

Объект исследования: поведение потребителей.

Использованные методики: наблюдение с последующим анализом.

Научная новизна. На поведение покупателя оказывают влияние внешние факторы, включая и маркетинговые. Под воздействием этих факторов в сознании покупателя формируются определенные выводы о целесообразности совершения покупки. Содержание этих выводов, а также сам процесс принятия решения о покупке определяются личностными и психологическими характеристиками покупателя. Знание процесса принятия решений у покупателей позволяет создавать торговые авантюры, которые предполагают получение высокой прибыли.

Полученные научные результаты и выводы. Уловки продавцов основаны на характеристиках покупателей, которые классифицируются в зависимости от рационального и эмоционального поведения.

Практическое применение полученных результатов. Исследованные в данной работе уловки продавцов применимы не только при желании получения наибольшей прибыли за счет изучения поведения покупателей, но и при совершении покупок потребителями без обмана.

ХЕДЖИРОВАНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ДЛЯ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

ИЛЬИЧ А.В. (СТУДЕНТ 2 КУРСА)

Проблематика. Данная работа направлена на разработку механизма защиты результатов внешнеэкономической деятельности предприятий Республики Беларусь в связи с нестабильностью валютного курса в стране.

Цель работы: разработка процедуры внедрения производных ценных бумаг с целью уменьшения потерь предприятия, осуществляющего внешнеэкономическую деятельность.

Объект исследования: ОАО «Кобринская птицефабрика».

Использованные методики: анализ защиты результатов ВЭД с помощью механизма хеджирования.

Научная новизна. Элементы защиты предприятий Республики Беларусь в настоящее время базируются на страховании посредством страховых компаний и агентств. В работе предлагается использовать совершенно новую для Республики Беларусь систему хеджирования посредством дериватов, которые в настоящее время в стране не используются по причине отсутствия законодательной базы. Для того, чтобы хозяйствующие субъекты Республики Беларусь смогли использовать процедуру хеджирования посредством производных ценных бумаг предлагается предприятиям выйти на биржу, в компетенции которой находится возможность работы с данными ценными бумагами, а именно на Московскую валютную биржу.

Полученные научные результаты и выводы. При внедрении механизма хеджирования посредством дериватов предприятия, осуществляющие ВЭД не будут рисковать недополучением прибыли, их финансовый результат всегда будет положительным и точно запланированным.

Практическое применение полученных результатов. Разработанная методика хеджирования результатов внешнеэкономической деятельности будет способствовать получению положительного запланированного экономического результата предприятия.

ТИМБИЛДИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ ВНУТРЕННЕГО ПР

КАЛЬЧУК О.Ю. (СТУДЕНТКА 4 КУРСА)

Проблематика. Данная работа направлена на исследование одного из развивающихся инструментов внутреннего ПР – тимбилдинга. Тимбилдинг имеет свою специфику и требует особого анализа.

Цель работы: разработать классификацию тимбилдинга, рассмотреть возможность его применения на практике.

Объект исследования: тимбилдинг, применяемый во внутрикорпоративном ПР.

Использованные методики: комплексный анализ собранной вторичной информации, сопоставление и метод статистического анализа.

Научная новизна. Тимбилдинг как эффективный инструмент обучения и управления персоналом в настоящее время все больше набирает популярность. Однако зачастую под видом тимбилдинга проводятся обычные корпоративные праздники. Это вызвано недостаточно углубленным изучением данного развивающегося мероприятия в области совершенствования корпоративной культуры.

Полученные научные результаты и выводы. Автором разработана классификация тимбилдинга, в которой рассматриваются различные виды командообразующих мероприятий с использованием таких классификационных признаков, как особенности взаимодействия участников, место проведения, характер решаемых задач, охват аудитории, частота проведения. Описаны особенности каждого из видов тимбилдинга. Даны рекомендации по применению.

Практическое применение полученных результатов. Разработанные в данной работе виды тимбилдинга могут быть применены как агентствами, занимающимися организацией командообразующих мероприятий, так и предприятиями, которые собственными силами хотят провести тимбилдинг. Данные разработки необходимы для совершенствования и повышения результативности работы коллектива.

ПОСЛЕДСТВИЯ ДЕНОМИНАЦИИ НАЦИОНАЛЬНОЙ ВАЛЮТЫ

КИРИЛЮК О.Ю. (СТУДЕНТ 3 КУРСА)

Проблематика. Характеризуя экономику Республики Беларусь, следует отметить, что усилия правительства направлены на её стабилизацию. Вопрос деноминации в стране рассматривается длительное время, а если быть точнее, то с момента изготовления новых денежных знаков, с 2009 года.

Деноминация в Беларуси будет проведена с 1 июля 2016 года. Соответствующий указ подписан 4 ноября 2015 года, Александром Григорьевичем Лука-