

Объект исследования. Отделы логистики и маркетинга на предприятии.

Использованные методики. Наблюдение, сравнение, анализ и синтез, экономико-статистический, графо-аналитический метод, маркетинговый анализ, логистический анализ.

Научная новизна. Научная новизна исследования заключается в развитии теоретических и методических положений, разработке практических рекомендаций по формированию маркетинговой логистической системы предприятия на основе интеграции функций маркетинга и логистики, обеспечивающей ресурсосбережение и предложение продукции, соответствующее запросам потребителей.

Полученные научные результаты и выводы. Определены необходимость и эффективность взаимодействия логистики и маркетинга на предприятии. Обоснованы и проанализированы концептуальные основы интеграции маркетинга и логистики. Сформулированы и обоснованы основные характеристики, влияющие на развитие коммуникаций между субъектами логистической системы. Разработаны методические основы принятия решений в логистике.

Практическое применение полученных результатов. Выполненные автором теоретические обобщения, разработанные методические подходы направлены на повышение эффективности и конкурентоспособности предприятий за счет интеграции маркетингового и логистического инструментария, более тесного взаимодействия между субъектами логистической системы и принятия обоснованных решений.

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ БРЕСТСКОГО РЕГИОНА

М.С. ЧЕРНЯК, М.В. ГОЛУБ (студентки 3 курса)

Проблематика. Данная работа направлена на исследование конкурентоспособности Брестского региона, сравнительный анализ конкурентоспособности Брестского и других регионов по различным критериям.

Цель работы. Выделить проблемные экономические зоны в регионе, определение путей повышения уровня конкурентоспособности Брестского региона.

Объект исследования. Экономические и социальные сферы брестского региона.

Использованные методики. Методика оценки конкурентоспособности региона, основанная на комплексном исследовании внутренней среды, метод статистического анализа.

Научная новизна. Проведение этой работы связано с проблемой повышения конкурентоспособности регионов и развития их инновационного потенциала, что особенно важно в условиях трансформирующейся экономики. Регионам необходимо четко определить инновационные цели, сформировать институциональные условия, мобилизовать инновационно-инвестиционный потенциал для перехода к новому типу развития.

Полученные научные результаты и выводы. Анализ оценки конкурентоспособности регионов (рис.1) Беларуси показал, что наиболее высоким значение данного показателя было в г. Минске – 4,67, а наиболее низким в Брестской области – 3,49. Самые высокие индексы конкурентоспособности по факторам, связанным с инновациями, опытом и навыками ведения бизнеса у Брестской области, однако по базовым факторам и факторам роста эффективности показатели самые низкие по стране. Это позволяет сделать вывод, что для повышения конкурентоспособности и ускорения экономического развития регионам Беларуси необходимо в большей степени опираться не на факторы, а на создание эффективного рынка товаров, повышение гибкости рынка труда, развитие финансового сектора и освоение новых технологий. Повышение конкурентоспособности регионов требует проведения системной, целенаправленной работы органов государственного управления, субъектов хозяйствования всех форм собственности.

Практическое применение полученных результатов. Исследованные в данной работе индексы конкурентоспособности и состояние потенциала регионов позволяют оценить реальное экономическое положение Брестского региона, разработать систему методов повышения инвестиционной, экономической, социальной привлекательности региона и эффективную региональную политику, оптимально сочетающую интересы страны и регионов.

ОСОБЕННОСТИ ФРАНЧАЙЗИНГА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

О.А. ЧАГАЙДА, А.О. КИПТИЛАЯ (студенты 3 курса)

Проблематика. Данная работа направлена на исследование специфических черт, а также перспектив развития в Беларуси франчайзинга. Являясь привлекательной формой ведения бизнеса, преследующей создание взаимовыгодных связей между участниками рынка, в Беларуси присутствуют ряд экономических, организационно-правовых и социально-психологических факторов, сдерживающих развитие франчайзинга, которые необходимо исследовать.

Цель работы. Определение проблем в развитии франчайзинга в Республике Беларусь.

Объект исследования. Экономические отношения, складывающиеся между субъектами франчайзинга в процессе организации совместной предпринимательской деятельности в мировой практике и в Республике Беларусь.

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

Научная новизна. Выявлены основные отличия франчайзинговых отношений, принятых общемировой практикой и белорусскими франчайзинговыми моделями. Определены основные причины, сдерживающие развитие франчайзинга в Республике Беларусь.

Полученные научные результаты и выводы. Установлено, что франчайзинг – это эффективная система, позволяющая бизнесу эффективно функ-