

триггеров в маркетинге, выделения определённых закономерностей и тенденций в триггер-маркетинге.

4. Автор проанализировал имеющийся теоретический материал, результаты своего анкетирования потребителей и на основе этих данных разработал рекомендации по совершенствованию триггер-маркетинга. Предполагается, что использование этих рекомендаций повысит его эффективность.

#### **Полученные научные результаты и выводы.**

1. Теоретический источник триггер-маркетинга – концепция поведенческого дизайна Б. Дж. Фогга.

2. Триггеры – новое современное и постоянно развивающееся направление в маркетинге.

3. Триггер-маркетинг – это многогранный способ психологического стимулирования потребителей к выполнению определённых действий.

4. Для достижения эффективности триггеров в маркетинге следует соблюдать определённые правила, учитывать разнообразие их видов и типов.

Вывод: триггер-маркетинг – это эффективная актуальная стратегия воздействия на поведение потребителя в целях успешного развития бизнеса.

**Практическое применение полученных результатов.** Использование результатов работы возможно для дальнейших научных исследований по триггер-маркетингу, при подготовке работ на тему эффективности триггер-маркетинга как метода воздействия на поведение потребителя, а также при разработке маркетинговой стратегии и её практической реализации.

## **ФРАНЧАЙЗИНГ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СОВРЕМЕННОЙ БИЗНЕС-ТЕХНОЛОГИИ**

*РОВНЕЙКО М. А. (студентка 1 курса)*

**Проблематика.** Данная работа направлена на исследование актуальных вопросов ведения бизнеса в форме франчайзинга, что является важным в современных условиях: франчайзинг как один из самых успешных способов ведения бизнеса обширно применяется во всех странах с рыночной экономикой, мировой рынок франчайзинга растёт и считается одним из самых перспективных.

**Цель работы.** Выявить преимущества и недостатки франчайзинговых отношений, проанализировать проблемы франчайзинга в условиях пандемии COVID-19, разработать предложения по совершенствованию франчайзинга в Беларуси.

**Объект исследования.** Франчайзинг – эффективная бизнес-модель для решения проблемы темпов роста экономики.

**Использованные методики.** Исследование проводилось с комплексным применением системы методов организации и проведения научного анализа: общенаучных (анализ и синтез, индукция и дедукция, формально-логический, системный, наблюдение, сравнение, описание) и междисциплинарных (периодизации, хронологического, статистического).

**Научная новизна.** В отечественной и зарубежной литературе в основном рассматривается суть франчайзинга и нет работ, посвящённых проблемам его развития в условиях пандемии COVID-19, также не всегда чётко выделяются недостатки франчайзинговых отношений. Некоторые аспекты этих проблем освещены на страницах журналов и на интернет-сайтах. В нашем исследовании автор попытался преодолеть указанные пробелы и рассмотреть актуальные вопросы современной бизнес-технологии, а также дать рекомендации по совершенствованию развития франчайзинга в Беларуси.

**Полученные научные результаты и выводы.**

1. Франчайзинг – успешная и перспективная модель ведения бизнеса, что показал опыт экономически развитых стран.

2. Наряду с преимуществами франчайзинг имеет и недостатки.

3. Развитие франчайзинговых отношений имело проблемы в условиях пандемии COVID-19.

4. Необходимо принять определённые правовые, законодательные и экономические меры для успешного развития франчайзинга в Беларуси.

Вывод: франчайзинг – эффективный инструмент для решения проблемы темпов роста экономики, несмотря на некоторые недостатки этого способа ведения бизнеса и сложности развития в условиях пандемии COVID-19.

**Практическое применение полученных результатов.** Материалы работы могут быть полезны для дальнейших научных исследований по франчайзингу, при подготовке обобщающих работ на эту тему, а также при рассмотрении проблемы совершенствования франчайзинговых отношений и их развития в условиях пандемии COVID-19.

## **АНАЛИЗ ИЗМЕНЕНИЯ МАКСИМАЛЬНОЙ ТЕМПЕРАТУРЫ ВОЗДУХА ПО ТЕРРИТОРИИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

*РОЗУМЕЦ И. Н.*

**Проблематика.** В Беларуси, в частности, с зимы 1988-1989 гг. отмечается рост температуры воздуха, который продолжается по настоящее время. Повышение температурного режима отмечается практически во все месяцы года. Изменение климата и температурного режима позволит изменить нормы по утеплению наружных стен зданий, сократить продолжительность отопительного периода. Таким образом, данная проблема является актуальной.

**Цель работы.** Установление особенностей пространственно-временного распределения максимальной температуры воздуха на территории Республики Беларусь в современных условиях.

**Объект исследования.** Изменение максимальной температуры воздуха за многолетний период наблюдений.

**Использованные методики.** Статистический, математического анализа, сравнительный анализ, картографический.

**Научная новизна.** На основании проведенного анализа изменения максимальной температуры воздуха за многолетний период наблюдений выявлены