

ченным результатам испытаний, зная изменение физико-механических характеристик материала, можно правильно подобрать материал, необходимый для проектирования деталей машин и механизмов и предсказать их поведение при действующих нагрузках.

АНАЛИЗ ФАКТОРОВ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СУБЪЕКТОВ

ГАО ЮЙ (МАГИСТРАНТ)

Проблематика. Данная работа направлена на исследование факторов конкурентоспособности предприятий в Республике Беларусь и КНР.

Цель работы. На основе экономической оценки показателей конкурентоспособности бизнеса разработать мероприятия по ее повышению.

Объект и предмет исследования. Способы анализа конкурентных позиций субъектов хозяйствования в отраслях белорусской и китайской экономики.

Использованные методики. Методы статистического, графического, экономического и финансового анализа.

Научная новизна. На основании изучения способов планирования и анализа факторов конкурентоспособности разработана модель управления конкурентными позициями субъектов частного предпринимательства, обеспечивающая их рыночную устойчивость и экономическую безопасность.

Полученные результаты и выводы. Предложена методика оценки конкурентного потенциала предприятий с учетом результатов анализа их финансового состояния и показателей деловой активности.

Практическое применение полученных результатов. Мероприятия, направленные на разработку конкурентной стратегии хозяйствующих субъектов, могут использоваться как инструменты повышения конкурентоустойчивости частного бизнеса в Республике Беларусь и Китае.

МЕХАНИЗМ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ ГИПОТЕТИЧЕСКОГО БРЕНДА

И. В. ГОЛОВЧИК (СТУДЕНТКА 3 КУРСА)

Проблематика. Данная работа направлена на исследование этапов разработки и развития бренда, а также практического применения составляющих бренда для молодых компаний, входящих на конкурентный рынок.

Цель работы. Создать уникальный бренд, используя его составляющие.

Объект исследования. Авторский бренд SPOT.

Использованные методики. Аналитический метод, организационно-экономические методы.

Научная новизна. Состоит в обосновании и разработке методов совершенствования деятельности отечественных предприятий в области создания и управления брендами на рынке товаров массового спроса.