

УДК 332(476)07  
ББК 65.04  
П 26

*Редакционная коллегия:*  
**Д. А. Петрукович, И. В. Пилищук,**  
**С. П. Романович, А. В. Барма, Е. Н. Вырвиц**

*Рецензенты:*  
заведующий кафедрой экономической теории и логистики  
УО «Брестский государственный технический университет»,  
кандидат экономических наук, доцент Г. Б. Медведева  
декан юридического факультета  
УО «Брестский государственный университет имени А. С. Пушкина»,  
кандидат экономических наук, доцент М. В. Варакулина

**П 26      Перспективные направления развития региональной экономики :  
сб. материалов XI Междунар. науч.-практ. конф., Брест, 22–23 окт.  
2021 г. / Брест. гос. ун-т им. А. С. Пушкина ; редкол.: Д. А. Петрукович [и др.]. – Брест : БГТУ, 2021. – 100 с.**  
ISBN 978-985-22-0396-8.

В сборнике представлены материалы конференции, отражающие результаты исследовательской работы преподавателей, студентов, магистрантов, аспирантов и других сотрудников.

Материалы могут быть использованы научными работниками, преподавателями, аспирантами и студентами, занимающимися исследованием вопросов управления и экономики.

УДК 332(476)07  
ББК 65.04

ISBN 978-985-22-0396-8

© УО «Брестский государственный  
университет имени А. С. Пушкина», 2021

## **СЕКЦИЯ 1. МЕХАНИЗМЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СУБЪЕКТОВ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ РЕГИОНА**

УДК 347.772

**А. В. БАРМА**

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

### **РЕГИСТРАЦИЯ ТОВАРНОГО ЗНАКА КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СУБЪЕКТА ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ**

Товарным знаком и знаком обслуживания признается обозначение, способствующее отличию товаров, работ и (или) услуг одного лица от однородных товаров других лиц. В качестве товарных знаков могут быть зарегистрированы словесные обозначения, включая имена собственные, сочетания цветов, буквенные, цифровые, изобразительные, объемные обозначения, включая форму товара или его упаковку, а также комбинации таких двух обозначений. Товарный знак может быть зарегистрирован в любом цвете или цветовом сочетании [1].

Для обеспечения охранных прав товарных знаков субъекту хозяйствования необходимо обращаться в ГУ «Национальный центр интеллектуальной собственности». Только государственная регистрация данного обозначения гарантирует исключительное право на него. Без регистрации товарного знака субъект хозяйствования не может запрещать его использование другими лицами, а также распоряжаться (заключать лицензионные соглашения, договоры франчайзинга). Организациям, желающим зарегистрировать товарный знак, после получения одобрения от патентного ведомства выдается свидетельство, подтверждающее исключительные права на этот товарный знак.

Потребители, которых вполне удовлетворяет качество конкретных товаров, скорее всего, будут покупать или использовать эти товары и в будущем. Для этого им необходимо иметь возможность легко отличать их от других идентичных или сходных товаров. Имидж и репутация создают доверие, которое служит основой для появления постоянных клиентов. Кроме того, зарегистрированный товарный знак может являться дополнительным источником дохода для владельца товарного знака в случае выдачи разрешения (лицензии) на его использование другими лицами.

При наличии зарегистрированного товарного знака субъект хозяйствования может заключать договор франчайзинга на использование данного объекта интеллектуальной собственности. Следует отметить, что лицензионные договоры подлежат государственной регистрации в Государственном реестре лицензионных договоров, договоров уступки и договоров залога прав на объекты интеллектуальной собственности Республики Беларусь, который ведет патентный орган. При отсутствии регистрации таких договоров в патентном органе они

в «Белэнерго» эксплуатируется 26 ГЭС установленной мощностью 88,11 МВт, одна ветроэнергетическая станция установленной мощностью 9 МВт (6 ветрогенераторов по 1,5 МВт каждый). В Беларуси наложен выпуск электрических изгородей с источником питания генераторов импульсов на основе фотоэлементов, а также дорожные знаки вне населенных пунктов. Запущена вторая очередь строительства солнечной электростанции в Сморгонском районе мощностью 15 МВт. Компания А1 открыла свою собственную солнечную электростанцию 41 га и номинальной мощностью 18,48 МВт.

Исследования выработки электроэнергии показали, что самыми быстрорастущими возобновляемыми источниками энергии в Республике Беларусь являются биомасса (рост более 1300 % за 2020 г.) и биогазы (рост около 30 %). Выявлен отрицательный рост в использовании древесного топлива из-за невысокого уровня технологий и неэффективного потребления древесины для данных целей [1]. Анализ поставки электроэнергии в сеть в Республике Беларусь показал, что актуален вопрос о перепроизводстве электроэнергии из-за ввода в эксплуатацию БелАЭС, которая в перспективе будет вырабатывать около 50 % необходимой республике электроэнергии, а это позволит максимально заместить в топливно-энергетическом балансе природный газ и нефтепродукты.

