

распределения. В результате определения структуры распределения выясняется потребность в услугах посредников, на основании которой осуществляется их поиск.

В сложившихся экономических условиях наблюдается рост потребности субъектов торгового бизнеса Республики Беларусь в инструментарии управления деловым окружением, адаптированным к специфике сферы услуг. Отечественные торговые организации оказались в двойственном положении. С одной стороны, современная компьютеризация и широкое использование предоставляемых Интернетом возможностей позволяют легко находить информацию об элементах деловой среды. С другой, усложнение и многообразие предлагаемых товаров и услуг, сокращение их жизненного цикла, появление большого числа конкурентоспособных организаций, повышение требований покупателей существенно затрудняют процесс оценки.

Результаты оценки делового окружения позволяют организации формировать стратегию своего развития в соответствии своей деловой среде. Это достигается путем проведения организационных изменений производственного, технического, экономического, структурного, поведенческого характера, ориентированных как на краткосрочную, так и на долгосрочную перспективу. Таким образом, планирование делового окружения помогает организации не только адаптироваться, но и влиять на внешние факторы, обеспечивая достаточно устойчивое функционирование в нестабильных внешних условиях.

Список использованных источников

1. *Моргачев, Р.В.* Разработка стратегических ориентиров развития организации в условиях неопределенности внешней среды : автореф. дис. канд. экон. наук : 08.00.05 / Р.В. Моргачев. — М., 2011. — 23 с.

Д.К. Ивашко, А.И. Павлович
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель А.В. Кармызов

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ УСЛУГ АВТОСЕРВИСА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Автопарк белорусов характеризуется сравнительно высоким средним возрастом транспортного средства, что формирует стабильный спрос на услуги автосервисов. Вместе с тем рассматриваемые объекты все же сталкиваются с рядом проблем при осуществлении своей деятельности. Так, например, в процессе исследования рынка услуг автосервиса Республики Беларусь было выявлено, что наиболее частая проблема, с которой сталкивается владелец автосервиса, — это постоянный недостаток финансов на содержание фирмы. Кроме этого, низкий уровень деловой культуры и ответственности в рассматриваемой сфере

вызывает проблемы с налаживанием стабильных деловых связей как с клиентами, так и с поставщиками запчастей.

Невысокая покупательная способность белорусов вынуждает владельцев автосервисов в процессе ремонта привлекать специалистов с низкой квалификацией, чей труд более дешев.

Одной из распространенных проблем является и то, что автосервисы не способны предоставить широкий спектр услуг, что вызвано охарактеризованным ранее недостатком средств на развитие, притом что на любом этапе жизненного цикла для компании очень важно завладеть вниманием солидной клиентуры, приобрести и сохранить должную репутацию.

Литературные источники, посвященные комплексу функций маркетинга, содержат следующую рекомендацию: при возникновении проблемы с состоянием клиентской базы необходимо внедрение различных систем управления лояльности, рекламных компаний, акций и т.п.

Думая о будущем автосервисов, нельзя представить их без современных инновационных методов диагностики и ремонта, инструментов и оборудования, а также высококвалифицированных специалистов. Перспективным направлением развития является сотрудничество с максимальным числом магазинов автозапчастей, организация общей скидочной системы с ближайшими автосервисами, предоставление единых скидочных карт для скидок в автосервисе и магазине автозапчастей. Для успешного функционирования автосервиса в будущем необходимо использование 3D-стендов, диагностических и мультимарочных сканеров, оснащение чип-тюнинга.

Перспективный автосервис, прежде всего, это просторное светлое помещение, оснащенное современным высокотехнологичным оборудованием, где трудятся только высококвалифицированные специалисты, а все заказы выполняются качественно и в срок.

П.Н. Каверга, А.А. Козлова

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель Н.С. Шелег

(д-р экон. наук, профессор)

ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННАЯ ИНФРАСТРУКТУРА — ОСНОВА ФОРМИРОВАНИЯ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА

В настоящее время наблюдается переход к глобальной информатизации общества, ускоренному развитию услуг в ИКТ-сфере (Информационно-Коммуникационные Технологии).

Согласно докладу Международного союза электросвязи (далее — МСЭ) об измерении информационного общества, опубликованному в 2016 г., по значению индекса развития информационно-коммуникационных технологий Республика Беларусь заняла 31-ю позицию в мировом рейтинге