

Сущность регионального маркетинга определяют его функции. Аналитическая функция дает информацию для последующих маркетинговых исследований, исследуя внутреннюю среду рас­сма­триваемого маркетинга: среду региона как квазикомпании и ее соответствие среде потенциального партнера и внешнюю среду маркетинга, включающую как общеэкономические, так и внешнеэкономические факторы. Особенность реализации функции управления, контроля и ревизи­и маркетинга с точки зрения регионального маркетинга заключается в целесообразности возло­жения ее на региональные органы управления, которые, как известно, должны координировать процесс сотрудничества регионов. Созидательная функция предполагает определение товарного ассортимента для предприятий различных отраслей, производящих как товары народного потреб­ления, так и продукцию производственного назначения.

**Брейво А.Г.**  
БНТУ (Минск)

### **ЭЛЕКТРОННЫЕ КОРПОРАТИВНЫЕ СИСТЕМЫ**

Процессы глобализации и одновременно регионализации мировой экономики выявили не­об­ходимость формирования производственных и бытовых структур интеграционного типа. Они нацелены на получение выгод от сотрудничества и централизации некоторых функций с сохране­нием относительной самостоятельности участников объединений. Для управления постоянно воз­растающими потоками информации в новых экономических структурах быстрыми темпами стали развиваться корпоративные системы B2B. Они формируются путём объединения на базе элек­тронного обмена данными внутренних корпоративных систем, систем складского учета и других информационных систем компаний. Кроме того, для предоставления информации партнерам, не имеющим корпоративных систем, и другим заинтересованным лицам, организуется контролируе­мый доступ к информационным ресурсам компании с помощью обычного Web - браузера.

Организация электронного взаимодействия помогает его участникам оптимизировать пла­нирование, управление ресурсами, снизить стоимость и ускорить обработку заказа, упорядочить информационные и финансовые потоки.

Для эффективной работы корпоративных систем B2B при их внедрении необходимо обес­печить всем участникам равный и простой доступ к информации и услугам. Обязательными ха­рактеристиками данного Интернет - проекта являются: многофункциональность (поддержка раз­личных операций - от осуществления сделок до поддержки сети поставок и делового сотрудниче­ства), безопасность проведения платежей и передачи информации, возможность подключения но­вых участников, анализ поступающих и исходящих данных.