

это наиболее известный интеграционный механизм прогнозирования экономических процессов в условиях рынка.

### Литература

1. Леднева, И. А. Метод написания сценария как элемент системы управления развитием товарооборота торговых организаций / И. А. Леднева, Е. А. Лазурина // Иппокрена. — 2016. — № 2. — С. 104–114.

2. Переверза, Е. В. Сценарный подход в задачах анализа сложных социальных систем / Е. В. Переверза // Системні дослідження та інформаційні технології. — 2011. — № 1. — С. 133–143.

3. Концептуальные подходы к исследованию потребительского рынка (в условиях формирования ЕЭП): моногр. / Н. С. Шелег [и др.] ; под общ. ред. Н. С. Шелега, И. М. Микулич. — М. : СИА, 2012. — 132 с.

**М.Н. Колейчик**

*БГЭУ (Минск)*

*Научный руководитель А.В. Кармызов*

## СОВРЕМЕННЫЕ ТОРГОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Достижения науки и техники все чаще используются в сфере обращения, что стимулирует увеличение товарооборота, способствует повышению культуры обслуживания, создает необходимые условия для совершенствования технологии, механизации и автоматизации торговых процессов, более эффективного использования торговых и складских площадей, транспортных средств.

Социальное значение научно-технического прогресса выражается в улучшении условий труда работников торговли, уменьшении числа трудоемких и тяжелых работ, сокращении производственного травматизма, повышении престижа торговой деятельности как сферы хозяйствования [3].

Информационные системы стали сегодня важнейшим инструментом успешного торгового бизнеса. Торговые организации используют различные специализированные информационные решения: 1С («Патерсон»), SAP Retail («Копейка», «Эльдорадо»), Ахартa Retail («Перекресток»), Navision и др. К важнейшим возможностям современных информационных систем можно отнести планирование основных показателей работы розничных магазинов, таких как оборот, прибыль, количество и средний размер покупок, анализ эффективности использования торговых площадей, производительности труда персонала, оценку соответствия плановых показателей реальным [2].

Одним из важных факторов ускорения процесса реализации товаров и обслуживания покупателей является автоматизация контрольно-кассовых операций на основе современных высокопроизводительных

электронных контрольно-кассовых машин [1]. Для оснащения магазинов должны использоваться контрольно-кассовые машины, позволяющие не только вести расчеты с покупателями, изучать покупательский спрос, учитывать число покупателей, но и обрабатывать магнитные и микропроцессорные карты, а также собственные предоплатно-дисконтные карты магазина. Внедрение магазином автоматизированной системы работы с пластиковыми картами позволяет вести постоянную базу клиентов и отслеживать динамику их покупок [1].

Одним из видов современного оборудования в магазинах является тележка с дисплеем, оснащенная навигационным устройством, которая позволяет установить связь с каталогом всех товаров в магазине и показать их месторасположение [1]. На дисплее можно прочесть подробную информацию о товаре, который вы планируете купить (производитель, состав, область применения, полезные свойства, способ приготовления и т.д.), а также развернутую информацию о сопутствующих товарах.

С каждым годом все больше людей отдают предпочтение покупкам товаров через интернет, поэтому важнейшее значение сегодня имеет интернет-торговля. Для успешной конкуренции необходимо создавать сайты, где покупатель, не выходя из дома, может ознакомиться с интересующей его продукцией. При этом данные сайты должны быть максимально информативными и иметь простую структуру. Кроме того, следует осуществлять продвижение товаров в социальных сетях, на различных форумах и т.п.

#### Литература

1. Дашков, Л. П. Коммерция и технология торговли : учеб. / Л. П. Дашков, В. К. Памбухчиянц, О. В. Памбухчиянц. — 11-е изд. — М. : Дашков и К°, 2011. — 689 с.
2. Бурмин, А. А. Использование программного обеспечения на предприятии / А. А. Бурмин. — Корпоратив. системы. — 2006. — № 1. — С. 56–57.
3. Жукова, Т. Н. Коммерческая деятельность : учеб. пособие / Т. Н. Жукова. — СПб. : Вектор, 2006. — 252 с.

**Е.А. Конопацкая, Д.Д. Андросюк**  
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **А.И. Ерчак** — канд. экон. наук, доцент

## РИСКИ ПРОВЕДЕНИЯ СКИДОК И РАСПРОДАЖ В ТОРГОВЛЕ

В настоящее время увеличение количества функционирующих на потребительском рынке организаций, сокращение платежеспособного спроса и постоянное возрастание потребностей населения приводят к обострению конкуренции на рынке, что заставляет субъектов хозяй-