



**ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ
РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ**

Учреждение образования
«Брестский государственный университет имени А.С. Пушкина»

ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

Сборник материалов
VII Республиканской научно-практической конференции

Брест, 19 мая 2017 года

Брест
БрГУ имени А.С. Пушкина
2017

Л.С. МАКАРОВА

Брест, БрГУ имени А.С.Пушкина

ПРЕИМУЩЕСТВА МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ В ИНТЕРНЕТЕ

Одним из наиболее активно развивающихся направлений интернет-маркетинга являются онлайн-исследования рынка, т.е. маркетинговые исследования, проводимые с помощью интернет-технологий. Онлайн-исследование – это уникальная возможность быстро и с минимумом затрат получить информацию о слабоизученном рынке или социальном феномене. Все преимущества и возможности, которыми обладают маркетинговые исследования в Интернете, можно объединить в несколько групп: технико-экономические, управления и контроля, технологические, социальные и коммуникационные.

К технико-экономическим преимуществам относятся:

1) экономия ресурсов. По сравнению с традиционными формами опросов респондентов (квартирными, телефонными, почтовыми и т.п.) исследования через Интернет позволяют существенно сэкономить время, финансовые и человеческие ресурсы. Это достигается за счет того, что, проводя онлайн-опрос, исследователь получает возможность опросить значительно большее число респондентов и добиться при этом существенно меньшего уровня затрат. Не требуется привлечения дополнительного штата интервьюеров, размножения инструментария и т.п;

2) большой объем выборки. Низкий уровень материальных затрат в расчете на одного респондента позволяет, в свою очередь, при желании добиться существенно большего объема выборочной совокупности – до нескольких тысяч и даже десятков тысяч человек. Это, как известно, снижает величину случайной ошибки измерения;

3) быстрота опроса. Широкомасштабное и глобальное онлайн-исследование, включающее фокус-группу, состоящую из респондентов, «разбросанных» по разным странам, или опрос нескольких тысяч человек по всему миру, можно провести в течение одного-трех дней;

Преимущества маркетинговых исследований в Интернете, связанные с управлением и контролем, определяются следующими факторами:

1) строгая логика проведения опроса. Специальное программное обеспечение позволяет добиться исключения традиционных ошибок, характерных для интервьюеров, например зачитывания ими скрытых подсказок, таких как «затрудняюсь ответить». Соблюдается очередность переходов от вопроса к вопросу: последующий вопрос не может быть задан, если не получен ответ на предыдущий. Кроме того, в случае необходимости существует возможность размещения вопросов на веб-странице как списком, так и поодиночке, в определенном или случайном порядке;

2) контроль за ходом заполнения анкеты. Интернет предоставляет исследователю дополнительные возможности программного контроля над заполнением анкеты. Становится возможным выявление логических противоречий в ответах респондента и их исправление, решение проблемы неполных ответов. Специальная программа может проверять заполнение полей в анкете и в случае необходимости напоминать о том, что необходимо ответить на все вопросы.

Технологические преимущества онлайн-исследований заключаются в следующем:

1) использование элементов мультимедиа и гипертекста. Интернет позволяет использовать не только текстовые, но также и звуковые или видеоопросники, когда вопросы воспринимаются респондентами еще и на слух, а не только прочитываются с экрана компьютера. Возможно оригинальное оформление анкеты, названия, логотипа, торговой марки, бренда, тестирование дизайна и функциональных возможностей, богатая цветовая палитра, разные изображения, анимация и т.п. Респонденту может быть предварительно предоставлена для ознакомления музыкальная, графическая или видеoinформация, а затем исследовано его мнение относительно прочитанного, увиденного и услышанного. Использование элементов мультимедиа и гипертекста применяется для решения таких задач, как тестирование рекламной концепции, оценка корпоративного имиджа, тестирование и разработка продукта, оценка интернет-сайта клиента, изучение функциональности интернет-сайта компании, оценка упаковки товара;

2) возможность последующей коммуникации с респондентами. Интернет предоставляет возможность после ознакомления с результатами проведенного исследования связаться с респондентами с целью последующего критического разбора и внесения дополнений в опросники. Наличие обратной связи позволяет дополнительно стимулировать людей к участию в опросе;

3) возможность автоматического сбора дополнительной информации о респондентах. Интернет позволяет осуществлять сбор следующей информации: тип провайдера, IP-адрес компьютера, используемое программное обеспечение, адрес электронной почты, время заполнения опросника, место жительства и т.д.;

4) автоматическая письменная фиксация данных и автоматическая обработка анкет.

