

также для производителей, т.к. инновационные достижения в одной сфере экономики становятся направляющим вектором деятельности в смежных отраслях.

На макроэкономическом уровне инновации являются одним из решающих факторов экономического роста, повышения конкурентоспособности продукции, повышения уровня жизни населения и поддержания экономической, технологической, оборонной безопасности страны. На микроэкономическом уровне инновации являются главным стратегическим параметром развития, так как увеличивают возможности предприятия в освоении и применении новых разнообразных знаний и позволяют завоевывать конкурентные позиции на мировом рынке.

Озерова В.П. Г., БГЭУ (Минск)

РЕШЕНИЕ ЗАДАЧ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ

В условиях рыночной экономики основной задачей любого предприятия является выпуск продукции (оказание услуг) с целью получения экономических результатов от реализации этой продукции.

Для эффективного выполнения своей основной задачи предприятием на отдел маркетинга, как правило, возлагаются огромные задачи. Это и анализ рынка предложений, и регистрация, и обработка контрактов с потенциальными поставщиками, и управление каналами распределения, регистрация серийных продаж, учет рекламаций и гарантий, контроль «жизненного цикла» товаров, ведение досье на фирмы-конкуренты и товары аналоги, анализ рынка рекламных услуг, планирование рекламных компаний, размещение рекламы, анализ эффективности рекламных вложений. И кроме этого, проведение маркетингового анализа продаж в разрезах по каналам распределения, товарам, группам товаров, по направлениям реализации.

В настоящее время информационные технологии располагают специальным программным обеспечением, которое обеспечивает поддержку принятия решения на всех этапах разработки стратегических и тактических планов маркетинга и осуществления функции контроля за их реализацией. Одним из видов программного обеспечения этого направления является пакет прикладных программ Marketing expert.

Используя последние достижения информационных технологий, пакет прикладных программ Marketing expert обеспечивает возможность групповой работы над стратегическими и тактическими планами маркетинга, поддерживая таким образом сетевой режим работы.

Другим примером специального программного обеспечения этого направления может быть пакет прикладных программ «Галактика», который содержит программные модули «Управление продажами» и «Управление закупками». С их помощью также можно решать задачи стратегического и тактического маркетинга предприятия.

Озолина Н., БРИ (Рига)

БАЗЫ ДАННЫХ И ПРИНЯТИЕ РЕШЕНИЙ В МАРКЕТИНГЕ

Развитие компьютерной техники позволило фирмам создать базы данных. Базы данных - организованный массив соответствующих сведений. Базы данных могут быть созданы о покупателях, товарах, поставщиках, посредниках.