

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
УО «ВИТЕБСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ»

УДК 339.1(476)

№ ГР 2002490

Инв.№ _____



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по научной работе

С.М.Литовский

2003 г.

ОТЧЁТ

По научно-исследовательской работе
« Проблемы, теория и методология
формирования рынка в Республике
Беларусь»
(промежуточный)
2002-ВПД-032

Научный руководитель:

Начальник НИС:

Г.А.Веденин

С.А.Беликов

2002 г.

Проф.Веденин Г.А.

Направления и предмет исследования.

Маркетинг является главной концепцией рыночного управления. Отсюда в нашей стране началась переориентация деятельности предприятий на использование концепции маркетинга:

- производство товаров, основанное на знании потребностей клиентов, рыночной ситуации, возможностей предприятия;
- удовлетворении потребностей покупателя;
- эффективная реализация товаров в запланированные сроки и объёмы;
- обеспечение долговременной производственно-коммерческой деятельности как философии и совокупности практических приёмов управления предприятием в условиях рыночных отношений.

Практическая деятельность в области маркетинга включает анализ, планирование, реализация и контроль за деятельностью по выявлению и удовлетворению запросов потребителей для достижения цели предприятия. Маркетинговый анализ предполагает выбор и оценку рынков предприятия и внешней среды маркетинга с целью выявления привлекательных возможностей, обнаружения трудностей и слабых мест в работе предприятия. Эффективный маркетинговый анализ является необходимым условием разработки планов маркетинга. Информация, необходимая для маркетингового анализа, собирается в результате проведения маркетинговых исследований.

Разнообразие функций маркетинга отражает разносторонность маркетинговой деятельности, направленной на доведение товара до сферы потребления и на удовлетворение потребностей покупателей. Функционально маркетинг представляет иерархически организационную систему управления деятельности на рынке, регулирования рыночных процессов и изучения рынка.

Одним из базовых требований маркетинга является обеспечение "прозрачности рынка" и "предсказуемости" его развития. Без этого, не учитывая реальной рыночной ситуации, предприниматель рискует потерпеть фиаско.

Без сбора достоверной информации и последующего ее анализа маркетинг не сможет в полной мере выполнить свое предназначение, которое заключается в удовлетворении потребностей. Сбор информации, ее интерпретацию, оценочные и прогнозные расчеты, выполняемые для маркетинговых служб и руководства предприятием по их заказу, принято называть маркетинговыми исследованиями.

ПУБЛИКАЦИИ ДОЦ. ЕГОРОВОЙ В.К.
ЗА 2002 ГОД.

1. Егорова В.К. Объективные основы финансовой реструктуризации и рекапитализации банковских институтов в Беларуси /Материалы 1-й Международной научно-практической конференции: «Антикризисное управление». – Минск, 2002. – 0,1 п.л.
2. Егорова В.К., Мамай Ю. Проблемы частного предпринимательства в переходной экономике. /Тезисы докладов XXXV научно-технической конференции преподавателей и студентов. – Витебск, 2002.- 0,02 п.л.
3. Егорова В.К. Проблемы становления и развития белорусского предпринимательства //Малое предпринимательство: проблемы и перспективы. Материалы международной научной конференции. – Витебск, 2002.- 0,5 п.л.
4. Мещанинова Ю.В., Егорова В.К. Как сделать, чтобы игорный бизнес пополнял казну? // VII Республиканская конференция студентов и аспирантов РБ.- ПГУ, 2002, - 0,1 п.л.
5. Кухто Ю.Ю., Егорова В.К. Экономическая несостоятельность субъекта хозяйствования: экономико-правовой аспект // VII Республиканская конференция студентов и аспирантов РБ.- ПГУ, 2002.- 0,1 п.л

Публикации Орешенкова А.А

1. Орешенков А.А. Роль маркетинга в условиях глобализации экономики.- статья.- 0,5 п.л.
2. Орешенков А.А., Веденин Г.А. Маркетинг промышленных предприятий и его развитие.-Тезисы.- 0,1 п.л.
3. Веденин Г.В., Орешенков А.А. Возможности и роль выбора внешних рынков.- Тезисы.-0,1 п.л.

Список публикаций Черного В.П. за 2002 год.

1. Чёрный В.П. Проблемы формирования региональной внешнеэкономической политики // Управление организацией: региональный аспект: Материалы X междунар. науч.-практ. конф. Чернигов 12-13 апр. 2002 г. – Киев: Политехника, 2002. – с. 339-340.
2. Чёрный В.П. Содержание региональной промышленной политики в условиях трансформации экономики // Теория и практика менеджмента и маркетинга: Тезисы докл. междунар. семинара. – Мн.: БГЭУ, 2002.
3. Чёрный В.П. Проблемы развития промышленности Витебской области // Тезисы докладов VI Республиканской научной конф. студентов и аспирантов Беларуси «НИРС-2001». В 2-х частях. Часть I. – Витебск: Изд-во ВГУ им. П.М. Машерова, 2002. – с. 411-413.
4. Чёрный В.П. Функции и роль государства в условиях переходной экономики // Тезисы докл. XXXV науч.-техн. конф. преподавателей и студентов УО «ВГТУ» – Республика Беларусь, Витебск: УО «ВГТУ», 2002. – с. 77-78.