Социальные преимущества маркетинговых исследований в сети заключаются в следующем – глубина исследования, достижимость, нацеленность – возможность ориентации на специфические выборки.

Коммуникационные преимущества онлайн-исследований – релевантность (самостоятельность), высокий уровень доверия.

Сети – это гипер- и мультимедийная глобальная среда, предоставляющая невиданные до сих пор возможности взаимодействия начиная от простого обмена информацией и заканчивая осуществлением финансовых транзакций, заключением сделок и доставкой цифровых продуктов.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Таганов, Д. Н. Интернет как новый элемент системы маркетинговых коммуникаций / Д. Н. Таганов // Маркетинг. – № 3 (70). – 2003.
2. Успенский, И. В. Интернет-маркетинг : учебник / И. В. Успенский. – СПб. : Изд-во СПГУЭиФ. – 2003.

СЕКЦИЯ 1. МЕХАНИЗМЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СУБЪЕКТОВ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ РЕГИОНА

Агеенко А.Л. Информационные технологии как фактор повышения эффективности функционирования агропромышленного комплекса	3
Байнев В.Ф. Концептуальные основы обеспечения конкурентоспособности национальной экономики в условиях «четвертой индустриальной революции»	5
Бондарец Е.Ю., Петрукович Д.А. Выставки и ярмарки как инструмент маркетинга: современная концепция.....	8
Бруцкий А.А., Седель О.Я. Оптимизация расходов предприятия как механизм повышения эффективности деятельности предприятия	10
Варакулина М.В., Кисляк А.Ю. Финансовые результаты деятельности предприятий Республики Беларусь: тенденции и перспективы улучшения	11
Головчик И.А., Дмитрачкова О.В. Совершенствование механизма формирования прибыли на предприятии	13
Грабар Р.Н. Варианты форм интеграции предприятий агропромышленного комплекса.....	16
Грачева Н.В. Оптимизация процесса ввода инвестиций в инновационный процесс.....	18
Дзюба А.Е., Иванчина О.Н. «Партизанский маркетинг» как инструмент рекламы.....	22
Зайцева Н.И., Ковалевич О.В. Снижение себестоимости продукции за счет изменения способа начисления амортизации на примере ГУПП «Березовское ЖКХ»	24
Зайцева Н.И., Пархач А.А., Левчук А.В. Performance marketing – инновация маркетинга.....	26
Карпович А.И., Пилипчук И.В. Перспективы развития рекламного бизнеса в Республике Беларусь.....	28
Клюня В.Л., Медель А.П. Агротуризм в Республике Беларусь: состояние и основные приоритеты развития.....	30
Лосенкова Е.А., Огренич К.В. Маркетинг для поколения Z.....	32
Лосенкова Е.А. Анализ конкурентного окружения СП «Санта Бремор» ООО	34
Мацукевич В.В. Аукционы как способ вовлечения в хозяйственный оборот государственного имущества.....	36
Медведева Г.Т., Добринец С.С. Теоретические аспекты формирования организационных структур предприятия.....	39
Медведева Г.Т., Добринец С.С. Технология клиентинга на рынке недвижимости	42
Медведева Г.Б., Пелля А.А. Бизнес-модель М2М как инструмент повышения эффективности транзитного потенциала региона	43
Никитюк Е.А., Голуб Т.В., Маслакова Н.Н. Недобросовестная конкуренция: состояние и перспективы пресечения	47

Осипчук Н.В. Осуществление контроля при реализации инвестиционного проекта	50
Савонюк Н.В., Пилипчук И.В. Система менеджмента качества как инструмент повышения конкурентоспособности продукции ОАО «Жабинковский сахарный завод»	52
Савчук И.А., Медведева Г.Т. Методы защиты ценных бумаг	54
Савчук И.А., Медведева Г.Т. Эффект личной продажи	56
Светлышева Е.Д., Зайцева Н.И. Оценка конкурентоспособности страховой компании как методологическая основа исследования ее эффективного функционирования (на примере БРУСП «Белгосстрах»)	59
Смирнова Е.А. Контроллинг на предприятиях строительной отрасли	61
Стружук Т.Н., Петрукович Д.А. Определение факторов оценивания должностей в грейдовой системе оплаты труда на предприятии	63
Супрунович С.С., Дмитричкова О.В. Направления совершенствования политики ценообразования в туристическом бизнесе	65
Сухонос Н.И., Силюк Т.С. Транспортно-логистические центры в европейском союзе: опыт для Беларуси	67
Федотова В.В. Грейдирование как инструмент мотивации персонала на предприятии	70
Ярмолевич Н.Д., Седель О.Я. Основные направления повышения уровня рентабельности хозяйственной деятельности торговых предприятий	72

