

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
Белорусский государственный университет
Институт бизнеса БГУ

БИЗНЕС. ОБРАЗОВАНИЕ. ЭКОНОМИКА

Сборник статей
Международной научно-практической конференции

Минск, 1–2 апреля 2021 г.

Научное электронное издание

ISBN 978-985-7214-47-1

Минск
Институт бизнеса БГУ
2021

Редакционная коллегия:

кандидат юридических наук, доцент *В. В. Манкевич* (главный редактор);

Е. М. Минченко (секретарь);

доктор экономических наук, профессор *Л. Ф. Догиль*;

доктор экономических наук, профессор *Г. А. Примаченок*;

кандидат экономических наук, доцент *Ж. П. Аникина*;

кандидат экономических наук, доцент *А. Д. Молокович*;

кандидат педагогических наук *М. В. Лесниченко-Роговская*;

кандидат психологических наук, доцент *Н. К. Плавник*;

кандидат педагогических наук, доцент *Е. А. Поддубская*;

кандидат исторических наук, доцент *Г. К. Аргучинцев*;

кандидат физико-математических наук, доцент *В. П. Киреенко*;

кандидат физико-математических наук, доцент *Ю. В. Минченков*;

Е. Г. Гриневич; Л. Н. Дукорская

Бизнес. Образование. Экономика : Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 1–2 апр. 2021 г. : сб. ст. / редкол.: В. В. Манкевич [и др.]. – Минск : Институт бизнеса БГУ, 2021. – Систем. требования: PC, Pentium 166 или выше RAM 16 Мб ; Windows XP, Internet Explorer ; видеокарта 2 Мб ; экран 1024×768. – ISBN 978-985-7214-47-1.

Рассматриваются тенденции и перспективы развития инновационной экономики, бизнеса и бизнес-образования.

Для научно-педагогических работников вузов, а также практикующих специалистов, представителей бизнеса, государственных органов, СМИ, общественных объединений.

Минимальные системные требования:

PC, Pentium 166 или выше RAM 16 Мб ; Windows XP, Internet Explorer ; видеокарта 2 Мб ; экран 1024×768

Использованное программное обеспечение:

Microsoft Word 2013, Adobe Reader XI

Ответственный за выпуск *Е. М. Минченко*

Компьютерная верстка *И. К. Буевич, И. И. Соболевского*

Дата размещения: 06.07.2021.

Объем издания: 13,3 Мб.

Адрес размещения:

<https://elib.bsu.by/handle/123456789/209862>

Л. С. Макарова

*Брестский государственный университет имени А. С. Пушкина,
Брест, Беларусь, makarova-lubov-2020@mail.ru*

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Существует много различных исследовательских методик и технологий, применяемых в процессе сбора маркетинговых данных. обстоятельный анализ существующих аналитико-прогностических методов маркетинговых исследований позволяет систематизировать.

Ключевые слова: *исследовательские методики и технологии, mix-методики, метод Polli-Cook, метод функционально-стоимостного анализа, метод фокусирующего прогнозирования, модель диффузии, метод морфологического анализа*

L. Makarova

*Brest State University named after A. S. Pushkin,
Brest, Belarus, makarova-lubov-2020@mail.ru*

METHODOLOGICAL TOOLS MARKETING RESEARCH

There are many different research techniques and technologies used in the marketing data collection process. A thorough analysis of existing analytical and prognostic methods of marketing research allows you to systematize.

Keywords: *research methods and technologies, mix-methods, Polli-Cook method, functional-cost analysis method, focusing prediction method, diffusion model, morphological analysis method*

Анализ экономической литературы свидетельствует о существовании широкого спектра поисковых методов получения маркетинговой информации, эффективность практического применения каждого из которых зависит от профессионализма исследователя, правильного выбора метода исследования и соответствия существующей рыночной ситуации.

Поскольку действенным инструментом получения необходимой информации о рыночной среде являются маркетинговые исследования, важную роль играет анализ и систематизация методологического инструментария их проведения, т. е. системы общих и специальных методов и технологий сбора и анализа первичной и вторичной маркетинговой информации, что в свою очередь позволяет выделить группу внешне ориентированных методов планирования.

