

**Учреждение образования**

**«Институт предпринимательской деятельности»**

**Сборник материалов**

**VIII Республиканской студенческой научно-практической конференции**

**ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В БЕЛАРУСИ:**

**ОПЫТ СТАНОВЛЕНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ**

**26 февраля 2016 года**

**В 4 частях**

 **Часть 1**

**Маркетинг, менеджмент**

**И ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ**

 **предпринимательской деятельности**

**Минск 2016**

Рецензент:

Кунявский А.М., заведующий кафедрой маркетинга и менеджмента, к.э.н., доцент

Предпринимательство в Беларуси: опыт становления и перспективы развития: Сборник материалов VIII Республиканской студенческой научно-практической конференции (Минск, 26 февраля 2016 г.). В 4 ч. Ч. 1. Маркетинг, менеджмент и правовое обеспечение предпринимательской деятельности. – Минск: «Ковчег», 2016. – 93 с.

**СОДЕРЖАНИЕ**

|  |  |
| --- | --- |
| *Андросова М.Р., Марчук В.В.*ПРОБЛЕМЫ НЕСОВЕРШЕННОЛЕТНИХ В РЕАЛИЗАЦИИ ПРАВА НА ЗАНЯТИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ | 6 |
| *Благуш Е.А.*КОЛИЧЕСТВЕННАЯ И КАЧЕСТВЕННАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА КАДРОВ ПРЕДПРИЯТИЯ (НА ПРИМЕРЕ ООО «СМАРТОН») | 7 |
| *Войнич-Нитиевская А.И*.ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПЛАНА МАРКЕТИНГА ОАО «КУЗНЕЧНЫЙ ЗАВОД ТЯЖЕЛЫХ ШТАМПОВОК» | 8 |
| *Волошин М.В.*ЗНАЧЕНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ДЛЯ ООО ”НОВА ТЕЛЕКОМ“ | 10 |
| *Воробей В.С.*СОЦИАЛЬНО ОТВЕТСТВЕННЫЙ МАРКЕТИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ | 12 |
| *Глухова Д.Ю.*ВОПРОСЫ АДМИНИСТРАТИВНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ЗА НЕЗАКОННУЮ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ | 13 |
| *Головко В.Ю.*ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ | 16 |
| *Гонтаренко В.Г., Халаимова К.С.*ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ В СИСТЕМЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ | 18 |
| *Гущин В.Ю.*КАДРОВАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ, КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ СИСТЕМА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ | 21 |
| *Дубаков Е.В*.СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ | 25 |
| *Ефремова М.П.*МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И СТРАТЕГИЯ ВЕДЕНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЧУП «VALEON» | 26 |
| *Кавалерова А.А.,*ЗНАЧЕНИЕ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ | 29 |
| *Качановская А.Ю.*ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ГЕЙМИФИКАЦИИ В ФОРМИРОВАНИИ ПОКУПАТЕЛЬСКОЙ ЛОЯЛЬНОСТИ | 31 |
| *Ковалева Л.Н.* КАЧЕСТВЕННАЯ ОЦЕНКА НАЛОГОВЫХ РИСКОВ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ НАЛОГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА | 33 |
| *Корзун М.В*.ВЫСТАВКИ И ЯРМАРКИ: ФУНКЦИИ И РОЛЬ В ОРГАНИЗАЦИИ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ (НА ПРИМЕРЕ ООО ”СЛАВФУД“) | 35 |
| *Кравчук Н.Н.* СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛЕ | 38 |
| *Ладыко В.Ф.*К ВОПРОСУ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКЦИИ НА ЗАРУБЕЖНЫЕ РЫНКИ | 39 |
| *Лапич О.М*. ОРГАНИЗАЦИЯ МОНИТОРИНГА ФИНАНСОВОЙУСТОЙЧИВОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ | 41 |
| *Лисовицкая Т.С.* ДИФФЕРЕНЦИРОВАННАЯ ОЦЕНКА ФОНДООТДАЧИ В УПРАВЛЕНИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ | 43 |
| *Лисоцкая Е.А.*МАРКЕТИНГ – ФИЛОСОФИЯ И ТЕХНОЛОГИЯ СОВРЕМЕННОГО БИЗНЕСА | 45 |
| *Любинская А.С., Суровая Д.Ю.*ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ СРЕДИ МОЛОДЕЖИ | 47 |
| *Малькова Ю.В*.ЭВОЛЮЦИЯ МЕТОДИКИ ЗАЛЬТМАНА (ZMET) В ДИДЖИТАЛ СРЕДЕ | 49 |
| *Машкова О.О.* МАРКЕТИНГ КАК ОСНОВА ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ | 51 |
| *Мирошник Ю.А.* ОСОБЕННОСТИ ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ОТБОРА КАНДИДАТОВ ПРИ ПРИЕМЕ НА РАБОТУ | 53 |
| *Никонова Е.Ю.*Оценка зарубежного опыта по обеспечению конкурентоспособности продукции | 55 |
| *Никонова Е.Ю.*НАПРАВЛЕНИЯ повышения конкурентоспособности продукции ГП «Институт НИИСМ» | 58 |
| *Пальчевский В.О.* ПРАВА И ОБЯЗАННОСТИ ГРАЖДАН В ОБЛАСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ПРОБЛЕМЫ ИХ РЕАЛИЗАЦИИ | 60 |
| *Пыжов А.М.*МЕТОДЫ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ В МЕЖДУНАРОДНОМ ЧАСТНОМ ПРАВЕ | 62 |
| *Ржепишевская М.М.*МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ФАКТОРОВ, ФОРМИРУЮЩИХ ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ | 64 |
| *Рожко О.В.*ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА В СФЕРЕ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА | 66 |
| *Самусевич Л.А.*ЭТАПЫ РАЗРАБОТКИ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ | 68 |
| *Самусевич Л.А.*КРИТЕРИИ ВЫБОРА МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ | 69 |
| *Сащеко С.М.* ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ ТРУДА И ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ЗНАЧЕНИЕ ЕЁ РОСТА | 71 |
| *Симонова Н.В., Стародубова М.В.*ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ | 72 |
| *Тарасевич О.А.* ВЫБОР БРЕНДОВОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА РАЗНЫХ ЭТАПАХ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА ПРОДУКЦИИ | 77 |
| *Томашевич Ю.Н.* РЫНОК ЦЕННЫХ БУМАГ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ | 79 |
| *Федченко А.С.* КОРРУПЦИЯ КАК УГРОЗА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ГОСУДАРСТВА | 81 |
| *Фурман А.А.*ДЕКЛАРИРОВАНИЕ ДОХОДОВ И ИМУЩЕСТВА | 84 |
| *Худолеева Н.Б.*ФОРМИРОВАНИЕ ЛОЯЛЬНОСТИ КЛИЕНТОВ ТРАНСПОРТНО-ЭКСПЕДИТОРСКОЙ КОМПАНИИ | 87 |
| *Ясенак А.В.*ПРОБЛЕМЫ АДМИНИСТРАТИВНОЙ НАГРУЗКИ В МАЛОМ И СРЕДНЕМ БИЗНЕСЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ: СОСТОЯНИЕ И ПУТИ РЕШЕНИЯ | 89 |
| *Яцкевич С.В.*МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ НА ОСНОВЕ СОВРЕМЕННЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ | 92 |