

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ «ВИТЕБСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ББК 65,9 (4Бел)

УДК 339/1 (476)

№ гос. регистрации 20073751

Инв. №

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по научной работе

Е.В. Ванкевич



г.

ОТЧЕТ

О НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ РАБОТЕ

ИССЛЕДОВАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИХ И ПРАКТИЧЕСКИХ АСПЕКТОВ
ФОРМИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНО-РЕГУЛИРУЕМОЙ
РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ РБ

(заключительный)


Часть 1

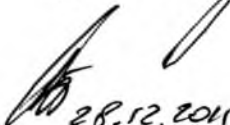
2007-ВПД-065

Научный руководитель НИР

зав. кафедрой ЭТиМ, д.э.н.

Начальник НИЧ


27.12.2011



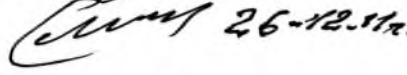
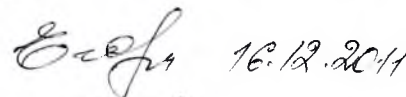
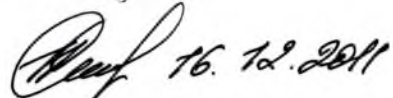
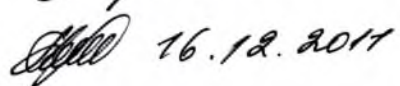
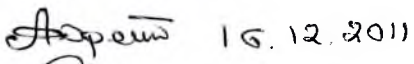
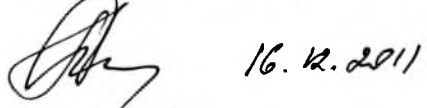
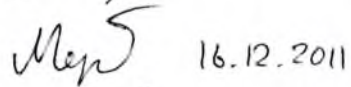
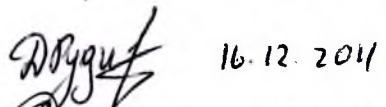

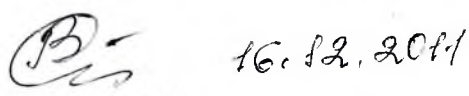

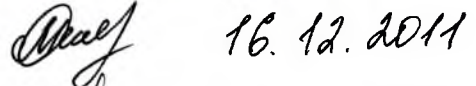
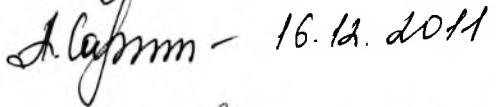
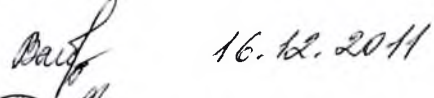
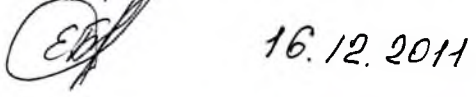
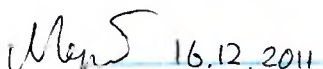

28.12.2011

Г.А. Яшева

С.А. Беликов

Витебск 2011

СПИСОК ИСПОЛНИТЕЛЕЙ

Научный руководитель, доцент, д.э.н.		Г.А. Яшева (введение, 1.1-1.3, 1.5, 1.7, 2.1, 2.2.3, 2.4.2, 2.5.5, 3.2.1, 3.2.2, 3.3.1, заключение)
Исполнители темы:		
профессор, к.т.н.		Г.А. Веденин (3.1.4, 3.2.3)
доцент, к.э.н.		М.Н. Семёнов (1.6, ПРИЛОЖЕНИЕ А)
доцент, к.э.н.		В.К. Егорова (2.2.1)
доцент, к.э.н.		И.Ю. Семенчукова (2.4.1)
доцент, к.э.н.		Л.А. Платонова (2.3)
доцент, к.э.н.		А.А. Орешников (2.2.2)
доцент, к.э.н.		Л.Ф. Трацевская (2.5.1-2.5.4)
ст. препод.		В.П. Чёрный (1.4)
ст. препод.		Д.Б. Рудницкий (3.3)
ст. препод.		Ю.М. Селезнёва (3.3.2)
ассистент		В.С. Смолянец (2.2.1)
ассистент		А.А. Поташев (3.2.4)
ассистент		О.М. Шерстнева (3.1.2, 3.1.3)
ассистент		А.А. Савосина (2.5.5)
преподаватель-стажер		Ю.Г. Вайлунова (3.1.3)
студент		Е.М. Борковская (3.2.2)
Нормоконтролер		В.П. Чёрный



РЕФЕРАТ

Отчет 352 с., 2 ч., 66 рис., 42 табл., 94 источника, 2 прил. 1ч.- 163 с., 2ч.- 189 с.

СОЦИАЛЬНО-РЕГУЛИРУЕМАЯ РЫНОЧНАЯ ЭКОНОМИКА, ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, САМООРГАНИЗАЦИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ, КЛАСТЕР ТОВАРОПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ, ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОЕ ПАРТНЕРСТВО, КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ, МАРКЕТИНГОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ.

Объектом исследования является сфера экономических отношений на макроуровне, региональном уровне и микроуровне управления.

Целью исследования является разработка теоретико-методологических и методических основ формирования социально регулируемой рыночной экономики и институционального механизма его практической реализации в Республике Беларусь на макро-, региональном и микроуровнях управления.

Проводимые научные исследования позволят дополнять и обновлять учебно-методический материал и повышать уровень подготовки студентов, в более системном виде осмысливать различные рыночные проблемы.

По результатам приведённых исследований разработаны предложения кафедры по оптимизации механизма государственного регулирования рыночных отношений и использования маркетинговых инструментов.