Как известно, для качественного выполнения маркетингового исследования необходим поиск и сбор необходимой для анализа маркетинговой информации с использованием различных взаимодополняющих источников и методов ее получения, а также сочетание ретроспективного анализа и перспективного прогноза экономических показателей. Кроме того, каждому этапу маркетингового исследования присущ специфический методологический инструментарий. Так, на стадии сбора маркетинговых данных применяются поисковые методы, которые позволяют получать информацию из внутренних и внешних источников. Обработка маркетинговой информации осуществляется с помощью комплекса аналитических инструментов. В целях предсказания тенденций развития экономической системы используются методы прогнозирования. Итак, в зависимости от стадии исследовательского процесса, в системе внешне ориентированных методов целесообразно выделить поисковые или методы получения маркетинговой информации и аналитико-прогностические методы маркетинговых исследований.

На текущий момент существует много различных исследовательских методик и технологий, применяемых в процессе сбора маркетинговых данных, однако все они подпадают под общую довольно простую и понятную схему маркетинговых мероприятий, а выбор конкретного метода получения маркетинговой информации определяется целью и характером исследования, особенностями изучаемого объекта, величиной имеющихся финансовых ресурсов и тому подобное.

В последнее время распространение получают так называемые mix-методики (hall-тесты и home-тесты), которые достаточно удачно сочетают преимущества качественных и количественных методов коммуникативных маркетинговых исследований (рис. 1).



Рис. 1. Методы получения маркетинговой информации (поисковые методы)

В ситуациях, когда оперативную маркетинговую информацию о предприятии и рыночной ситуации необходимо собрать в течение крайне короткого промежутка времени, наиболее целесообразным способом ее получения является проведение кабинетных маркетинговых исследований, предусматривающих изучение текущего состояния предприятия, обзор рыночной ситуации и основных тенденций ее развития с помощью оперативного сбора и анализа вторичной маркетинговой информации из внутренних и внешних источников. Данный метод особенно эффективен, учитывая небольшие затраты времени и финансовых ресурсов для его реализации, а также нестабильность бизнес-среды, когда результаты проведения длительных и дорогостоящих маркетинговых исследований могут оказаться неактуальными, в связи с динамическими изменениями условий рынка.

Обычно для получения внешних и внутренних вторичных маркетинговых данных используется мониторинг, т. е. постоянное отслеживание повседневной, интересной с точки зрения маркетинга внутрикорпоративной информации и сведений о состоянии внешней бизнес-среды. Самым распространенным способом получения внутренней вторичной маркетинговой информации является анализ текущей внутрифирменной документации и обмен информацией между сотрудниками. Источниками внешней вторичной маркетинговой информации являются СМИ, интернет, обзор периодических статистических и отраслевых изданий, общение с деловыми партнерами, посещение промышленных ярмарок, выставок, дней открытых дверей, дружеских встреч, участие в семинарах, совещаниях и собраниях, анализ выводов предыдущих исследований, приобретение сведений от независимых поставщиков информации и т. д.

Обстоятельный анализ существующих аналитико-прогностических методов маркетинговых исследований позволяет систематизировать их по таким блокам (рис. 2).



Рис. 2. Аналитико-прогностические методы маркетинговых исследований

Отдельно стоит выделить другие формализованные методы исследования, которые не вошли ни в одну из вышеуказанных групп, а именно: метод Polli-Cook, метод функционально-стоимостного анализа, метод фокусирующего прогнозирования, модель диффузии или модель Баса и метод морфологического анализа

Таким образом, использование вышеописанного методологического инструментария стратегического планирования и маркетинговых исследований в процессе разработки стратегии развития предприятия имеет важное значение, поскольку позволяет установить количественную и качественную взаимосвязь между отдельными элементами и факторами экономической среды, оценить влияние каждого из них на развитие предприятия и рынка и разработать ряд альтернативных вариантов развития событий.

