

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.

В результате исследования выявлено, что основными преимуществами электронных денег являются: мобильность и анонимность, оперативность и простота использования, интеграция с электронными торговыми площадками. Однако существует и ряд недостатков, которые сдерживают внедрение электронных денег в практику финансовых расчетов. В первую очередь, это отсутствие совершенной законодательной базы и правовых механизмов, регулирующих процедуры, связанные с электронными платежами. Также существенные опасения при работе с электронными деньгами у пользователей вызывают вопросы безопасности, в том числе угрозы хищения или физического уничтожения платежных средств, их подделки или изменения номинала. Существенным фактором, сдерживающим распространение электронных денег в Беларуси является недостаточная популярность и распространенность электронных финансовых систем, а также невысокая степень доверия к электронным платежным средствам среди населения.

Тем не менее, в последнее время в Республике Беларусь предпринимаются меры по созданию благоприятных условий для развития электронной экономики, торговли и электронных платежных систем. Об этом свидетельствует увеличение пунктов покупки электронных денег, интеграция платежных систем с белорусскими торговыми площадками, растущее количество пользователей электронных платежных систем. По оценкам экспертов уже сегодня пятая часть покупателей готова отказаться от бумажных денег в пользу электронных. Таким образом, можно говорить о том, что электронные деньги имеют хорошие перспективы применения при переносе финансово-экономической активности в сеть Интернет. –

Литература

1. Понятие электронных денег [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://infobank.by/704/default.aspx>, свободный. – Заглавие с экрана.

2. Платежные системы Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://finance.tut.by/news340190.html>, свободный. – Заглавие с экрана.

3. Развитие электронных денег [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://bda-expert.com/2011/05/perspektivy-razvitiya-elektronnyh-deneg/>, свободный. – Заглавие с экрана.

УДК 621.338

**ФОРМИРОВАНИЕ ПЛАНА
НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИХ
И ОПЫТНО-КОНСТРУКТОРСКИХ РАБОТ
МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ**

Студент гр.303219 Ефимчик Е.В.

Научный руководитель – канд. экон. наук., доцент Адаменкова С.И.

Белорусский национальный технический университет

Минск, Беларусь

На крупных предприятиях машиностроительной отрасли формированием плана научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ (НИОКР) занимаются службы: управление генерального конструктора (УГК) и управление маркетинга.

Управление маркетинга проводит маркетинговые исследования рынка спецтехники с целью выявления наиболее перспективных и востребованных у конечного потребителя машин, производимых фирмами-лидерами рынка, а также собирает предварительные заявки на новую технику от заинтересованных предприятий. Это позволяет спрогнозировать потребность рынка в конкретных видах техники с определенными технико-эксплуатационными характеристиками, установить ценовые диапазоны у зарубежных и отечественных (при их наличии) машин-аналогов, сформировать предложение маркетинговых служб по включению новых моделей техники в план НИОКР.

Изучив данное предложение конструкторские бюро, входящие в состав УГК, прорабатывают возможности создания принципиально новой техники, а также доработки и совершенствования моделей, выпускаемых серийно. Предложения служб обсуждаются на заседании Научно-технического совета предприятия, который согласует перечень техники для включения в план НИОКР на следующий год.