Исследования проводились в соответствии со стратегическими направлениями социально-экономического развития национальной экономики. Изучены способы и границы государственного воздействия на рыночные отношения хозяйствующих субъектов. Результаты исследований представлены в виде рекомендаций предприятиям и госучреждениям, внедрены в учебный процесс и производство.

СОДЕРЖАНИЕ

Часть 1

Введение	7
1. Рыночная экономика и ее эволюция	11
1.1. Сущность рыночной, социально-рыночной и смешанной экономики	11
1.2. Причины возникновения рыночно-регулируемой системы	16
1.3. Несостоятельность рыночного регулирования в современных условиях и основные функции государства	19
1.4. Модели рыночной трансформации в промышленно-развитых странах и странах с переходной экономикой	24
1.5. Общая характеристика экономической системы Республики Беларусь	30
1.6. Особенности идеологии и политики государственного регулирования социально-экономического развития национальных экономик	33
1.7. Формирование институционального механизма обеспечения социальной справедливости в экономических отношениях	36
2. Анализ и направления совершенствования институционального механизма социально- регулируемой рыночной экономики Республики Беларусь	43
2.1. Формирование механизма самоорганизации экономических систем на основе государственно-частного партнерства как направление стабилизации и экономического роста в кризисный и посткризисный период	43
2.2. Государственная политика инновационного развития национальной экономики: проблемы формирования и механизмы совершенствования	56
2.2.1. Структурно-региональный анализ и оценка состояния инновационной инфраструктуры белорусской экономики	56
2.2.2. Методика и практика оценки спроса на инновации	66
2.2.3. Методологические основы кластерного подхода к инновационному развитию национальной экономики	71
2.3. Теоретико-методологические основы и практические механизмы повышения конкурентоспособности Республики Беларусь на международных рынках	84
2.3.1. Семантика конкурентоспособности в международной экономике: концептуальные подходы	84
2.3.2. Оценка уровня международной конкурентоспособности Республики Беларусь	93
2.3.3. Сравнительный анализ конкурентоспособности Европейского Союза и Республики Беларусь	100

2.3.4. Конкурентоспособные позиции и инновационный потенциал регионов Республики Беларусь и Российской Федерации	105
2.3.5. Стратегия повышения конкурентоспособности национальной экономики Беларуси в системе международных отношений	114
2.4. Особенности социальной политики Беларуси и направления ее совершенствования в посткризисный период	120
2.4.1. Институт социального партнерства в Беларуси и его влияние на рынок труда	120
2.4.2. Теоретико-методологические основы социальной ответственности бизнеса	132
2.5. Государственная региональная политика в обеспечении институциональной устойчивости региона	139
2.5.1. Трансформация региональной политики в условиях глобализации	139
2.5.2. Ключевые вопросы и проблемы развития промышленности Витебской области	142
2.5.3. Региональные особенности и тенденции развития производственного потенциала Витебской области	147
2.5.4. Направления совершенствования механизма реализации приоритетных региональных программ социально-экономического развития	149
2.5.5. Обоснование методов регионального маркетинга для расширения трансграничного сотрудничества Республики Беларусь	151
Часть 2	
3. Исследование и обоснование механизмов эффективного управления производственно-хозяйственной и маркетинговой деятельностью предприятий	164
3.1. Теоретико-методологические основы и механизмы формирования партнерских отношений в целях повышения эффективности и конкурентоспособности предприятий	164
3.1.1. Методологические основы формирования системы маркетинга партнерских отношений	164
3.1.2. Теоретико-методологические основы построения системы управления партнерскими отношениями на предприятии	175
3.1.3. Обоснование механизмов развития партнерских отношений в текстильной отрасли	182
3.1.4. Инструменты формирования партнерских отношений	201

3.2. Исследование и обоснование механизмов повышения эффективности маркетинговой деятельности предприятий легкой промышленности	217
3.2.1. Маркетинговые технологии повышения эффективности продаж в легкой промышленности	217
3.2.2. Методы формирования бренда и ребрендинг торговых марок на примере текстильного предприятия	231
3.2.3. Освоение и оценка эффективности Интернет-маркетинга	251
3.2.4. Оценка эффективности CRM-систем	257
3.3. Проблемы внедрения современных систем управления промышленными предприятиями Республики Беларусь в условиях рынка и пути их решения	262
3.3.1. Научно-методологические основы эффективного структурирования управления промышленными предприятиями	262
3.3.2. Проблемы внедрения современных систем управления промышленными предприятиями РБ в условиях рынка	265
3.3.3. Разработка методики структурирования управления на основе выделения центров ответственности	269
3.3.4. Исследование основных бизнес-процессов в сфере маркетинга промышленного предприятия	271
3.3.5. Методические рекомендации по совершенствованию бизнес-процессов в сфере маркетинга промышленного предприятия	273
3.4. Исследование и обоснование направлений повышения конкурентоспособности предприятий	277
3.4.1. Обоснование механизма повышения конкурентоспособности предприятий на основе кластерного подхода	277
3.4.2. Исследование ценовой конкурентоспособности и обоснование направлений формирования конкурентных преимуществ в ценовой политике организации (на примере ОАО «Світанак»)	295
Заключение	307
Список использованных источников	314
Приложение А. Отчёт о научной работе за 2007-2011 гг., доцента Семёнова М.Н. по теме «Исследование теоретических и практических аспектов формирования социально-регулируемой рыночной экономики в Республике Беларусь»	322
Приложение Б. Анкета прогнозирования экономических последствий при внедрении маркетинга партнерских отношений на РУПТІ «Оршанский льнокомбинат»	352