

СОДЕРЖАНИЕ

I. КОММЕРЦИЯ И ТЕХНОЛОГИИ ТОРГОВЛИ В НОВОЙ ЭКОНОМИКЕ: АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ, РЕШЕНИЯ, ИННОВАЦИИ	8
<i>Арланова А. А.</i> Особенности продвижения товаров на международные рынки.....	8
<i>Арустамов Э. А.</i> Закономерности развития торговли в России.....	11
<i>Атаева С. К., Оразмухаммедова А. Х.</i> Прибыльность коммерческого банка.....	14
<i>Бобович А. П.</i> Актуальные направления совершенствования основных бизнес-процессов в розничной торговле потребительской кооперации.....	16
<i>Бондаренко О. Г.</i> Характеристика факторов формирования комплексной инфраструктуры сельской торговли Республики Беларусь.....	22
<i>Валигурский Д. И.</i> Торговые сети в России: состояние и перспективы развития.....	27
<i>Васякина Е. Н.</i> Управление ассортиментом на основе категорийного менеджмента.....	31
<i>Гуменников А. П.</i> Логистика и автоматизация торгово-технологических процессов как факторы повышения качества обслуживания и конкурентоспособности торговых организаций потребительской кооперации.....	34
<i>Гурская С. П.</i> Омниканальность в розничной торговле.....	38
<i>Емельянова Т. В., Полякова Е. А.</i> Современные тренды в общественном питании и формирование лояльности потребителей.....	42
<i>Ермалович Л. П., Туромша Е. П.</i> Развитие форм трудовой занятости в цифровой экономике.....	46
<i>Какалыева Г. Д.</i> Ценообразование: теория и практика.....	50
<i>Калугина С. А., Урясьева Т. И.</i> Оценка показателей качества торгового обслуживания.....	53
<i>Ковшова М. В.</i> Услуги розничной торговли в области консалтинга.....	56
<i>Коленова В. А.</i> Система показателей как инструмент стратегического управления компанией.....	60
<i>Комаров В. М., Красюк И. Н.</i> Современные средства продвижения товаров и услуг.....	63
<i>Лобанова С. Н., Рыжова И. О., Третьякова С. Г.</i> Роль маркетинга в деятельности предприятия.....	66
<i>Матвеева О. З.</i> Реклама и ее роль на рынке товаров и услуг.....	69
<i>Науменко Е. П., Пигунова О. В.</i> Ассортиментные матрицы как инструмент категорийного менеджмента: оценка существующей практики ее использования.....	73
<i>Пигунова О. В., Науменко Е. П.</i> Форматирование стационарных торговых объектов как основа для перехода к использованию сетевых принципов управления бизнес-процессами в розничной торговле.....	76
<i>Романова М. В.</i> Формирование и развитие региональной инновационной системы.....	80
<i>Румянцева В. А., Пигунова О. В.</i> Характеристика каналов продвижения ПУП «Гомельобои» и обоснование проекта выхода на рынок Российской Федерации.....	83
<i>Стребкова Л. Н.</i> Тенденции развития электронной торговли.....	88
<i>Хвасько С. А.</i> Влияние коммерческой деятельности на экономические показатели предприятия агропромышленного комплекса.....	92
<i>Черняков М. К., Чернякова М. М.</i> Особенности цифровой торговли в России.....	95
<i>Юрко И. В., Павелко А. В.</i> Качество обслуживания как фактор конкурентоспособности торговых предприятий.....	100
<i>Язханова Х. Д., Артыкова А. М.</i> Оптимизация экономических задач с применением возможностей системы массового обслуживания.....	104
II. ЛОГИСТИКА В ПРОИЗВОДСТВЕ И СФЕРЕ ОБМЕНА: ПРАКТИКА, НАУКА, ОБРАЗОВАНИЕ	107
<i>Беспалый В. М.</i> Роль и место автомобильного транспорта в рыночной экономике.....	107
<i>Бык В. Ф.</i> Использование логистики в электронной торговле.....	110
<i>Бык В. Ф., Каунов К. И.</i> Теоретические аспекты организации процесса товародвижения.....	114

<i>Вишневецкая Л. В., Казначевская Л. В., Северин С. А.</i> Культурологический аспект подготовки специалистов в области логистики.....	119
<i>Гурикова Г. В.</i> Особенности биржевой логистики в Республике Беларусь.....	123
<i>Каунова Н. Л., Юркова И. Б., Савостенко Н. А., Буртоликова С. В.</i> Разработка критериев оценки качества формирования и исполнения заявок на поставку товаров с оптово-логистического центра Белкоопсоюза	126
<i>Кикинева Е. Г., Маргунова В. И.</i> Оценка месторасположения розничных торговых объектов потребительской кооперации как фактора их конкурентоспособности.....	130

III. МАРКЕТИНГОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ И ТЕХНОЛОГИИ В НОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