С учетом указанных обстоятельств и того, что в настоящее время Республика Беларусь находится на начальном этапе формирования рынка технологий возобновляемых источников энергии, констатируем, что потенциал возобновляемых источников энергии в нашей стране значителен и перспективы их развития очень велики вплоть до становления важным фактором в импортозамещении углеводородного топлива. Однако, несмотря на тенденцию быстрого снижения себестоимости производства электроэнергии из возобновляемых источников энергии, в перспективе для динамичного развития этого направления альтернативной энергетики необходима государственная поддержка.

#### **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ**

1. Производство электрической энергии [Электронный ресурс] / Белэнерго. – Режим доступа: <https://www.energo.by/content/deyatelnost-obedineniya/proizvodstvo-elektricheskoy-energii>. – Дата доступа: 09.10.2021.

УДК 330.3(669+66)

**E. O. ALGBEDION, A. I. HANCHAR**  
Grodno, Grodno State Agrarian University

#### **FACTORS OF ECONOMIC DEVELOPMENT IN NIGERIA COMPARED TO NEIGHBOURING COUNTRIES**

Nigeria is considered to be the leader of Africa, and this concept values its «clear destiny» – the inherent right to speak and be heard on African issues. Nigeria's influence, as we all know, and its collaborators have promoted important regional

initiatives, such as the new Association for the Benefit of African Development, the African Peer Review Mechanism and the African Peace and Security Architecture [1]. Chad is the largest in terms of area. Nigeria is slightly smaller than Chad, with only 17,000 km<sup>2</sup>. Nigeria's smallest neighbour is Benin – 114,760 km<sup>2</sup>. The countries of Central Africa are presidential republics, while West Africa is more diverse. The federal republic of Nigeria is presidential. All countries gained independence in 1960 [2–5].

In our group of countries, Nigeria is the dominant country in terms of population, surpassing the next country Cameroon by almost 7.77 times. Cameroon and Niger are not significantly different from each other. Although Benin State is the country with the smallest population, its population density is in second place. Nigeria also ranks first in this position. In life expectancy among men, Nigeria ranks almost last in the study group, ahead of only Chad. The two countries also have low, identical life-expectancy rates for women. Based on the findings, Nigeria is at the bottom of the rankings. Political uncertainty is not conducive to the growth of foreign direct investment.

Employment and inflation rates are among the highest in Nigeria. All information given here comes from public authorities in the respective countries, ie they are to be understood as official unemployment rates. The rules making someone unemployed or not vary from country to country. In many European countries someone is considered «unemployed» if he works less than 15 hours per week, the retirement age has not yet been reached and he is at the same time able to start an employment. This sounds almost logical, but many jobless people are forced to participate in further education and training programs – and while they are compulsorily put into these programs, they are not able to start an employment. In high developed countries with a strong social welfare system, there are benefits to do so: help with job search and the unemployment payments. In many low-income countries, there is a lack of reporting unemployed people. The reason is easy to understand: If there is no welfare in view, no support on searching a job and no other financial help, then there is also no reason to register as unemployed [6].

Nigeria ranks first in terms of average income and near the bottom of the group in the corruption index. Combined with inflation and unemployment figures, this suggests a significant share of shadow income in the country's economy. The highest gross domestic product is achieved in Nigeria. Benin is in a better position in comparison to 1000 inhabitants, although Nigeria also dominates. But when comparing indicators, including the gross national product, Benin's economy looks much better than the economy of Nigeria. The broader the gross national product, the more vulnerable the country is to external factors. In this case, the vulnerability of Nigeria should not be absolutized, since it is insignificant. The deteriorating food security situation closely reflects widespread insecurity throughout the country, which has made agriculture very difficult. In March, Nigeria & apos; s debt amounted to \$ 87.23 million, with a debt component of \$ 32.85 million, and debt service absorbed 72 per cent of government revenue [1]. Export development in Chad is the least important among the analyzed countries. Imports of this country are also at a rather low level, which indicates a lack of financial opportunities, underdevelopment of industries for the

extraction of natural resources, and the country's infrastructure. The negative trend in Nigeria's foreign trade also negatively affects the replenishment of foreign exchange reserves, the absence of a safety cushion and dependence on exporting countries. An analysis of this situation will be presented in our next studies. The foreign trade balance of all countries is negative. The sources of financing for imports in Chad are of interest here.

