делать предложения по всем фактически или предполагаемо пользующимся спросам темам. Так как для потребителя образовательных услуг их фактическая эффективность часто непрозрачна и становится явной только после посещения мероприятия, эта возможность прямо соблазняет многих производителей. Однако кратковременное расширение реализации, как правило, едва ли спасет от долгосрочных убытков, если образовательное предложение не соответствует эталонам образовательных мероприятий данного вида. Для долгосрочного обеспечения предприятий носители образовательных услуг должны переходить к тому, чтобы стратегически устанавливать (определять) рынок. Это означает: сегментировать рынок (приобретать ноу-хау для специфических целевых групп); разрабатывать специфические предложения, ясно очертить потенциальные поля деятельности и участников (слушателей). Это также означает – определить целевой рынок и предлагать только конкурентоспособные образовательные услуги.

По-нашему мнению, для образовательных услуг отличительные преимущества (ценности) могут быть следующими:

1. Устойчивость, под которой понимается усиление имиджа и репутации учебного заведения.
2. Уникальность. Услуга должна восприниматься как уникальная, отличная от услуг конкурентов.
3. Прибыльность. Услуга должна предлагаться по цене, которая делает ее выгодной для учебного заведения.
4. Выгода для потребителя.

Таким образом, главной функцией системы маркетинга вуза является выявление потребности в специальностях наиболее необходимых для стратегического и тактического развития экономических и культурных составляющих, как определенного региона, так и всего государства в целом. Именно данная деятельность обеспечивает адаптацию образовательных программ вуза к реально существующему спросу на специалистов в конкретной области и постоянную готовность к его изменению.