<i>Авдашкова Л. П., Грибовская М. А.</i> Автоматизация поддержки принятия маркетинговых решений.....	135
<i>Аксенов А. Н., Горегляд М. Л., Чечура Ю. А.</i> Потребительская кооперация Беларуси на рубеже XX–XXI веков: маркетинговая стратегия и результаты деятельности.....	138
<i>Асипович В. Г., Помаз Н. Э., Помаз И. В., Чуйкова Н. В., Прохоров А. А.</i> Стратегии достижения конкурентных преимуществ организации на рынке	142
<i>Байбардина Т. Н., Кожухова Г. Н., Митрахович В. В.</i> Факторы риска в психологии потребителей.....	146
<i>Байбардина Т. Н., Мищенко Л. В., Барина А. Ю.</i> Ресторанный бизнес как имиджевая составляющая туристического сектора Республики Беларусь	149
<i>Байбардина Т. Н., Мищенко Л. В., Пинчук С. Н., Хвоенок К. Р.</i> Особенности использования инструментов психологического воздействия цвета на потребителя	153
<i>Байбардина Т. Н., Мищенко Л. В., Шевченко А. Д., Рыкунова И. П.</i> Звуковой дизайн нейромаркетинга как инструмент воздействия на потребителя.....	156
<i>Ганські У. А.</i> Маркетинг у сістэме камерцыялізацыі рэсурсаў гісторыка-культурнай спадчыны	160
<i>Домород А. В.</i> Анализ использования торговых марок на рынке косметической продукции	164
<i>Емельянова Т. В., Снитко Л. Т.</i> О push-уведомлениях и их использовании в розничной торговле.....	167
<i>Исайчикова Н. И.</i> Инновационные инструменты продвижения туристической фирмы в сети «Интернет».....	172
<i>Кузьменко В. Л., Ахмаджонов А. М., Аксенов Н. В.</i> Теоретические подходы к формированию спроса на ювелирные изделия	177
<i>Кузьменко В. Л., Волохов Н. А., Чеплинская А. А.</i> Рекламные средства как один из инструментов успешного продвижения организаций на рынке.....	181
<i>Назарова М. С.</i> Сложившаяся практика управления маркетинговой деятельностью в агропромышленных холдингах	184
<i>Назарова М. С., Кадет А. М.</i> Управление товарной политикой в комплексе маркетинга при производстве продукции перерабатывающих предприятий АПК	188
<i>Наливайко Л. С., Байбардина Т. Н., Савченко Е. И., Волохов Н. А.</i> Особенности продвижения туристических услуг в комплексе маркетинга.....	194
<i>Пикалов Г. В., Помаз И. В., Лукашова К. И., Rogovich P. A.</i> Современные тренды и перспективы подготовки специалистов в сфере маркетинга	197
<i>Процко Т. Л., Кузьменко В. Л., Коваленко Т. В., Бевза Е. В.</i> Разработка стратегии рекламной кампании.....	201
<i>Романович В. К.</i> Маркетинговая деятельность предприятия в реальных условиях	205
<i>Цветинская Ю. С., Жуковец А. А., Кузьменко В. Л.</i> Использование маркетинговых инноваций в деятельности организаций	209