Несмотря на то, что в Республике Беларусь маркетинг еще не получил достаточного распространения, но все большее число предприятий начинают успешно использовать его основные принципы в своей работе. К сожалению, маркетинговая деятельность требует больших денежных расходов, что в нашей пока нестабильной экономической ситуации практически невозможно. Исследуя различные аспекты функционирования отечественных фирм и организаций, можно заключить, что маркетинговый подход к делу вскоре поможет нашим предприятиям выйти из кризиса и занять достойное место в сфере международных экономических отношений.

Список использованных источников

1. Косенков, Г. И. Маркетинговые исследования / Г. И. Косенков. – М. : Сокровища, 2004. – 464 с.
2. Ермошенко, С. А. Маркетинг для магистров : учеб. пособие : в 2 т. / М. М. Ермошенко, С. А. Ерохина ; под. ред. М. М. Ермошенко. – М. : Нац. акад. упр., 2007. – Т. 1. – 604 с.
3. Багиев, Г. Л. Основы маркетинговых исследований : учеб. пособие / Г. Л. Багиев, И. А. Аренков. – СПб. : СПбУЭФ, 1996. – 93 с.

СОДЕРЖАНИЕ

1. ТРАНСФОРМАЦИЯ БИЗНЕС-МОДЕЛЕЙ БЕЛОРУССКИХ КОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ

<i>Бондарь Д. П.</i> Анализ правового регулирования социального предпринимательства в Республике Беларусь	11
<i>Воронин С. М., Ручанов А. В.</i> Промышленная кооперация и локализация производств как инструмент промышленной политики Беларуси	15
<i>Голайдо И. М., Фоминова Е. М.</i> Перспективы применения антимонопольного комплаенса	19
<i>Гончарёнок Д. Г.</i> Этапы оценки экономической безопасности организации	22
<i>Гопка Е. А.</i> О некоторых вопросах бизнес-образования в условиях цифровизации	26
<i>Дзюбенко И. Б.</i> Экспоненциальные организации и цифровая трансформация.....	29
<i>Догиль Л. Ф., Маковская Е. В.</i> Подготовка конкурентоспособных управленцев для сферы предпринимательства и бизнеса	34
<i>Дорожко С. В., Шушкевич А. М.</i> Промышленный симбиоз и новые возможности для энерго- и ресурсосбережения предприятий.....	39
<i>Дудкин А. Б., Королев Ю. Ю.</i> Цифровизация P2P-кредитования в Республике Беларусь	44
<i>Дукорская Л. Н., Киреев Н. Б.</i> Визуальные модели в проектировании бизнеса и разработке программного обеспечения.....	49
<i>Евменчик О. С.</i> Трансформация бизнес-моделей: финансовый аспект	52
<i>Ельсуков В. П.</i> Автоматизированная система управления регионом как инструмент комплексного развития.....	58
<i>Жуковская О. Ю.</i> Инновационные бизнес-модели: основные направления и условия реализации	63
<i>Забродская Н. Г., Хацкевич Г. А.</i> Циркулярная экономика и внедрение зеленых принципов устойчивого развития	67
<i>Зубок С. В.</i> Трансформация бизнес-модели белорусских коммерческих банков в условиях цифровизации.....	72
<i>Козлова С. В.</i> Эффективность корпоративного управления в российских компаниях с государственным участием	75
<i>Короб А. Н.</i> Институциональные условия формирования модели предпринимательского университета в Беларуси	79
<i>Лисица Е. С.</i> Институциональная структура научно-технического сотрудничества в Евразийском экономическом союзе	85
<i>Мальцевич Н. В.</i> Устойчивое развитие рынка банковских услуг в эпоху цифровизации	89
<i>Муха Д. В.</i> Влияние Индустрии 4.0 на бизнес-модели многонациональных корпораций	94
<i>Мышковец Ю. А., Толкач Г. В.</i> Сделки слияния и поглощения: типология, механизм проведения и оценка эффективности	97
<i>Прохорова Т. В.</i> Разработка бизнес-моделей организации дистанционной работы	100
<i>Рыбакова Т. А.</i> Методический аспект оценки конкурентоспособности предприятия на внешних рынках	104

