

ный имидж, туризм вносит вклад в национальный и мировой совокупный продукт. Возросший интерес к туризму в различных странах, необходимость получения новых знаний в области теории, методологии и практике его становления как отрасли национальной экономики определили актуальность темы работы.

Цель работы. Исследование въездного туризма в Республику Беларусь, выявление формирующих факторов.

Объект исследования. Туристический бизнес и поток иностранных студентов в Республику Беларусь.

Использованные методики. Для проведения анализа туристического бизнеса использованы теоретические и статистические данные, статический и сравнительный методы.

Сравнительный анализ. Туризм в Республике Беларусь играет важную роль в социально-экономическом развитии страны. Рост потока иностранных туристов и принимающих субъектов в городах Беларуси приводит к формированию конкурентной среды, что способствует повышению конкурентоспособности страны на мировом рынке туристических услуг. Анализ динамики и выявление факторов, влияющих на эффективность данного сектора национальной экономики, – актуальная задача на современном этапе.

Полученные научные результаты и выводы. В научной работе произведена оценка туристического потенциала страны, в основе которого богатое культурное и историческое наследие, привлекающее иностранных туристов. Исследования выявили рост объектов туристической индустрии и объектов инфраструктуры, что является следствием растущего потока туристов и доходов от туризма. Сформулированы положительные и отрицательные факторы развития туризма. Расширение географии иностранных туристов и сближение в туристической сфере способствует росту эффективности сотрудничества Беларуси с рядом стран, в том числе с Российской Федерацией и Китайской Народной Республикой.

Практическое применение полученных результатов. Любое экономическое явление так или иначе влияет на экономическое состояние страны и региона. Важно понимать, что туризм выходит за рамки страны и даже региона. В научной работе рассматривается перспективы развития въездного туризма, одним из векторов которого является привлечение китайских туристов и инвестиций, оказывая прямое воздействие на объем ВВП и косвенное на туристический рейтинг страны.

ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛЯ КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ ГИБКИХ ЦЕПЕЙ ПОСТАВОК

А. В. МАКСИМЧИК, Г. С. ГОЛУБИЦКАЯ (СТУДЕНТКИ 2 КУРСА)

Проблематика. В данной работе представлены подходы к формированию экономически оптимальных распределительных сетей в области интернет-коммерции. Наряду с ее драйверами обоснованы сдерживающие факторы и трудности ведения бизнеса в Республике Беларусь.

Цель работы. Изучение существующих моделей сбыта и их эффективности, сопоставление полученной информации с белорусскими реалиями.

Объект исследований. Понятие гибких цепей поставок в контексте интернет-торговли в Республике Беларусь и зарубежных стран, законодательство Республики Беларусь.

Использованные методики. Сравнительный и графический анализ, статистические инструменты.

Научная новизна. Рынок электронной коммерции – один из наиболее перспективных и развивающихся сегментов белорусской экономики. Зачастую применяются проверенные технологии, которые с годами теряют свою эффективность ввиду смещения центра тяжести от гонки за снижением издержек к покупателю, что является причиной формирования лояльности клиентов и в конечном итоге сверхприбылей.

Полученные научные результаты и выводы. Торговля в Интернете уже стала неотъемлемым посредником между продавцом и покупателем. Её главным преимуществом является смещение центра тяжести на рынке и в логистической системе в сторону покупателя. Благодаря современному уровню развития информационных технологий покупатель может удобно и быстро сравнить интересующий его товар с аналогами прямо с экрана своего телефона. Благодаря чему потребителю проще получить то, что хочет именно он, а не то, что ему предлагают. Таким образом логистическая система становится “тянущей” и функционирует именно по заказу покупателя.

Практическое применение полученных результатов. Рассмотренные в данной работе типы каналов распределения, примеры их эффективного применения крупными предприятиями могут использоваться при разработке сбытовой политики, которая будет конкурентоспособна в долгосрочной перспективе.

ОЦЕНКА РАЗВИТИЯ ФРАНЧАЙЗИНГА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Д. И. МАЛЬЦЕВА, И. В. ЛЕВОНЮК (СТУДЕНТЫ 2 КУРСА)

Проблематика. Франчайзинг – экономический инструмент, и для его внедрения необходимы соответствующие экономические предпосылки, которые в Беларуси не сформировались либо вообще, либо частично. К данным проблемам можно отнести нестабильность развития экономики Беларуси, т. к. франчайзинговые схемы требуют стабильности и предсказуемости экономики; отсутствие у большинства предпринимателей необходимого стартового капитала для вхождения во франчайзинговую систему; сложность, а порой и невозможность получения кредитов для создания стартового капитала.

Цель работы. Выявление особенностей проведения франчайзинговой деятельности в Республике Беларусь, определение тенденций его развития в Беларуси.

Объект исследования. Франчайзинг в Республике Беларусь.

Использованные методики. Для проведения анализа франчайзинговой деятельности в Беларуси использована совокупность показателей, которые с разной степенью полноты характеризуют франчайзинг в Республике Беларусь.

Научная новизна. Франчайзинг представляет собой эффективную форму развития бизнеса. Последние годы франчайзинг активно развивается в Белару-