TABLES OF CONTENTS

I. COMMERCE AND TRADE TECHNOLOGIES IN THE NEW ECONOMY: CURRENT PROBLEMS, SOLUTIONS, INNOVATIONS	8
<i>Arlanova A.</i> Peculiarities of promoting items on international markets	8
<i>Arustamov E.</i> Patterns of trade development in Russia	11
<i>Atayeva S., Orazmuhammedova A.</i> Profitability of the commercial bank	14
<i>Babovich A.</i> Actual directions of improving the main business processes in the retail trade of consumer cooperation	16
<i>Bondarenko O.</i> Characteristics of factors of formation of complex infrastructure of rural trade of the Republic of Belarus	22
<i>Valigursky D.</i> Retail chains in Russia state and prospects of development	27
<i>Vasyakina E.</i> Assortment management based on category management	31
<i>Gumennikov A.</i> Logistics and automation of trade and technological processes as factors of increasing the quality of service and competitiveness of trading organizations of consumer cooperation	34
<i>Hurskaya S.</i> Omnikanalnost in the retail trade	38
<i>Yemialyanava T., Paliakova A.</i> Modern trends in food service and customer's loyalty	42
<i>Yermalovich L., Turomsha Y.</i> Development of forms of labor employment in the digital economy	46
<i>Kakalieva G.</i> Price formation: theory and practice	50
<i>Kalugina S., Uryas'eva T.</i> The evaluation of the quality of trade service	53
<i>Kovshova M.</i> Retail services in consulting	56
<i>Kolenova V.</i> The system of indicators as a tool strategic management of the company	60
<i>Komarov V., Krasyuk I.</i> Modern means of product promotion and service	63
<i>Lobanova S., Ryzhova I., Tretyakova S.</i> The role of marketing in the enterprise	66
<i>Matveeva O.</i> Advertising both her role in the market of goods and services	69
<i>Navumenka K., Pigounova O.</i> Assortment matrices as a tool of category management: evaluation of existing practice of its use	73
<i>Pigounova O., Navumenka K.</i> Formation of stationary trading objects as a basis for the transition to using network principles of business process management in retail trade	76
<i>Romanova M.</i> Formation and development of the regional innovative system	80
<i>Rumyantseva V., Pigounova O.</i> The characteristics of the channels of the movement of the PUE "Gomeloboi" and the rationale of the project exit on the Russian Federation market	83
<i>Strebkova L.</i> Trends in the development of e-commerce	88
<i>Khvasko S.</i> The impact of commercial activities on the economic performance of enterprises of the agro-industrial complex	92
<i>Chernyakov M., Chernyakova M.</i> Features of digital trade in Russia	95
<i>Yurko I., Pavelko A.</i> Service quality as a factor of trade enterprises competitiveness	100
<i>Yazkhanova H., Artykova A.</i> Optimization of economic tasks using the capabilities of the queuing system	104
II. LOGISTICS IN THE INDUSTRY AND THE SPHERE OF EXCHANGE: PRACTICE, SCIENCE, EDUCATION	107
<i>Bespaliy V.</i> Role and place of road transport in the market economy	107
<i>Byk V.</i> Use of logistics in electronic trading	110
<i>Byk V., Kavunou K.</i> Theoretical aspects of organizing the process of movement of goods	114
<i>Vishniavetskaya L., Kaznacheuskaya L., Seviaryn S.</i> Culturological aspect of training of specialists in the logistic field	119
<i>Hurikova H.</i> Features of exchange of logistics in the Republic of Belarus	123

<i>Kavunova N., Yurkova I., Savastsenka N., Burtolikava S.</i> Develop of criterion for assessment of quality of forming and execution of applications for delivery of goods from the wholesale and logistic center of the Belkoopsoyuz.....	126
<i>Kickinyova E., Marhunova V.</i> Evaluation of location of retail trade objects of consumer cooperation as the factor of their competitiveness.....	130
III. MARKETING TOOLS AND TECHNOLOGIES IN THE NEW ECONOMY	135
<i>Avdashkova L., Gribovskaya M.</i> Automation of supporting marketing decisions	135
<i>Aksyonov A., Goreglyad M., Chechura J.</i> Consumer cooperation of Belarus at the turn of the XX–XXI centuries: marketing strategy and performance	138
<i>Asipovich V., Pomaz N., Pomaz I., Chuikova N., Prokhorov A.</i> Strategies for achieving competitive advantages of an organization on the market	142
<i>Baybardina T., Kazhukhova H., Mitrahovich V.</i> Risk factors in consumer psychology	146
<i>Baybardina T., Mishchenko L., Barinova A.</i> Restaurant business as an image component of the tourism sector of the Republic of Belarus	149
<i>Baybardina T., Mishchenko L., Pinchuk S., Hvoenok K.</i> Features of the use of tools for the psychological impact of color on the consumer	153
<i>Baybardina T., Mishchenko L., Shevchenko A., Rykunova I.</i> Sound design of neuromarketing as a tool of impact on the consumer	156
<i>Ganski U.</i> Marketing in the system of commercialization of historical and cultural heritage resources.....	160
<i>Domorod A.</i> The analysis of use of trade marks in the market of cosmetic production	164
<i>Yemialyanava T., Snitko L.</i> Push-notifications and its usage in retail	167
<i>Isaichikova N.</i> Innovative tools to promote a travel company on the Internet	172
<i>Kuzmenko V., Akhmadzhonov A., Aksenov N.</i> Theoretical approaches to the formation of demand for jewelry	177
<i>Kuzmenko V., Volokhov N., Cheplinskaya A.</i> Advertising means as one of the tools of successful promotion of organizations in the market	181
<i>Nazarova M.</i> Stabilized practice of marketing activity management in agricultural holdings.....	184
<i>Nazarova M., Kadet A.</i> Management of commodity policy in the complex of marketing at manufacturing of production of processing enterprises of AIC.....	188
<i>Nalivaika L., Baybardina T., Savchenko E., Volokhov N.</i> Features of promotion of tourism services in the marketing mix	194
<i>Pikalov G., Pomaz I., Lukashova K., Rogovich R.</i> Modern trends and prospects for training specialists in marketing.....	197
<i>Procko T., Kuzmenko V., Kovalenko T., Bevza E.</i> Development of an advertising campaign strategy	201
<i>Romanovich V.</i> Marketing activity of the enterprise in real conditions	205
<i>Tsvetinskaya Y., Zhukovets A., Kuzmenko V.</i> Use of marketing innovations in the activities of organizations	209