

3. Креативисты.

4. Агентства полного производственного цикла

5. Представительства иностранных рекламных агенств.

Оценка эффективности рекламы достаточно сложный процесс, т.к. создание рекламы является не количественным трудом, а качественным. При этом очень важен не только сам рекламный продукт, но и планы выхода рекламы (так называемые медиапланы, в которых отражаются оптимальное соотношение рекламного бюджета при выборе каналов размещения рекламы). Реклама как и любая наука имеет свою теорию и свою практику.. Кризис в нашей стране заставил предпринимателей относиться к своему бизнесу более профессионально, вынудив их исследовать возникающие внутренние и внешние процессы с научно-экономической точки зрения. Знание вопросов эффективности позволит руководителям предприятий минимизировать затраты на рекламные компании, превратить рекламу в инструмент, непосредственно участвующий в процессе в получении прибыли.

<http://edoc.bseu.by>

С.Н. Спиридонова,
студентка БГЭУ (Минск)

ВОЗМОЖНОСТИ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Термин “электронная торговля” или “электронная коммерция” связывается пользователем чаще всего с Интернет-торговлей, которая происходит в Интернет-магазинах, и реализует принцип максимального удовлетворения потребностей клиентов.

В информационном пространстве Беларуси сегодня существуют свыше 40 Интернет-магазинов. При этом ряд из них уже являются достаточно модифицированными и содержат не только рекламную информацию о товарах и услугах, но и постоянно обновляемые каталоги, прайс-листы, информацию о формах оплаты и доставки товаров. Прежде всего, это Интернет-магазин ЗАО “Микромир” (концерн “Белресурсы”), Интернет-магазин ООО “Открытый контакт” и другие. Доступ к Интернет-торговле осуществляется через сайт SHOP.by, где расположена целая группа магазинов различного ассортимента.

Сегодня основными вопросами при осуществлении электронной торговли остаются оформление сделок, платежи и доставка.

В области организации платежей в электронном виде большую перспективу представляет проект системы безналичных платежей “Белкарт”, развитие которого сулит владельцам карточек предоставление им дополнительных банковских услуг по безналичной оплате товаров, в том числе и через Интернет. Проблема доставки товаров для потребителей может решаться как посредством возможностей “Белпочты” (свыше 200 видов товаров), так и специализированными государственными и частными фирмами.

Польза электронной торговли очевидна: Покупателю не надо тратить время на посещение магазинов и поиск товара либо услуги, тратить лишние средства (за счет сокращения накладных расходов). Круглосуточная работа магазина не ограничивает покупателя во времени. Можно выбрать любую удобную форму оплаты.

Для торгового предприятия не нужно никаких торговых залов, площадей, персонала по их обслуживанию, упрощается реклама, значительно расширяется спектр хозяйственных связей, значительно упрощаются процессы контроля за деятельностью магазина и т.д.

К недостаткам следует отнести следующие: плохо развитая доставка; несовершенны способы оплаты за товары, поскольку не у каждого потребителя есть кредитная карта); несовершенна законодательная база в области электронной коммерции; игнорирование, недоверие Интернет-услуг населением (по последним прогнозам только 1 % населения пользуется данной сетью); недостаточная информированность покупателя о товаре и о его свойствах; плохо развито гарантийное обслуживание и другие.

Важнейшей и актуальной задачей в Республике Беларусь является сегодня ускоренная разработка государственной программы развития электронной торговли, которая определила бы стратегии развития электронной торговли в республике, формирования кадрового потенциала и привлечения внутренних и внешних инвестиций для создания инфраструктуры, информационных технологий и программных систем. Такая стратегия должна предусматривать саморегулирование и всеобщее принятие международных стандартов деятельности в Интернете. Необходимо создание ряда новых законов и, прежде всего, закона об электронной коммерции.

Таким образом, использование технологий электронной торговли дает любому предприятию возможность привлекать географически удаленных клиентов, что в конечном итоге улучшает показатели хозяйственной деятельности.