3. Рынок электронной коммерции Беларуси [Электронный ресурс] // e-data.by. — Режим доступа: <https://e-data.by/>.

4. Объем e-commerce в Беларуси превысил 1,5 млрд рублей [Электронный ресурс] // office life. — Режим доступа: <https://officelife.media/news/the-volume-of-e-commerce-in-belarus-exceeded-1-5-billion-rubles/>.

А.Д. Коноваленко

БГУ (Минск)

Научный руководитель — С.В. Стасюкевич

СИСТЕМА ОПТОВЫХ СКИДОК КАК ОСНОВА ЭФФЕКТИВНОГО СБЫТА ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОГО ОБОРУДОВАНИЯ

Современные условия ведения деятельности по оптовой реализации телекоммуникационного оборудования в Республике Беларусь характеризуются достаточно жесткой ценовой конкуренцией. С учетом того, что оптовый покупатель обращает внимание на ключевые технические характеристики продукта, в условиях представленного разнообразия и отсутствия существенного запаса финансовой прочности организаций — покупателей телекоммуникационного оборудования ценовой фактор является определяющим при заключении договоров на поставку товаров данной группы. Таким образом, грамотно построенная ценовая политика организации, реализующей телекоммуникационное оборудование оптовым покупателям, является основой приобретения конкурентных преимуществ.

Практика деятельности, рассматриваемая в сфере экономических отношений, показывает, что грамотная ценовая политика неэффективна без включенной в нее системы скидок. Основным видом скидки, используемым оптовыми продавцами, является скидка за объем покупки. При этом для предоставления скидки могут использоваться и иные критерии, такие как период оплаты, время сотрудничества с контрагентом, кредитоспособность контрагента и др.

Эффективная система скидок должна позволять: увеличить объем продаж, абсолютную и относительную доли на рынке, доходы от реализации, прибыль от реализации и рентабельность продаж, производительность труда, отдачу вложенного капитала; оптимизировать затраты; сокращать длительность операционного цикла; повышать финансовую устойчивость как организации оптовой торговли, так и ее клиентов.

Таким образом, для признания системы скидок эффективной необходимо выполнение всех из представленных выше критериев. Вместе с тем организациям оптовой торговли необходимо учитывать

спектр факторов, препятствующих достижению максимальной эффективности ценовой политики:

1) система скидок должна носить недискриминационный характер по отношению к какому-либо субъекту, т.е., условия предоставления скидок должны быть идентичными для любого контрагента;

2) критерии, заложенные в основу определения скидок, должны быть экономически обоснованны и понятны контрагентам;

3) система скидок не должна нарушать нормы действующего законодательства;

4) систему скидок необходимо оформить в виде официального документа;

5) всегда присутствует риск потери части выгод за счет того, что воспользуются скидкой те клиенты, которые приобрели товары и без соответствующих скидок (т.е. эффективными скидки будут в том случае, если дополнительные выгоды превысят упущенные).

Таким образом, разработка системы скидок является актуальным средством приобретения текущих преимуществ. Вместе с тем только с помощью скидок крайне сложно удержать клиента в долгосрочной перспективе. В данном случае система скидок является базисом для построения стратегии позиционирования на рынке.

Д.С. Король, Д.С. Шаматульская, Г.И. Корбут

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — Н.С. Шелег, д-р экон. наук, профессор

ОСОБЕННОСТИ СИСТЕМЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ НЕДВИЖИМОСТЬЮ

Сервейинг — это профессиональное, комплексное, системное управление недвижимостью на всех этапах жизненного цикла объектов. Можно сказать, что сервейинг представляет собой реализацию системного подхода по развитию и управлению объектами недвижимости. Задачи сервейинга:

1) создание стратегии и программы управления объектами недвижимости, реализация этой программы и контроль за ее выполнением;

2) подбор подрядных и ресурсоснабжающих организаций, заключение с ними договоров на содержание и обслуживание, контроль выполнения сторонами договора и качества услуг;

3) наиболее эффективное владение и распоряжение объектом для получения максимальной прибыли;

4) коммерческое использование зданий и сооружений [1].

Сервейеры занимаются сбором, обработкой и предоставлением информации о земле и других объектах недвижимости, осуществляют