

статочно широкую товарную номенклатуру. Используются матрицы Бостонской консалтинговой группы и Артур де Литтл.

Сделан вывод, что правильно сформированный товарный портфель позволит предприятию эффективнее управлять денежными потоками и инвестициями, сохранять свое положение на старых и осваивать новые рынки сбыта продукции.

### *Литература*

1. Ансофф И. Стратегический менеджмент / И.Ансофф - Санкт-Петербург: Питер Пресс, 2009.

УДК 338.534

## **ОСОБЕННОСТИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ НА РЫНКЕ ПРОДУКЦИИ ПРОИЗВОДСТВЕННО-ТЕХНИЧЕСКОГО НАЗНАЧЕНИЯ**

Студентка гр.103220 Румачик Е.Е.

*Научный руководитель – ст. преп. Торская И.В.*

Белорусский национальный технический университет  
Минск, Беларусь

В2В – это сектор рынка, ориентированный на организацию взаимодействия между компаниями в процессе производства и продажи товаров или услуг. К числу особенностей данного рынка следует отнести, в том числе, то, что его субъектами являются юридические лица, и процесс продажи не нем является более протяженным во времени.

Каждое предприятие вырабатывает свою ценовую политику, которая заключается в определении и поддержании оптимальных уровней, структуры и взаимосвязей цен на товары в рамках ассортимента предприятия и конкретного рынка, а также в своевременном изменении цен по товарам и рынкам с целью достижения максимально возможного успеха в конкретной рыночной ситуации.

Выработка ценовой политики включает в себя следующие этапы: выработка целей ценовой политики, анализ ценообразующих факторов, выбор метода и стратегии ценообразования. При этом выделяют три группы стратегий ценообразования: дифференцированно-

го, конкурентного и ассортиментного, которые в свою очередь включают в себя отдельные виды стратегий.

Одним из доминирующих параметров продукции производственно-технического назначения является цена потребления, которая представляет собой сумму продажной цены и стоимости использования этого товара за период эксплуатации. Используя такую продукцию, покупатель стремится добиться оптимальной величины цены потребления, которая определяется максимально выгодным периодом эксплуатации продукции по параметру затрат.

Расчет цены потребления осуществлен на примере грузовых автомобилей марок МАЗ и КАМАЗ.

УДК 336.7

### **ЭЛЕКТРОННЫЕ ДЕНЬГИ И ОСОБЕННОСТИ ИХ ПРИМЕНЕНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

Студентки гр.103229 Гедранович П.А., Есипович А.В.

*Научный руководитель – ст. преп. Лавренова О. А.*

Белорусский национальный технический университет  
Минск, Беларусь

Активная коммерциализация сети Интернет превращает ее в универсальную торговую площадку для ведения бизнеса в режиме он-лайн. Наиболее динамично развивающейся сферой электронного бизнеса в настоящее время является электронная торговля, включая как торговые, так и финансовые транзакции и бизнес-процессы. Закономерно, что в условиях формирования и развития электронной экономики все более актуальными становятся вопросы проведения электронных платежей, в том числе с использованием электронных денег, которые значительно ускоряют процесс расчета по торговым операциям.

Электронные деньги представляют собой платежное средство, существующее исключительно в электронном виде, в виде записей в специализированных электронных системах. По результатам изучения рынка электронных платежей в Республике Беларусь были определены наиболее известные эмитенты электронных денег, такие как: Easy Pay, Web Money, Qiwi, Рапида Бел, а также ряд банков, предоставляющих мобильные и интернет-платежи.