

Маркетинговое изучение потребителей позволило также выявить следующее:

— многие покупатели считают, что отечественный майонез уступает по качеству импортному, но находят его намного привлекательнее по цене. Это подтверждают и результаты расчета конкурентоспособности (КСП) майонеза различных производителей, в соответствии с которыми наиболее конкурентоспособным по качественным показателям (особенно таким, как внешний вид и консистенция, цвет и упаковка) является майонез российского производства, но в итоге за счет более низкой стоимости интегральный показатель КСП оказался больше у белорусских наименований;

— в то же время наблюдается тенденция смещения потребительских предпочтений в сторону качественных показателей, т.е. цена постепенно отходит на второй план.

Чтобы удержать свои позиции на рынке, отечественный производитель должен всерьез задуматься над повышением качества продукции и совершенствованием своего ассортимента в соответствии с новейшими тенденциями и спросом населения. В свою очередь, роль торговли как связующего звена между производством и потреблением заключается в том, чтобы на основании изучения реальных потребностей и предпочтений потребителей своевременно информировать производителей об их изменении.

*Е.В. Курныш  
БГЭУ (Минск)*

## **СОВРЕМЕННЫЕ РЫНОЧНЫЕ КОММУНИКАЦИИ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРИНЯТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ**

В повседневной работе современного крупного офиса (компании) сотрудникам необходимо обмениваться корреспонденцией, вести базу данных, регистрировать продажи и отслеживать ситуацию на рынке, управлять производством и др. Для быстрого реагирования на экономическую ситуацию и принятия обоснованных экономических решений необходимо создавать целостную систему коммуникаций, состоящую из телекоммуникационного оборудования, серверов, кабелей, корпоративного программного обеспечения и систем хранения данных.

Корпоративная сеть — система, обеспечивающая передачу информации между различными приложениями, используемыми в системе корпорации. Корпоративная сеть представляет собой сеть отдельной организации. Она, как правило, является территориально распределенной, т.е. объединяющей офисы, подразделения и другие структуры, находящиеся на значительном удалении друг от друга.

Очевидно, что в зависимости от специфики деятельности компании требования к подобному рода системам существенно разнятся. Суще-

ствуют типовые проекты, которые наиболее полно отражают сущность комплексного подхода. Именно на них и следует обратить внимание. При этом необходимо, чтобы заказчик организовал свою деятельность так, чтобы не только получить максимально эффективное решение, но и реализовать его.

Почему же выгодно в наше время обращаться к системному интегратору, а не устанавливать самому с наймом дополнительных работников? Основная причина кроется в том, что у интегратора есть опыт проведения подобных работ, есть все необходимое профессиональное оборудование для монтажа и тестирования кабельной инфраструктуры.

При заказе монтажа компьютерной сети у системного интегратора можно получить не только готовое решение, но и поддержку в течение всего срока жизни вашей сети.

Условно действия по созданию корпоративной сети на предприятии можно разделить на три группы.

1. **До работ.** На этом этапе предстоит решить две задачи:
  - изложить четкое видение системы;
  - выбрать фактического исполнителя, с которым вам придется работать достаточно продолжительное время.
2. **Во время работ.** На этом этапе требуется определить:
  - последовательность выполнения работ;
  - месторасположение активного оборудования;
  - программное обеспечение.
3. **После работ.** На этом этапе рекомендуется провести мониторинг сети, для чего необходимо установить специальное программное обеспечение и уделить большое внимание безопасности работы сети.

Посредством корпоративных сетей торговые компании поднимают уровень прибыли, снижая издержки производства, автоматизируют документооборот, что позволяет увеличивать скорость обмена данными между подразделениями предприятия, получать доступ к ранее недоступной информации.

*Н.М. Лашкевич  
БГЭУ (Минск)*

## ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ТОРГОВЛИ

Эффективность торговли можно рассматривать как по каждому ее виду, так и на уровне торговых предприятий, которые являются составным элементом хозяйственного механизма.

В работе была проанализирована деятельность розничного торгового предприятия "Хлеб, Продукты" с целью изучения возможностей повышения уровня результативности торгового процесса. Данный магазин расположен по адресу: ул. В. Хоружей, 15. Магазин "Хлеб, Продукты", размещен на первом этаже жилого дома. Небольшие габариты тор-