

2. Волкова, М.С. Понятие социального предпринимательства и его критерии / М.С. Волкова // Социально-экономические явления и процессы. - 2015. - №9. - С. 39-48.
3. Московская, А.А. Между социальным и экономическим благом: конфликт проектов легитимации социального предпринимательства в России / А. А. Московская, А. А. Берендяев, А. Ю. Москвина // Мониторинг. - 2017. - №6. - С. 31-51.
4. Салахова, Ю. Ш. Социальное предпринимательство в системе социально-экономической политики: мировой опыт и перспективы развития в Республике Беларусь / Салахова Ю. Ш., Позняк Н. С. // Актуальные проблемы правового регулирования международных отношений : сб. науч. статей. – Витебск : ВГУ имени П. М. Машерова, 2019. – С. 187–191.

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПОДХОДА К ПРОВЕДЕНИЮ АНКЕТИРОВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Романович С.П.

аспирант УО «БГЭУ», г. Минск, Республика Беларусь
Научный руководитель – Шелег Н.С., доктор экон. наук, профессор

На сегодняшний день существуют подходы к структурированию, анализу, оценке взаимодействия факторов, влияющих на развитие регионального потребительского рынка. Однако, практическое воплощение названных выше действий затрудняется элементарным отсутствием информации о предпочтениях потребителей. Для устранения данной проблемы целесообразно применять следующие методы: выборочный опрос покупателей, метод экспертных оценок, корреляционный анализ, регрессионный анализ, кластерный анализ и др.

Цель – определить один из подходов к проведению анкетирования потребителей на примере Брестской области. В результате может быть получена значимая информация о состоянии и развитии регионального потребительского рынка.

Материал и методы. Представленное исследование базируется на трудах современных отечественных и зарубежных учёных. В ходе исследования применены такие общенаучные методы, как познание, анализ и синтез, сравнительный анализ.

Результаты и их обсуждение. Полученная непосредственно от потребителей информация может помочь выявить причины неудовлетворенного спроса. В качестве формы сбора информация выступает анкета, включающая вопросы, разделенные на 3 блока:

- личного характера (пол, возраст, социальный статус);
- оценивающие удовлетворенность спроса населения товарами исследуемого региона (почему предпочитают совершать покупки в пределах регионального потребительского рынка, какие торговые объекты наиболее удовлетворяют их запросам);
- оценивающие спрос потребителей Брестской области, реализованный за пределами потребительского рынка региона (ассортимент каких товаров не устраивает, где предпочитают делать покупки, частота покупок за пределами регионального потребительского рынка, отношение к интернет-магазинам, где тратят больше доходов, какие торговые организации предлагают товары по лучшим ценам/качеству).

Ответы на вопросы целесообразно представлять в виде интервала.

После подготовки анкеты необходимо определить требуемый размер выборки. Для этого воспользуемся онлайн калькулятором на сайте <http://socioline.ru/rv.php>. С его помощью произведем расчет, результат которого представлен на рисунке 1.

Расчет размера выборки

Доверительная вероятность ("точность")

Доверительный интервал ("погрешность" ± %)

Генеральная совокупность ("всего респондентов")

Требуемый размер выборки

85% 90% 95% 97% 99% 99,7%

5

1380300

Очистить Рассчитать выборку

384

Рисунок 1 – Расчет размера выборки (скриншот)

Так, в Брестской области в 2018 г. численность населения составила 1380300 человек. Объем выборки при доверительном интервале 5 и доверительной вероятности (точности) менее 6% равен 384.

Кроме того структура выборки должна соответствовать структуре населения области. В этих целях представим структуру населения Брестской области с делением на городское и сельское население и представим расчет необходимого количества анкет для опроса в таблице 1.

Таблица 1 – Расчет количества респондентов Брестской области

	Численность населения 2018 г.	Удельный вес в общей численности населения области, %	Размер выборки
Брестская область – все население	1384476	100	384
Городское население	976440	70,5	271
Сельское население	408036	29,5	113

Опираясь на данные таблицы, определено необходимое число опрашиваемых среди городского населения – 271 потребитель и среди сельского – 113 потребителей. Аналогично рассчитаем количество анкет для населения Брестской области городских и сельских пунктов проживания.

Данный подход к проведению анкетирования будет реализован с последующими организационными работами.

Заключение. В работе определен подход к составлению анкеты, а также к определению выборки опрашиваемых потребителей, позволяющий охватить как городское, так и сельское население. Полученная таким образом информация необходима для принятия среднесрочных и долгосрочных управленческих решений, соответствующих более полному удовлетворению потребностей населения и успешному функционированию предприятий потребительского рынка региона.

ФИНАНСОВЫЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЙ ДЕРЕВООБРАБАТЫВАЮЩЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Саков А.В.,

аспирант УО «БГТУ», г. Минск, Республика Беларусь

Научный руководитель – Ледницкий А.В., канд. экон. наук, доцент

На современном этапе развития Республики Беларусь в связи с наличием существенного запаса лесосырьевых ресурсов и возможностей для их восполнения стратегически важной задачей для государства является непрерывное инновационное развитие деревообрабатывающей промышленности.

Механизм перехода на инновационный путь развития экономики базируется на непрерывном совершенствовании инвестиционного потенциала и в особенности его частной финансовой составляющей.

Целью проводимого исследования является оценка ключевых показателей развития финансового потенциала отрасли в разрезе инвестиционного потенциала.

Материал и методы. В ходе выполнения исследования использовались данные из ежегодных сборников статистических данных Национального статистического комитета Республики Беларусь [1,2], исследований ученых [3], сложившейся практики предприятий деревообрабатывающей промышленности, реализуются методы исследования общенаучного характера.

Результаты и их обсуждение. Анализ статистических данных о финансовом состоянии деревообрабатывающей промышленности Республики Беларусь позволяет сформировать следующие выводы [1, 2]:

1) предприятия деревообрабатывающей промышленности характеризуются невысокими показателями рентабельности. Средняя величина рентабельности продаж по отрасли за период 2011–2018 гг. составила 8,6%. Минимальное значение рентабельности продаж наблюдалось в 2014 году (2,9%) и ежегодно прирастало в среднем на 2,4 процентных пункта. Значительное количество предприятий отрасли ежегодно характеризуется наличием убытков: за период с