<i>Сергиевич Т. В.</i> Теоретические подходы к исследованию бизнес-моделей коммерческих организаций в условиях цифровизации	109
<i>Скуратович И. В., Минченко Е. М.</i> Влияние более чистого производства на общую структуру управления организацией.....	113
<i>Глеубаев Т. Е., Омарбаева С. Т.</i> Современное состояние цементной промышленности в Республике Казахстан.....	117
<i>Шпортова Т. В., Рыкова И. А., Уварова Е. Е.</i> Роль коммерческой медицины для реализации приоритетов государства в сфере здравоохранения.....	121

2. ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ И ТЕХНОЛОГИИ В ЭКОНОМИКЕ, ОБРАЗОВАНИИ И БИЗНЕСЕ

<i>Абрамян Г. А.</i> Развитие IT-отрасли как фактор повышения инвестиционной привлекательности региона	125
<i>Баньковская Ю. Л.</i> Современное использование сетевых технологий в образовании	129
<i>Василевская В. Э.</i> Информационный ресурс экономических благ.....	133
<i>Дашко А. Ю.</i> Трансформация бизнес-моделей компаний в условиях формирования цифровой экономики.....	136
<i>Ермакова Т. А.</i> Развитие процессного подхода к управлению с использованием технологии Process Mining	141
<i>Zougheib N.</i> Digital transformation in higher education.....	144
<i>Зуева Е. Г.</i> Информационные технологии в обучении	147
<i>Зуйкова О. А.</i> Цифровые технологии при производстве молока	151
<i>Каган О. Ф.</i> Направления использования информационных систем в спорте.....	154
<i>Карлова О. Ю., Малетина А. М.</i> Изменение логистических бизнес-процессов цепей поставок с применением цифровых технологий.....	158
<i>Карпиеня М. В.</i> Защита веб-приложений от SQL-инъекций.....	163
<i>Кричевский С. Ю.</i> Дистанционная форма получения высшего экономического образования: опыт, проблемы, перспективы.....	166
<i>Королевич Ю. В.</i> О цифровизации субъектов малого и среднего бизнеса в Республике Беларусь	169
<i>Крот Д. И.</i> Омниканальность как инструмент оптимизации бизнес-процессов.....	173
<i>Lukic A., Novovic M.</i> Learning process and knowledge transfer in virtual organizations	177
<i>Макаревич С. В.</i> Повышение эффективности взаимодействия государственной системы научно-технической информации и научно-исследовательских институтов	181
<i>Минченков Ю. В., Гордич А. А.</i> Основные направления цифровой трансформации бизнес-образования.....	185
<i>Мякинская В. В.</i> Повышение квалификации антикризисных управляющих с использованием информационных технологий.....	189
<i>Опарин И. Д., Яшин А. А.</i> Структура информации при проведении комплексной оценки ущерба от пожаров.....	193
<i>Пашнин А. О.</i> Краудфандинг: направления исследований и теоретические основы	197
<i>Силкович Ю. Н., Гриневич Е. Г.</i> Проектирование информационной системы учебного тренажера «Управление промышленным предприятием»	201
<i>Синкевич К. В.</i> Образование в условиях цифровой трансформации.....	207
<i>Стачук И. П.</i> Технологическое обеспечение дистанционного обучения в высшем учебном заведении	212

<i>Усова А. И., Власенко К. А.</i> Инновационное развитие промышленных предприятий в условиях цифровой трансформации	215
<i>Усоский В. Н.</i> Рыночная экономика versus виртуальной реальности	219
<i>Чирич А. В.</i> Использование информационных технологий в высшей школе в условиях пандемии	224
<i>Ярошевич А. О.</i> Концепция интерфейса от Apple и ее применение в образовательных сайтах.....	227
<i>Яскевич С. В., Маковская Е. В., Ткалич Т. А., Силкович Ю. Н.</i> Разработка и использование цифровых интерактивных объектов в электронных учебных материалах.....	232