СЕКЦИЯ 2. МЕХАНИЗМЫ ПРИНЯТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ НА МАЛЫХ И СРЕДНИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Барановская О.В., Лосенкова Е.А. Магазин без упаковки	75
Бережная Г.Г. Особенности формирования принципов управления рисками в строительстве	76
Бондарец Е.Ю., Петрукович Д.А. Формирование имиджа организации	79
Бруцкий А.А., Седель О.Я. Оптимизация расходов предприятия как эффективное управленческое решение	80
Варакулина М.В. Особенности управляемой подсистемы системы управления персоналом на предприятиях малого бизнеса г. Бреста	81
Козинская Ж.С., Черкасов А.А. Call-центр как маркетинговая технология управления	84
Козлов С.Н. Особенности управления персоналом в малом бизнесе	87
Кутень А.В., Зайцева Н.И. Методы управления себестоимостью как фактор увеличения прибыли предприятия	88
Мещерякова Я.В. Внедрение интеграции логистики и маркетинга в сфере производства и товарообращения	90
Мещерякова Я.В., Долидзе Т.Ю. Инновации в малом бизнесе как составляющая социально-экономического потенциала России	94
Никитюк Е.А., Голуб Т.В., Лосенкова Е.А. Повышение мотивации путем разработки системы премирования на примере УП «Барановичское отделение белорусской железной дороги»	97

Ничишина Е.О., Петрукович Д.А. Продвижение платных услуг государственных организаций	99
Пилипчук И.В. Анализ инвестиционных рисков как механизм управления инвестиционной деятельностью.....	99
Плавская В.С., Петрукович Д.А. ABC-анализ в системе материальных запасов	101
Рыбак В.А., Барма А.В. Оценка действующей стратегии ОАО «Жабинковский комбикормовый завод».....	103

СЕКЦИЯ 3. СТРАТЕГИЯ И МЕХАНИЗМЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНОГО И ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА

Ангел О.В., Лещенко Л.А. Медикализация старости как социальная проблема современного общества	106
Бушько С.А. Территориальный маркетинг в управлении развитием и конкурентоспособностью города.....	109
Варакулна М.В., Динмухаммедов К. Банковская система Республики Беларусь и Республики Туркменистан: сравнительный анализ	111
Дзюба А.Е., Зайцева Н.И. Состояние и перспективы развития финансового рынка Республики Беларусь	114
Дмитрачкова О.В. Оценка состояния региональной логистической инфраструктуры.....	117
Кададинский Е.А., Матвейук А.А., Мацкевич В.В. Бизнес-инкубатор как инновационная форма взаимодействия между государством и бизнесом в Брестской области	118
Крылович Н.В., Иванчина О.Н. Влияние промышленности на экологию Республики Беларусь	121
Куган С.Ф. Обоснование выбора критериев оценки логистического потенциала региона	123
Макарук О.Е. Инновационный университет в контексте «умной специализации» региона	126
Матвейук А.А., Кададинский Е.А., Седель О.Я. Инвестиционное кредитование как фактор влияния государства на инновационное развитие региона	129
Матюшкова Г.Л., Петрукович Д.А. Радарные диаграммы в оценке продовольственной безопасности стран ЕАЭС в стартовом 2015 году	131
Медведева Г.Б., Захарченко Л.А. Инновационные сети как объект региональной политики	132
Нестерук О.А., Макарова Л.С. «Зеленая» экономика: сущность, принципы и влияние на развитие территорий.....	135
Нестерук О.А., Макарова Л.С. Экотуризм как один из компонентов стратегии развития региона.....	137
Орлова А.В. Развитие женского предпринимательства в Беларуси через призму программно-целевого метода	139

Предыбайло С.Д. К вопросу о необходимости регулирования половозрастной структуры сельского населения Беларуси	142
Пронузо Ю.С. Механизм активизации инновационной деятельности	144
Прыгун И.В. Место и значение розничного товарооборота в системе критериев и индикаторов устойчивого развития потребительского рынка	147
Романович С.П. Тенденции развития потребительского рынка	148
Семёнова Т.С. Интернет-маркетинг учреждений образования Бреста и Брестской области	150
Хведчик И.В. Анализ мирового рынка страхования за 2013–2015 годы	152
Хведчик И.В. Страховой рынок Республики Беларусь	154
Янукович О.В., Сметюх А.В. Региональные кластеры как основа для экономического роста территории	156

