

Цель работы. Рассмотреть понятие спортивного маркетинга, описать маркетинговые инструменты в рамках концепции 4P, используемые при продвижении спортивного клуба.

Объект исследования. Спортивный маркетинг.

Использованные методики. Аналитический метод, экономико-математические методы, опросные методики.

Научная новизна. Систематизировано понятие «спортивный маркетинг». На основании анализа процесса продвижения товара в рамках концепции 4P разработана блок-схема алгоритма продвижения спортивного клуба РБ.

Полученные результаты и выводы. Уточнено понятие «спортивный маркетинг». Проведен анализ мирового опыта использования спортивного маркетинга. Спортивный маркетинг рассмотрен с точки зрения комплекса маркетинга 4P. Предложены рекомендации по использованию инструментов спортивного маркетинга. На основании анализа процесса продвижения спортивного бренда в рамках концепции 4P разработана блок-схема алгоритма продвижения спортивного клуба на рынке РБ. Таким образом определено, что спортивный маркетинг – достаточно новое направление, которое набирает популярность в современном мире.

Практическое применение полученных результатов. Разработанная блок-схема алгоритма продвижения спортивного клуба на рынке РБ может быть использована в учебном процессе для повышения наглядности изложения материала, а также в деятельности предприятий спортивной индустрии на рынке РБ.

МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ И ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ СТРАНЫ

С. С. Хмель (магистрант)

Проблематика. Данная работа направлена на исследование проблем повышения национальной конкурентоспособности путем совершенствования инновационной политики.

Цель работы. Осуществить сравнительную оценку инновационного развития Республики Беларусь в мировом контексте, с некоторыми странами ЕС и странами ЕАЭС.

Объект исследования. Показатели инновационного развития, формирующие Глобальный индекс инновационного развития (ГИИ).

Использованные методики. Сравнительный метод, аналитический метод.

Научная новизна. На основании анализа данных инновационного развития ряда стран определены приоритетные направления инновационного развития для Республики Беларусь.

Полученные результаты и выводы. За 2021 год Глобальный индекс инновационного развития составил 32,6 (62-е место в рейтинге). Беларусь демонстрирует лучшие результаты в области знаний и технологий, а ее самые слабые показатели – в области развития рынка. Показатели Беларуси выше среднего

показателя по группе с доходом выше среднего по трем основным направлениям, а именно: человеческий капитал и исследования, инфраструктура; и результаты в области знаний и технологий. По отношению к ВВП показатели Беларуси соответствуют ожиданиям относительно ее уровня развития. Выводы: с учетом тенденций глобализации и рисков монополизации внешних информационных рынков, основными направлениями совершенствования инновационной политики можно определить на ближайшую перспективу: укрепление национальных механизмов политики в области конкуренции; разработка общих механизмов защиты прав участников оборота данных в Союзе; объединение усилий стран – членов ЕАЭС по созданию платформенных компаний, экосистем цифровой экономики, развитию новых услуг по созданию стоимости и расширению их охвата за счет формирования емкого конкурентного рынка с единым регуляторным режимом; концентрацию дефицитных финансовых ресурсов на наиболее эффективных и значимых в целом для республики инновационных проектах, а не для отдельных регионов.

Практическое применение полученных результатов. Проведенный сравнительный анализ может использоваться, в частности, для разработки мер протекционистского характера по защите рынка инновационной продукции.

ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ТРАНСПОРТНОЙ ЛОГИСТИКЕ

Я. П. Демчук, А. А. Корзан (студенты III курса)

Проблематика. В настоящее время цифровые технологии непрерывно и крепко укореняются во всех социальных и экономических сферах общественности, оказывая на них огромное влияние. Данная работа направлена на исследование проблем современных возможностей внедрения цифровых технологий в транспортную логистику, в частности в сферу общественного транспорта. Несмотря на созданные предпосылки, накопленный опыт и созданную инфраструктуру, в сфере общественного транспорта присутствуют ряд экономических и социальных проблем, требующих устранения.

Цель работы. Изучение теоретических разработок, накопленных исследователями в сфере цифровизации транспортной логистики, анализ методов оценки цифровой трансформации транспортной городской системы, определение проблем общественного транспорта и возможности внедрения цифровых технологий в транспортную логистику с целью улучшения работы общественного транспорта.

Объект исследования. Экономические отношения, складывающиеся между организациями, оказывающими услуги в сфере общественного городского транспорта, и населением.

Использованные методики. Общенаучные методы: логический, сравнительный, метод комплексного экономического анализа.

Научная новизна. Установлены факторы, сдерживающие цифровизацию транспортно-логистической системы общественного транспорта. Определён облик цифрового пространства городской транспортной логистики на ближайшее будущее. Разработаны мероприятия для внедрения инновационных технологий в транспортную инфраструктуру города.