The total of the rate of unemployment in Nigeria is 32.5 per cent (2021 year), with the proportion of young adults was 54 percent. The Global Hunger Index ranks Nigeria 96 of 107 countries, and in the joint report of the Food and Agriculture Organization and the World Food Programme for 2021, «the Hunger Hot Spots», Nigeria is one of three countries where hunger and food insecurity will worsen in a few months. The deterioration of the situation of food safety in large part reflects the generalised insecurity across the country, which makes it very difficult to conduct agriculture. In March, Nigeria's debt was \$ 87.23 million, with a debt component of \$ 32.85 million, the debt and the maintenance represent 72 % of the public revenues. Nigeria is in second place in terms of electricity consumption. Benin, Niger, and Cameroon depend on external energy suppliers. Although energy production is wider than the level of consumption in Cameroon, the country needs additional sources. At the same time, Nigeria is an exporter of it. Chad and Niger have advantages in the possible trade of CO<sub>2</sub> emission quotas.

The residents of Cameroon are provided with stationary communication to the greatest extent. Mobile communications are the least developed in the State of Niger. Despite the development of mobile communication lines in Cameroon, the number of Internet users is significantly lower than in Nigeria, which is largely due to the geographical conditions of the country. The expansion of the broadband access network in Cameroon is designed to solve this problem.

As expected, based on the geographical location of the countries, the most arid region, and therefore the most significant partner in the quality of the country for the import of agricultural products, are Niger and Chad. Nigeria and Benin are on the same positions. But in terms of sunny days a year, Cameroon is in the last positions.

Thus, the above analysis shows that countries have different advantages in the development of international trade. For example, the dominance of some countries in the energy sector and at the same time low positions in the field of agriculture. The development of waterways is associated with a low level of railway transport. Of course, the advantages of access to the sea have always been a significant factor in the development of countries' economies.

#### REFERENCES

1. Whither Nigeria's manifest destiny to lead Africa? [Electronic resource] / Ejeviome Eloho Otobo & Oseloka H. Obaze. – Mode of access: <https://www.premiumtimesng.com/opinion/477306-whither-nigerias-manifest-destiny-to-lead-africa-by-ejoviome-eloho-otobo-oseloka-h-obaze.html>. – Date of access: 09.09.2021.

2. Country comparison [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.worlddata.info/country-comparison.php?country1=CMR&country2=NGA>. – Date of access: 21.09.2021.

3. Country comparison [Electronic resource] / WorldData.info. – Mode of access: <https://www.worlddata.info/country-comparison.php?country1=NGA&country2=TCD>. – Date of access: 21.09.2021.

4. Country comparison [Electronic resource] / WorldData.info. – Mode of access: <https://www.worlddata.info/country-comparison.php?country1=NER&country2=NGA>. – Date of access: 21.09.2021.

5. Country comparison [Electronic resource] / WorldData.info. – Mode of access: <https://www.worlddata.info/country-comparison.php?country1=BEN&country2=NGA>. – Date of access: 21.09.2021.

6. Unemployment rates in an international comparison [Electronic resource] / WorldData.info. – Mode of access: <https://www.worlddata.info/unemployment-rates.php>. – Date of access: 24.09.2021.

УДК 339.138

**X. CHENG, Z. TENG, D. PETRUKOVICH**

Brest, BrSU named after A. S. Pushkin

### **TOOLS FOR SALES PROMOTION**

In today's market environment, organisations use elements of marketing communications to promote products or services, such as advertising, sales promotion, personal selling, direct marketing, public relations, packaging, retail promotion activities, special events, souvenirs, trade shows and other planned and unplanned uses.

With every passing year, sales promotion is becoming more and more important in an increasingly competitive market. At the moment, more and more companies, both producers and retailers, are using various tools to stimulate the sales of their products. With the help of these tools, many companies are trying to increase their sales, attract new customers and strengthen their position in the market. The main purpose of sales promotion is to encourage consumers to buy large quantities of products and to establish regular commercial contacts with the company [1, p. 36].

The essence of the problem is that one of the most important tasks facing the firm is not only creating an optimal production cycle, but also creating an effective system of sales promotion. To get the best effect it is necessary to use several means of sales promotion together with other elements of complex promotion.

In most cases, when dealing with the problem of sales promotion, it is necessary to answer questions such as:

- What is the best way to conduct the sales promotion activity?
- What tools should be used to promote sales?
- On which days is it best to promote sales?

