

Ширинов Рашад Шахсувар-оглы
БГЭУ (Минск)
Научный руководитель И.А. Леднева
(канд. экон. наук, доцент)

ФАКТОРЫ, ОКАЗЫВАЮЩИЕ ВЛИЯНИЕ НА РАЗВИТИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА

Потребительский рынок — один из наиболее динамично развивающихся секторов экономики, основной целью которого является обеспечение территориальной и ценовой доступности широкого ассортимента качественных товаров и услуг для потребителей.

Формирование и развитие потребительского рынка является процессом, динамика которого предопределяется влиянием разнонаправленных факторов, связанных с особенностями размещения производительных сил, спецификой производства, с уровнем доходов населения и характером потребительских предпочтений, а также с уровнем развития рыночной и региональной инфраструктуры. Поэтому необходимо определение факторов, влияющих на развитие потребительского рынка, учитывая сферу воздействия, причины возникновения, а также характер влияния.

На развитие потребительского рынка оказывают влияние факторы, отражающие воздействие природно-климатических условий, научно-технического прогресса, информатизации общества, глобализации и интернационализации торговли. К данным факторам также можно отнести формы и методы государственного регулирования, уровень развития межрегиональных и внешнеэкономических связей, особенности налоговой и тарифной политики.

В настоящее время можно выделить группу макрофакторов, оказывающих наиболее значительное влияние на тенденции и динамику развития потребительского рынка. К основным из них следует отнести глобализацию социально-экономических процессов, мобильность населения, изменение потребительских стандартов и инфраструктуры товарных рынков и рынков услуг, развитие современных информационных технологий (см. рисунок).

Идентификация факторов, определяющих состояние и изменение потребительского рынка позволяет прогнозировать тенденции его развития, определять приоритеты государственной политики в данной сфере, совершенствовать механизмы его регулирования, формировать комплекс инструментов управления им с целью формирования сбалансированного спроса на товары и услуги, повышения их доступности для потребителей, обеспечения их качества и безопасности, защиты прав потребителей.



Факторы, влияющие на развитие современного потребительского рынка

Источник: [1, с. 69].

Список использованных источников

1. Майкова, С.Э. Идентификация факторов развития потребительского рынка / С.Э. Майкова, Е.Т. Солдатова // Науч. труды SWORLD. — 2013. — № 2. — С. 67–72.

И.Н. Шостак

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель А.В. Владыко

(канд. экон. наук, доцент)

ОСОБЕННОСТИ ТЕХНОЛОГИЙ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ В ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В динамичных условиях экономики современного мира большое значение имеет применение современных технологий осуществления бизнес-процессов для организаций сферы торговли. Перед торговыми организациями стоит задача непрерывного поиска новых технологий осуществления бизнес-процессов, способствующих оптимизации издержек и рационализации управления ресурсами.

Автоматизация торговой деятельности предполагает использование различных сценариев организации закупок и гибкой схемы складского учета. Определим основные бизнес-процессы торговой деятельности, к ним относятся следующие: «Снабжение», «Сбыт», «Управление финансами», «Кадровое обеспечение», «Маркетинг».

Технология осуществления бизнес-процессов торговой деятельности в отечественной практике широко применяет такие нотации, как