3. ТРАНСФОРМАЦИЯ МАРКЕТИНГА В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

<i>Аникина Ж. П., Колодник Д. С.</i> Применение QR-кода в качестве рекламного носителя.....	236
<i>Ващило А. А., Чугай Я. А.</i> Совершенствование программы повышения лояльности клиентов на рынке интернет-услуг.....	239
<i>Гуторова И. И.</i> Развитие гастрономического туризма в Республике Беларусь	243
<i>Добромудрова И. А.</i> Маркетинговый характер коллабораций компаний и брендов.....	247
<i>Зубцова Ю. И., Мухамедова Т. О.</i> Кастомизация онлайн-сервисов в современных организациях: формирование, развитие и использование	251
<i>Казуцик А. А.</i> Омниканальный маркетинг – современный тренд взаимодействия с покупателями.....	256
<i>Коротковская Е. В.</i> Цифровой маркетинг в России: характеристика и современные инструменты	259
<i>Лесниченко-Роговская М. В.</i> Прогнозирование рекламной кампании в организации.....	263
<i>Макарова Л. С.</i> Методологический инструментарий маркетинговых исследований	267
<i>Толстик И. А.</i> Перспективные маркетинговые коммуникации на рынке Евразийского экономического союза.....	270
<i>Хотина Е. В., Буйлицкий А. П.</i> Оценка позиции продукции лидеров на рынке шоколадных изделий в Республике Беларусь	274
<i>Чвертко Л. А., Винницкая О. А., Корниенко Т. А.</i> Использование страховыми компаниями концепции маркетинга, ориентированного на удовлетворение потребностей потребителей.....	279
<i>Черченко Н. В., Мармашова С. П.</i> Брендинг как фактор устойчивого развития территории	283
<i>Юзык Л. А.</i> Инновации социально-ориентированного маркетинга: генезис понятия	286

4. ПРОБЛЕМЫ И НАПРАВЛЕНИЯ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ И ФИНАНСОВЫХ МЕХАНИЗМОВ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ

<i>Абельдинова Ж. С.</i> Модели оценки кредитного портфеля коммерческого банка в условиях цифровой экономики	290
<i>Авдей О. В.</i> Эффективная организация экономики и развитие системы социально-экономических ценностей.....	294
<i>Алексеев Т. С.</i> Теоретические подходы и национальные особенности электронной торговли.....	297
<i>Алтысбаев К. А., Есжанова Ж. Ж., Даулетханова Ж. Д., Оспанова А. С., Баймамыров Б. А.</i> Перспективы развития цифровых технологий в банковской системе Республики Казахстан.....	302
<i>Анципович Е. М.</i> Влияние информационных технологий на поведение потребителей.....	307
<i>Барсегян Л. М.</i> Трансформация финансового менеджмента в условиях цифровизации экономики.....	310
<i>Белобородько А. М.</i> Возможности и перспективы развития цифровой экономики в странах Евразийского экономического союза.....	313

