

зованное общество. В Республике Беларусь принят ряд законодательных и специальных нормативных актов, регулирующих процессы торгового обслуживания. Совокупность всех правил и составляет те нормы, которые определяют обязанности и ответственность производителей и продавцов перед покупателями и защищают их законные права.

Право - одно из средств, с помощью которого государство охраняет интересы потребителя. Его нормы предусматривают общеобязательные правила поведения участников общественных отношений, которые возникают в процессе производства, распределения, обмена и потребления благ, а также санкции за их нарушение.

Прежде всего основополагающие нормы, направленные на охрану прав потребителей, содержатся в Конституции Республики Беларусь (право на жизнь, на отдых, охрану здоровья, благоприятную окружающую среду), в Гражданском кодексе, Кодексе об административных правонарушениях (КоАП).

Основным нормативно-правовым актом является Закон Республики Беларусь «О защите прав потребителей». Основное назначение закона - это правовое регулирование отношений, возникающих между потребителями, изготовителями, продавцами, исполнителями продукции работ и услуг, а также предпринимателями при розничной торговле, бытовом подряде, медицинском, гостиничном обслуживании и тому подобных договорах.

Закон определил права потребителей в соответствии с нормами, установленными мировым сообществом и закрепленных в резолюции Генеральной ассамблеи ООН в 1985 г.

Кроме того, Закон установил механизм реализации прав потребителей, определил процедуру восстановления нарушенных или утраченных прав, разъяснил возможность требования возмещения материального и морального вреда, причиненного потребителям.

Гуторова И. И., БТЭУПК (Гомель)

СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ РЕГИОНА

Стратегии развития региона по ряду признаков:

- типу покупателей;
- видам;
- сферам деятельности;
- отраслям;
- направлениям;
- стратегическим приоритетам.

Успех эффективного осуществления стратегии развития невозможен без маркетинговых усилий. Реализация стратегии развития призвана обеспечить удовлетворение потребностей индивидуумов и групп людей благодаря целенаправленной трансформации параметров и позиции формируемых и действующих социально-экономических систем в неконтролируемой среде. Для реализации стратегии развития необходимы значительные усилия, которые связаны прежде всего с формированием институциональных, экономических, организационных и правовых основ цивилизованного рынка.

Давидовская И.А., БГЭУ (Минск)

ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ЭЛЕКТРОННЫХ ВИТРИН

Одним из методов определения качества электронных витрин является опрос, который включает такие этапы, как подбор экспертов, формирование экспертной группы; формирование вопросов и составление анкет; формирование правил определения

групповых оценок на основе оценок отдельных экспертов; работа с экспертами; анализ и обработка экспертных оценок.

В общем случае групповая оценка каждого события (фактора) есть функция $a_i = f(a_{ij}, h_j)$,

где a_i - групповая оценка, i — количество событий;

a_{ij} — оценки событий, определенные каждым экспертом;

h_j — степень компетентности эксперта, j = - количество экспертов.

Групповая оценка зависит от выставленных оценок экспертов и степени компетентности эксперта, которая учитывает степень и квалификацию эксперта.

В зависимости от специфики экспертного опроса объекта исследования и используемой методики обработки экспертных данных оценки могут иметь различную шкалу измерения. Выбор шкалы во многом определяется удобством получения и обработки оценок, а также личными предпочтениями исследователя, проводящего экспертный опрос.

Во многих случаях при составлении вопросников нецелесообразно разрабатывать собственную шкалу измерения, а рекомендуется использовать стандартные шкалы. К шкалам, которые используются в маркетинговых исследованиях, относятся:

- шкала Лайкерта;
- модифицированная шкала Лейкерта;
- шкала для изучения жизненного стиля;
- семантическая дифференциальная шкала.

Для вычисления значения групповой оценки целесообразно пользоваться методами ранжирования и методом парных сравнений. Сущность метода парных сравнений заключается в предложении экспертам провести сравнения объектов попарно, с тем, чтобы установить в каждой паре наиболее важный (значимый) из них.

Давыдова Г.А., БГЭУ (Минск)

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ СТИМУЛЫ РАЗВИТИЯ РОЗНИЧНОГО ТОВАРООБОРОТА

В условиях реформирования экономики повышение роли экономических стимулов на всех уровнях управления является задачей первостепенного значения. Через реализацию функций экономического стимулирования обеспечивается согласование интересов общества, потребителей и субъектов хозяйствования. Объединение этих трех видов экономических интересов воедино и построение эффективного механизма воздействия на субъекты экономических отношений способствует созданию благоприятных условий для хозяйственной деятельности предприятий, стабилизации экономической ситуации в стране. Экономические стимулы реализуются прежде всего через развитие коммерческого расчета, ценовую, налоговую политику, политику доходов и социальной защиты населения, ресурсную политику и другие экономические регуляторы.

Реализация произведенного продукта является обязательным условием достижения главной цели коммерческих организаций - получения прибыли. Именно через розничный товароборот удовлетворяется более 80 % всех потребностей населения в товарах, и он оказывает влияние на конечные результаты работы коммерческих организаций.

Многие приватизированные торговые предприятия расширяют ассортимент