

Перепись населения – единый процесс сбора, обобщения, анализа и публикации демографических, экономических и социальных данных населения, относящихся по состоянию на определённое время ко всем лицам в стране или чётко ограниченной её части.

Между переписями численность населения отдельных населённых пунктов определяется расчетным путем на основе исходных данных последней переписи и данных текущей статистики о естественном и механическом движении населения по балансовой схеме: численность населения на начало года + число родившихся за год + число прибывших за год — число умерших за год — число выбывших за год = численность населения на конец года. При этом население делят на постоянное и наличное. Исходя из численности постоянного населения осуществляют планирование строительства жилья, школ, детских учреждений, больниц, а при решении задач обеспечения работы городского транспорта, торговых предприятий исходят из численности наличного населения.

УДК 339.138

ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКЦИИ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

Милош Р.В.

Научный руководитель: к.и.н., доцент Матяс И.Д.
Белорусский национальный технический университет

Чем сложнее продвигаемая в сети продукция, чем специфичнее целевая аудитория, тем менее пригодными становятся традиционные методы интернет-маркетинга и тем более профессиональными и комплексными должны быть усилия по ее продвижению.

По этой причине маркетологи работают над созданием инновационных подходов, способов и тенденций продвижения товаров, большинство которых обусловлены процессами цифровизации современного общества.

Поскольку интернет является мощным инструментом для повышения рентабельности инвестиций, компаниям нельзя игнорировать инвестиции в интернет-маркетинг.

Чтобы не отставать от конкурентов, необходимо идти в ногу с мировыми тенденциями интернет-маркетинга, среди которых выделим: использование чат ботов, использование приложений для личных сообщений, распространение искусственного интеллекта, гипертаргетированная реклама, персонализированный опыт клиента, единый поставщик ПО для маркетинга, голосовой поиск, активизация усилий по удержанию клиентов.

В современной прикладной литературе по SMM наблюдается недостаток изучения социальных сетей как источника формирования актива маркетинговых знаний и отсутствие единого алгоритма формирования нематериального актива маркетинговых знаний с помощью социальных сетей.

В условия современного мирового финансового кризиса предприятиям жизненно необходимо учитывать складывающуюся тенденцию спроса на товары и услуги инновационного характера, для этого необходимо обращаться к маркетинговым инновациям, как на стадии производства, так и на стадии продвижения и реализации.

И это понятно, так как результат вложения сотен миллиардов рублей не может не волновать предприятия, которые являются заказчиками и покупателями рекламных компаний.

УДК 312

ИССЛЕДОВАНИЕ КАТЕГОРИИ УРОВЕНЬ ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ

Миронович Д.Д.

Научный руководитель: ст. преподаватель Веренич Г.Д.
Белорусский национальный технический университет

Конечная цель любого прогрессивного общества – создание благоприятных условий для долгой, здоровой и благополучной в материальном отношении жизни людей. Анализ тенденций в изменении уровня жизни населения позволяет судить, насколько эффективно общество справляется с этой задачей.

В экономической литературе не существует однозначного определения категории уровня жизни населения, в связи с чем дискуссионным является вопрос о перечне показателей, необходимых для адекватной ее статистической характеристики.

История изучения проблемы уровня и качества жизни начинается с XVIII в. Этой проблемой занимались такие известные ученые, экономисты и философы как А. Смит, Д. Рикардо, К. Маркс и современные исследователи XX века Ф. Хайек, П. Таунсенд и др. К. Маркс был первым, кто упомянул термин «уровень жизни» применительно к определению стоимости рабочей силы, которая как отмечает ученый, складывается из двух элементов: чисто физического и социального.

По результатам обобщения существующих трактовок уровня и качества жизни наиболее целесообразной представляется точка зрения