<i>Братченко С. А.</i> Риски цифровизации через призму качества государственного управления в Российской Федерации.....	317
<i>Бурак Е. М.</i> Реалии цифровой трансформации организации.....	321
<i>Воробьева Е. М., Крюк Д. Д.</i> Digital-технологии в HR как условие эффективного функционирования организации в экстремальных условиях.....	325
<i>Врубель Ю., Плескач Ж.</i> Оценка макроэкономической политики государства в условиях эпидемиологического кризиса.....	329
<i>Горохова А. А.</i> Инвестиционная привлекательность венчурного капитала в Республике Беларусь.....	334
<i>Егоров А. В., Рачковский Н. Н.</i> Некоторые аспекты совершенствования скоринговой модели Эдварда Альтмана.....	339
<i>Ерёмушкина С. В.</i> Применение системно-векторной психологии в системе управления персоналом.....	342
<i>Ермалович Л. П.</i> Мотивация в условиях цифровой трансформации экономики.....	345
<i>Зеленкевич М. Л.</i> Содержание и структура механизма монетарного регулирования инвестиций.....	349
<i>Зубок С. В.</i> Развитие финтех как направление цифровой трансформации экономики.....	355
<i>Касьмова И. Б.</i> Перспективы инвестирования в криптовалюту и золото в современных условиях.....	358
<i>Краснова И. И.</i> Токенизированные облигации как объект онлайн-платформы Finstore.....	362
<i>Лазарева Н. В.</i> Обеспечение информационной безопасности при формировании отчетности.....	366
<i>Лебедева А. В.</i> Особенности содержания нефинансовой отчетности субъектов венчурной деятельности в Республике Беларусь.....	369
<i>Лемешевский И. М.</i> Преодоление кризиса системы управления государственным капиталом в постпереходный период.....	372
<i>Липов В. В.</i> Комплементарность информационных (цифровых) платформ: от иерархической к горизонтальной бизнес-модели.....	377
<i>Молохович М. В.</i> Специфика гармонизации экономических интересов участников корпоративных структур в условиях цифровизации.....	381
<i>Наумович О. А.</i> Трансформация социально-экономических процессов.....	386
<i>Новикова Ю. Ю.</i> Проблемы и направления цифровой трансформации агропромышленного комплекса Беларуси в условиях инновационного развития.....	389
<i>Петрович М. Ю., Забродская К. А.</i> Биометрические технологии как инновационный инструмент цифрового развития экономики Республики Беларусь.....	393
<i>Поддубная О. Н.</i> К вопросу взаимодействия экономических агентов в условиях цифровой трансформации.....	398
<i>Пронузо Ю. С.</i> Взаимосвязь добавленной стоимости и инновационной деятельности (на материалах Гомельской области).....	402
<i>Пузилов В. В.</i> Направления реализации интеллектуального капитала как фактора инновационного развития экономики.....	407
<i>Роговская В. В.</i> Тенденции развития цифровой экономики и трансформации в России: состояние, тренды и угрозы безопасности.....	411
<i>Родионова Н. В.</i> Цифровая трансформация условий международного сотрудничества на примере проектного замысла «Золотое кольцо Византии».....	417
<i>Румянцев В. А., Гончарик Н. В.</i> К вопросу об участии Беларуси в цифровой повестке Евразийского экономического союза.....	423
<i>Рябошапка А. Р., Рязанов А. А.</i> Направления и проблемы цифровизации государственных услуг в Российской Федерации и Республике Беларусь.....	427
<i>Рязанов А. А.</i> Опыт цифровой трансформации акционерного общества «Научно-производственное объединение „Энергомаш“».....	431

<i>Ткачев А. Б.</i> Оценка эффективности маркетинга интеллектуального продукта в учреждениях высшего образования	435
<i>Шинкарь Ю. Ю.</i> Цифровая трансформация в HR-сфере: проблемы, задачи, перспективы	439