СЕКЦИЯ 4. ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА

Барановская И.М. Государственно-правовое обеспечение, реализация экономических прав женщин в Республике Беларусь	159
Бараповская И.М. Особенности применения сроков исковой давности при разделе общей совместной собственности супругов	161
Вакулич Е.С., Игнатович В.Э., Маслакова Н.Н. Совершенствование правового регулирования предпринимательской деятельности в средних, малых городских поселениях, сельской местности	162
Валяева Н.И., Чугунова Т.И. Институт кассационного производства в гражданском и хозяйственном судопроизводствах: сравнительно-правовой анализ	165
Динмухаммедов К.Д., Маслакова Н.Н. Биржевая торговля в Туркменистане	167
Каракошко Д.А., Маслакова Н.Н. Нормирование рабочего времени на примере ОАО «Брестский ликеро-водочный завод “Белалко”»	170
Кутень А.В., Маслакова Н.Н. К вопросу о развитии инфраструктуры поддержки малого и среднего предпринимательства	172
Лозицкий А.С., Гресь В.С., Пожарная О.В. Роль органов местного самоуправления в антикризисном управлении: изучаем опыт Российской Федерации	175
Мороз В.А. История возникновения ценных бумаг (акций): правовой аспект ...	177
Назарук М.М., Барановская И.М. Проблемы института компенсации морального вреда	180
Онищук И.В. Транспортное страхование	183
Пожарная О.В. Копирайтинг: проблемы правового регулирования в Республике Беларусь	185
Речниц Е.В. О некоторых аспектах правовой охраны водно-болотных территорий, в пределах которых расположены зоны санитарной охраны месторождений минеральных вод и лечебных сапропелей	187
Чугунова Т.И. Защита прав работников в комиссиях по трудовым спорам: проблемные вопросы	190

Чугунова Т.И. Преимущества медиации как альтернативного способа разрешения трудовых конфликтов	192
--	-----

СЕКЦИЯ 5. ЕСТЕСТВЕННО-НАУЧНЫЕ МЕТОДЫ В ИССЛЕДОВАНИЯХ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

Белемук О.В. Эмуляция доступа к ресурсам внешней сети по технологии ADSL	195
Кондратюк А.П. Итеративное решение полулинейных параболических уравнений	196
Конючук В.В. Моделирование устойчивого кормопроизводства регионального АПК в условия агроэкологических рисков	198
Макарова Л.С. Преимущества маркетинговых исследований в Интернете.....	200
Матысик О.В., Сидак С.В. Неявная итерационная схема решения некорректных задач в «ослабленной» норме гильбертова пространства	202
Матысик О.В., Ткач С.Н. О регуляризации некорректных уравнений первого рода в гильбертовом пространстве.....	204
Матысик О.В., Худяков А.П. О тригонометрическом интерполировании Эрмита – Биркгофа для функций матричного аргумента	206
Мирская Е.И. Сравнительный анализ вторых моментов оценки спектральной плотности многомерного стационарного случайного процесса.....	208
Михайлов А.В. О решении операторных уравнений второго рода с нормальными операторами.....	209
Певкин Д.Е., Савчук В.Ф. Метод итераций явного типа решения некорректных уравнений экономики	210
Петрукович Д.А., Казмерчук В.А. Метод косвенных оценок отдельных параметров рынка	212
Рак М.П., Савчук В.Ф. Регуляризация операторных уравнений методом итераций неявного типа	214
Сендер А.Н. Уровень качества в системе сервисной логистики	216
Сендер Н.Н., Войтович В.В. Теория последовательностей в экономических задачах	218
Сендер Н.Н., Кондратюк А.П. Определенные интегралы различных видов и их приложения в экономике	221
Сендер Н.Н., Лемешевский В.И. Использование понятия производной в экономических задачах	224
Сидорук Н.М., Макарова Л.С. Методы в исследованиях региональной экономики.....	226
Ткач С.Н., Матысик О.В. О градиентной схеме регуляризации некорректных задач.....	228
Худяков А.П., Матысик О.В. Интерполирование алгебраического типа с одним специальным узлом.....	229