

Когда поставщиков немного (два или три), то критериями выбора наиболее подходящего из них служат сравнительные мощности, цены на закупаемые товары, надежность поставщиков. Выбирается поставщик, в наиболее полной степени соответствующий названным критериям. Также, когда уровень конкуренции среди поставщиков товаров низок, то определяющими факторами выбора являются: стоимость и объем закупок.

При увеличении конкуренции среди поставщиков сырья следует принимать во внимание конъюнктуру товарных рынков, а также тарифы на перевозку сырья, таможенное и налоговое законодательство, определяющее стоимость закупки товаров у производителей за пределами Беларуси и внутри нее, качество товаров и т.д.

Когда поставщиков много, выбор наиболее подходящего целесообразно проводить в два этапа. На первом этапе производится предварительный отбор поставщиков по основным критериям: удаленность, форма расчетов, комплектность размер партии, график поставки и другие.

Предпочтение должно отдаваться тем поставщикам, которые предлагают наилучшие условия, по мнению группы экспертов. На втором этапе рассматривается расширенный перечень критериев, который применяется для двух или трех лучших поставщиков и включает такие факторы, как периодичность поставки, репутацию, имидж, дополнительные условия.

<http://edoc.bseu.by>

*Ивашевич И.Ф.
УО ПГВБК (Пинск)*

ИНТЕГРАЦИОННАЯ МОДЕЛЬ МОТИВАЦИИ

Модели мотивации концентрируются на поведении человека, на выборе определенного типа поведения, стремящегося к удовлетворению его потребностей.

Нереализованные потребности человека вызывают определенные стремления. Прежде чем конкретная личность решится на определенный способ поведения, она подвергается воздействию со стороны определенных факторов:

- прошлый опыт играет важную роль в мотивационной модели;
- поведение человека в значительной степени формируется под влиянием окружающей среды;
- на поведение конкретной личности оказывает влияние способность предвидеть те усилия, которые необходимо вложить в реализацию конкретного задания, значимость предполагаемой награды, а также вероятность ее получения в результате определенной активности.

*Ильин Н.М.
УО БГЭУ (Минск)*

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ТРЕБОВАНИЯ К ТОВАРАМ

Социальные требования выступают как исходное условие обеспечения соответствия ассортимента и качества товаров потребностям населения. Они определяют оправданность и целесообразность выпуска товаров в соответствии со сложившимися дифференцированными потребностями и возможностями их производства. Важнейшими требованиями выступают: социальная целесообразность, социальная адресность, социальная перспективность.