5. ЭФФЕКТИВНЫЕ ЛОГИСТИЧЕСКИЕ СИСТЕМЫ И ПРОЦЕССЫ УПРАВЛЕНИЯ ТОВАРОДВИЖЕНИЕМ

<i>Апанасович Н. В., Зеньчук Н. Ф.</i> Поточковая модель процесса создания инновационных продуктов и ее основные параметры	442
<i>Буцанец Н. Б.</i> Логистика Евразийского экономического союза: современные вызовы и пути развития	447
<i>Верниковская О. В.</i> Комплексное решение в логистике товародвижения	451
<i>Горбачева А. И.</i> Показатели эффективности логистики интернет-магазина	456
<i>Гулягина О. С.</i> Оптимизация запасов в цепи поставок: технологический аспект	459
<i>Дроздов П. А.</i> Методика расчета провозной платы на автотранспорте	464
<i>Ермакова Е. В.</i> Особенности таможенных рисков в экспортных цепях поставок	469
<i>Капорцева О. Н.</i> Эффективность рынка логистических услуг в условиях цифровизации экономики.....	474
<i>Козырева Ю. Ю., Ван Гуй Сэнь.</i> Статистический анализ динамики и структуры объема оказания транспортных услуг населению Китая	479
<i>Костюкова Е. Н.</i> Логистический аутсорсинг в Республике Беларусь.....	483
<i>Куган С. Ф.</i> Сценарий стратегического развития – разработка и реализация.....	486
<i>Кучеренко С. Ю., Леваева Л. Ю., Кучеренко Н. А.</i> Особенности применения мерчандайзинга в розничной торговле	491
<i>Личман Е. А.</i> Интегрирование нового подхода к перевозке контейнеров на маршруте «Китай – Россия – Европа»	496
<i>Мишкова М. П.</i> Проблемы и перспективы управления цепями поставок	500
<i>Молокович А. Д., Лукша Т. А.</i> Концепции политики устойчивого транспорта	503
<i>Мясникова О. В.</i> Стратегическое планирование цифровой трансформации производственно-логистических систем.....	507
<i>Примаченок Г. А.</i> Междисциплинарный подход в логистике: проблемы анализа при переходе к цифровой экономике	512
<i>Туровец А. М., Кононович В. С.</i> Способы оценки уровня взаимодействия в омниканальной системе при реализации транспортно-экспедиционных услуг	516

6. ГУМАНИТАРНЫЕ АСПЕКТЫ СОВРЕМЕННОГО БИЗНЕС-ОБРАЗОВАНИЯ

<i>Агеева Н. В.</i> Предпринимательская деятельность в сфере дошкольного образования	519
<i>Барсук И. А.</i> Учебная дисциплина «Философия бизнеса» в контексте модели «Университет 3.0»	525
<i>Еловая Е. М.</i> Дистанционное образование в Беларуси: проблемы и перспективы.....	529
<i>Зубарев А. В.</i> Проблемы преподавания учебной дисциплины «История Беларуси» на английском языке.....	535
<i>Климкович Е. А., Киселев Р. Е.</i> Использование IT-технологий в «школьном» образовании	538
<i>Копейченко А. И.</i> К вопросу формирования экономической культуры учащихся в условиях цифровой трансформации	542
<i>Королев Ю. Ю.</i> Жизненные ценности Института бизнеса БГУ в новом десятилетии	546

<i>Кульбицкая Л. Е.</i> Социально-гуманитарное знание в системе экономического образования.....	549
<i>Ларина Т. В., Остапук С. И.</i> О необходимости когерентности оценивания и качества образования в современных условиях	553
<i>Левицкая И. В.</i> Практика использования онлайн-обучения в Институте бизнеса БГУ: мнение студентов и преподавателей.....	557
<i>Мальшева С. В., Подлуцкая В. В.</i> Коммуникация и групповая работа в мультикультурной студенческой группе.....	561
<i>Мальченко Н. С., Миклуш Т. А.</i> Об инновационной деятельности преподавателя в современных условиях	566
<i>Marinkovic D., Marinkovic T.</i> Necessity for neurobiological approaches within modern business education	570
<i>Martynova I.</i> Content and language integrated learning: how beneficial is it for the student	575
<i>Мацевич-Духан И. Я.</i> Креативный субъект и способы его воспроизводства	579
<i>Мацкевич Е. В.</i> Освоение студентами матрицы QFD посредством оценки эффективности элементов учебного курса.....	583
<i>Мизякина С. Н.</i> Роль философии в формировании инновационного мышления студентов.....	586
<i>Минько Н. С.</i> Проблемы правовой регламентации использования искусственного интеллекта в различных сферах общественной жизни	590
<i>Олекс О. А., Нечепуренко Ю. В.</i> Модель национальной системы образования в сфере интеллектуальной собственности.....	594
<i>Плескачѐва Н. М.</i> Современные тенденции профессионального становления специалистов.....	599
<i>Подпорин И. Г.</i> Возможно ли университетское образование в условиях вынужденной электронной коммуникации.....	602
<i>Сарна А. Я.</i> «Телеприсутствие»: преодолевая дистанцию	606
<i>Сацко Р. С.</i> Экономико-поведенческий подход к управлению рисками	611
<i>Соковикова Е. Е.</i> Теория и принципы создания персонализированной учебной среды на занятии	615
<i>Solovjov S.</i> Optimal psychological context: peculiarities of creation when teaching language.....	618
<i>Станишевская Л. П.</i> Из истории процессуальных прав несовершеннолетних	621
<i>Степанчук Ю. А., Теняно М. Ю., Шинкарь Ю. Ю.</i> Вопросы адаптации выпускников технических высших учебных заведений.....	625
<i>Тимофеева Ю. А., Квасова Д. С., Мееровская О. А., Ляднова Т. О.</i> Взаимодействие Объединенных Арабских Эмиратов и Республики Беларусь в сфере образования как основа для укрепления научно-технических связей	628
<i>Урганова Д. Б.</i> Цифровизация высшего образования: проблемы и перспективы.....	633
<i>Ходенков А. Л.</i> Перспективы и направления развития высшего образования Союзного государства Беларуси и России	636
<i>Шепетюк В. В.</i> Социально-гуманитарные компетенции специалиста в сфере бизнеса как фактор повышения его конкурентоспособности.....	641

7. КОРПОРАТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ, ЧЕЛОВЕЧЕСКИЕ РЕСУРСЫ И ИННОВАЦИИ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ

<i>Вацило А. А., Марушко Д. А.</i> Развитие молодежного инновационного предпринимательства в Союзном государстве Беларуси и России	645
<i>Гудель В. В.</i> Новое в понятии «трудовая функция» в трудовых отношениях.....	650
<i>Дроздова Н. В., Лобанов А. П.</i> Инновации в образовании: цифровые студенты	653

<i>Дьяченко О. Н.</i> Специфика подготовки человеческого капитала для сферы сервиса	658
<i>Yeginbayeva A., Karipova A.</i> Innovative approach to improving the competitiveness of the sugar industry in Kazakhstan	662
<i>Жилинская Н. Н., Корженевская Г. М.</i> Эволюция HR-менеджмента	667
<i>Илюкович А. А., Леднёва И. А.</i> Подготовка креативных менеджеров для достижения целей устойчивого развития	670
<i>Казанович Е. Ю.</i> Особенности жизнестойкости у студентов	673
<i>Касперук А. А.</i> Работают ли модные инструменты измерения вовлеченности	676
<i>Князькова В. С.</i> Развитие концепций интеллектуальных ресурсов в экономической мысли	681
<i>Ковалинский А. И., Кисельникова И. А.</i> Современные тенденции управления человеческими ресурсами в организации	686
<i>Ковалинский А. И., Поддубская Е. А.</i> Особенности работы с персоналом в условиях гиг-экономики	689
<i>Milošević D., Popović J.</i> Engaging consultants on projects	693
<i>Пархимчик Е. П.</i> Внутриорганизационный консультант по персоналу: видение должности	697
<i>Плавник Н. К.</i> Коучинг как инструмент развития человеческих ресурсов в условиях современной экономики	700
<i>Поболь А. И.</i> Потребности рынка труда в цифровой экономике	703
<i>Поддубская Е. А.</i> Персонализированное обучение взрослых в бизнес-образовании: контекст новой реальности	708
<i>Поддубская Е. А., Мамонова И. А.</i> Развитие образовательных программ для международных студентов в Республике Беларусь	712
<i>Попов А. А.</i> Новое в правовой подготовке персонала исполнителей логистических услуг	716
<i>Popović J., Milošević D.</i> Key skills of consultants and managers	720
<i>Пыко Е. П.</i> Возможности использования арт-терапевтических техник в преподавании конфликтологии специалистам по управлению персоналом	724
<i>Рязанов А. А., Почтовик Д. В.</i> Определение сущности риска в рамках проектного управления	728
<i>Садовская Е. Ю.</i> О влиянии современных экономических процессов на межпоколенческое коммуникативное взаимодействие на рабочем месте	731
<i>Сутело Н. П.</i> Формирование эффективной системы набора персонала на предприятиях малого бизнеса	735
<i>Karaki H.</i> Innovative financing for development in Lebanon	739