## СОДЕРЖАНИЕ

### СЕКЦИЯ 1. МЕХАНИЗМЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СУБЪЕКТОВ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ РЕГИОНА

Барма А. В. Регистрация товарного знака как фактор повышения конкурентоспособности субъекта хозяйствования .....	3
Вериго А. В. Теоретические аспекты повышения эффективности деятельности региональных страховых организаций.....	4
Вырвич Е. В., Петрукович Д. А. SWOT-анализ как метод стратегического планирования ЗАО «Брестский научно-технологический парк» .....	7
Груневич Е. С. Ключевые индикаторы эффективности использования ресурсов обрабатывающей промышленности .....	9
Кондерешко Э. П. Оценка эффективности использования мелиорированных земель в сельскохозяйственном производстве .....	11
Левкевич Д. С., Юшкевич В. С. Развитие отрасли животноводства в Гродненской области.....	13
Макарова Л. С., Морская К. П. Рекламная стратегия в БРУСП «Белгосстрах»....	16
Митрофанова Г. В., Алексахин Е. А., Гузаревич А. С. Проблемы и перспективы развития фондового рынка в Республике Беларусь.....	18
Митрофанова Г. В., Гидора А. А., Леонова Е. С. Маркетинг-микс .....	20
Новик К. А. Эффективность нефтеперерабатывающей промышленности в Республике Беларусь и перспективы ее развития .....	23
Пинкевич Т. О., Пилипчук И. В. Преодоление конкуренции на рынке услуг электросвязи .....	25
Прудников Е. В. К вопросу о возникновении права собственности у добросовестного приобретателя .....	27
Ваоун J., Во P., Petrukovich D. Internet technologies in marketing .....	29
Varakulina M., Mingyue W. The marketing management of modern enterprises....	30

### СЕКЦИЯ 2. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ РЕГИОНАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ

Пилипчук И. В. Развитие использования ИТ-технологий таможенными службами Республики Беларусь.....	32
Романович С. П. Региональные особенности устойчивости потребительского рынка .....	33
Сендер А. Н. Информационные технологии и системы в логистике .....	34
Сендер А. Н. Логистика от физического распределения до управления цепями поставок .....	36
Скробатун К. В., Крестьянчик Ю. Г. Перспективы и пути совершенствования еврорегиона «Буг» .....	37
Сушко В. И. Состояние и перспективы развития глобальных продовольственных производственно-сбытовых цепочек.....	40

<b>Ходас Н. А. Особенности развития возобновляемых источников энергии в Республике Беларусь .....</b>	<b>42</b>
<b>Aigbedion E. O., Hanchar A. L Factors of economic development in Nigeria compared to neighbouring countries .....</b>	<b>44</b>
<b>Cheng X., Teng Z., Petrukovich D. Tools for sales promotion.....</b>	<b>47</b>
<b>Varakulina M., Ziwei W., Xiaoqi W. Human resource management: paradigm change .....</b>	<b>48</b>

### **СЕКЦИЯ 3. СТРАТЕГИЯ И МЕХАНИЗМЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНОГО И ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА**

<b>Варакулина М. В. Современные экономические вызовы как фактор, определяющий новую экономическую реальность .....</b>	<b>50</b>
<b>Житкевич Г. Я., Познякевич В. Н. Региональный университет в условиях цифровой трансформации образования .....</b>	<b>52</b>
<b>Макарова Л. С., Крутко Ю. Н. Технологии маркетингового анализа .....</b>	<b>55</b>
<b>Пилипчук И. В. Актуальность планирования в системе жилищно-коммунального хозяйства .....</b>	<b>57</b>
<b>Тарасенко Е. В., Петрукович Д. А. Интегриг-реклама как эффективное средство маркетинговых коммуникаций .....</b>	<b>58</b>
<b>Черновалова Ж. В. Декарбонизация транспорта в рамках климатической политики ООН и ЕС (методологические подходы) .....</b>	<b>61</b>
<b>Чугунова Т. И. Способы защиты прав потребителей .....</b>	<b>63</b>
<b>Чугунова Т. И. Формы защиты прав потребителей.....</b>	<b>65</b>
<b>Xuehi T., Yue X., Petrukovich D. Modern technologies in labor motivation management.....</b>	<b>68</b>

### **СЕКЦИЯ 4. ФУНДАМЕНТАЛЬНЫЕ И ПРИКЛАДНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ**

<b>Дордюк И. А., Сендер Н. Н. Модели естественного и обобщенного роста производства .....</b>	<b>70</b>
<b>Зарецкий А. В., Сендер Н. Н. Базовая модель Солоу .....</b>	<b>72</b>
<b>Киричук В. В., Сендер Н. Н. Переходный режим в модели Солоу .....</b>	<b>75</b>
<b>Котович О. А., Сендер Н. Н. Исследование экономических моделей с помощью разностных уравнений .....</b>	<b>77</b>
<b>Машевская О. В. Цифровая экономика: преимущества и угрозы .....</b>	<b>80</b>
<b>Мирская Е. И. Вычисление моментов осредненной оценки спектральной плотности стационарного случайного процесса .....</b>	<b>83</b>
<b>Сендер Н. Н., Честный Д. В. Правило накопления модели Солоу .....</b>	<b>84</b>
<b>Юхимук О. В., Петрукович Д. А. Цифровизация экономики как стратегия развития и внедрения цифровых технологий в информационно-коммуникационные инфраструктуры Республики Беларусь.....</b>	<b>85</b>