

товаров для перекуса; мультиканальность; посещение торговых объектов, использующих новые технологии в ритейле (55 % опрошенных); рост популярности белорусских брендов. Популярность отечественных производителей распределилась следующим образом: «Коммунарка» (66,1 %); «Савушкин продукт» (53,2 %); Mark Formelle (40,6 %); «Санта Бремор», «Спартак». В молодежной среде наблюдается рост популярности торговых сетей (88 % постоянно их посещают). Частота посещений: «Евроопт» (58,8 %), «Остров чистоты и вкуса» (44,9 %), «Мила» (34 %), Green (25,3 %) и «Алми» (24,7 %).

На основе проведенного исследования сделаю вывод: интересуйтесь покупателем, следите за «большими» трендами, погоня за промом — не панацея, используйте технологии, продолжайте развиваться.

М. А. Слизкий
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — Н. Ю. Трифонов, канд. физ.-мат. наук, доцент

ЕСТЕСТВЕННЫЕ МОНОПОЛИИ: ПРОБЛЕМЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ

Естественные монополии играют стратегическую роль в экономике страны в силу своего масштаба и значимости своей деятельности для обеспечения общественного благосостояния. По этой причине государство, желая создать для таких монополий благоприятные условия ведения хозяйствующей деятельности и стремясь защитить своих граждан от возможного недобросовестного поведения естественного монополиста, берет на себя функцию регулирования и контроля естественных монополий [1].

Главным регулятивным органом в Республике Беларусь является Министерство антимонопольного регулирования и торговли (далее — МАРТ), спектр полномочий которого достаточно широк. Среди регулируемых МАРТ сфер естественных монополий признаются: аэронавигационные услуги, услуги аэропортов, услуги транспортных терминалов, услуги железнодорожного транспорта общего пользования, железнодорожные перевозки, транспортировка газа по магистральным трубопроводам; транспортировка газа по распределительным трубопроводам, транспортировка нефти, нефтепродуктов по магистральным трубопроводам, услуги по оперативно-диспетчерскому управлению в электроэнергетике, услуги по передаче электрической энергии; услуги по распределению электрической энергии; услуги по передаче и (или) распределению тепловой энергии; централизованное водоснабжение и водоотведение. В своей работе МАРТ опирается на довольно обширную законодательную базу, которая в последнее время активно совершенствуется и обновляется [2].

Правовое регулирование не должно быть направлено только на установление цен и тарифов и не должно сводиться лишь к контролю за деятельностью естественных монополий. Это при том, что инструмент регулирования тарифов приобретает все большую роль в макроэкономической политике государства, поскольку наблюдается тенденция усиления влияния тарифов естественных монополий на общий уровень инфляции.

Для оптимизации регулирования естественных монополий, для оздоровления экономики необходимо в первую очередь совершенствование законодательной базы регулирования деятельности естественных монополий, а также совершенствование деятельности контролирующего органа.

Источники

1. Трифонов, Н. Ю. Проблемы оценки месторождения полезных ископаемых / Н. Ю. Трифонов, М. В. Вашкевич // Наука — образованию, производству, экономике : материалы 15-й Междунар. науч.-техн. конф. : в 4 т. // Белорус. нац. техн. ун-т ; редкол.: Б. М. Хрусталеv [и др.]. — Минск, 2017. — Т. 4. — С. 140.

2. О естественных монополиях [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 16 дек. 2002 г., № 162-З // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «Юр-Спектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2021.

М. С. Сромук, Д. А. Титова
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — И. В. Уриш, канд. экон. наук, доцент

ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ФРАНЧАЙЗИНГ КАК ФОРМА СЕТЕВОГО БИЗНЕСА

В настоящее время франчайзинг получил общее признание и стал особенно актуальным во всем мире.

Производственный франчайзинг — форма франчайзинга, которая предполагает передачу франчайзером исключительного права покупателю франшизы на производство продукции под торговым знаком франчайзера на определенной территории по технологиям, с использованием исходных компонентов и разработок правообладателя. Основными преимуществами производственного франчайзинга являются: использование проверенных технологий при производстве продукции; надежность производственных линий; обучение партнеров и персонала, задействованного в производстве; использование высококачественного сырья; четкое понимание маркетинга и продаж. Главным недостатком франчайзинга можно считать относительно