

прогресса, повышения эффективности деятельности полиграфических предприятий и выхода их из кризисных ситуаций.

Литература

1. Клименко И.В. Особенности бизнес-планирования в полиграфии // Полиграфия. №2. 2002. – С.26-28.

2. Злобина Л.А., Скорондаева Е.А., Иванова Е.В. Лизинг – один из реальных методов инвестирования инновационной деятельности // Бухгалтерский учёт в издательстве и полиграфии. №6. 2002. - С.20-26.

СОВРЕМЕННАЯ ИНФОРМАЦИОННАЯ СЕТЬ И МАРКЕТИНГ

Е.М. Бурак

Белорусский государственный университет

Использование компьютеров в сферах бизнеса позволяет решать задачи автоматизации бухгалтерского учёта, анализа финансово -хозяйственной деятельности, управления сбытом и управления персоналом.

Если изучать особенности использования Internet, то можно выделить основные программы сети: •S Электронная почта; S Телеконференции; V WWW; S Intranet; S Extranet;

Электронная почта (e-mail).

Электронная почта (ЭП) является наиболее популярным средством, она значительно удобней, быстрее и дешевле, чем обычная почта, факс или телефон.

Можно назвать преимущества и недостатки ЭП.

Преимущества:

Электронная почта позволяет экономить деньги, т.к. за каждое электронное сообщение Вам не придётся платить (платиться за месяц пользования Интернетом), как за каждое пользование телефоном или почтой.

ЭП повышает производительность труда. Благодаря ЭП возрастает число прямых контактов с клиентами.

Лёгкость переадресовки сообщений и распространения информации.

Итак, если маркетинговое подразделение фирмы хочет сделать обмен информацией по-настоящему эффективным, оно должно переходить на ЭП. Она позволяет ускорить процесс принятия решений, а также оперативно и дёшево связываться с большим количеством людей.

Конечно, в практической деятельности необходимо учитывать и *недостатки ЭП.*

Неконтролируемое увеличение потока информации. Простота ЭП может привести к тому, что, в конце концов, подразделения фирмы будут получать столько электронных сообщений, что они будут не в состоянии их переработать, в результате чего любое из сообщений становится бесполезным. Обилие ненужных сообщений ЭП получило даже название «мусорная почта».

Слишком простое и слишком неформальное средство общения. Это недостаток ЭП, являющийся продолжением её достоинств. Пользователь воспринимает её как обычную беседу. Это неправильное представление - при общении по ЭП существует гораздо больше шансов быть понятым неправильно.

Одна из главных проблем - конфиденциальность. Необходимо постоянно помнить, что электронное сообщение могут попасть в руки кому угодно, легко могут быть прочитаны совершенно посторонними людьми. Это может произойти как случайно, так и в результате преднамеренных действий. Именно по этой причине в электронные письма, отправляемые через Интернет, не следует включать конфиденциальную информацию.

Особенности телеконференций.

При использовании телеконференций пользователь должен сам обратиться за информацией. На основании содержимого строки «Тема» в каждой группе новостей он может выбрать сообщение, которое он хочет прочесть.

Использование телеконференций в маркетинговых мероприятиях необходимо учитывать их главную особенность - узкую направленность. В сети существует более 20 тысяч конференций, и каждая из них посвящена определённой теме.

WWW

WWW - самое современное и многообещающее средство организации сетевых ресурсов. *WWW* строится на основе гипертекстового представления информации. Гипертекст можно упрощённо определить как текст, содержащий ссылки на другие части данного документа, на другие документы, нетекстовые ресурсы (звук, видео), а также систему, позволяющую такой текст читать, отслеживать ссылки, отображать графику и мультимедийные вставки.

С точки зрения маркетолога Web-сервер можно сравнить с непрерывно действующей витриной или рекламным стендом компании. На нём можно разместить прайс-листы или каталоги компании и оперативно вносить в них изменения, предлагая разные условия различным покупателям. Маркетинговый отдел может всегда получить сведения о том, какая информация чаще всего привлекает внимание посетителей сервера, быстро узнать ответную реакцию потребителей на какие-либо новые рекламные материалы.

На Web-сервер может быть размещён «виртуальный магазин». Создание такого магазина связано, разумеется, с рядом организационных и технических трудностей, обусловленных сложностью осуществления платежей в сети, сохранения конфиденциальности передаваемой финансовой информации, доставки товаров потребителям.

Реклама в Internet размещается в виде баннеров - небольших, часто прямоугольных картинок, располагающихся на сайтах. Информация на баннере должна быть предельно краткой и предельно привлекательной для посе-

тителя сервера, чтобы побудить его «щёлкнуть» мышью именно на этом баннере. Специалисты по public relations (PR) просто обязаны присутствовать в Internet и пользоваться всем богатством возможностей этой сети. Ими должны быть установлены контакты с аналитиками рынка, клиентами, инвесторами, дистрибьюторами, оптовиками, партнёрами по совместной деятельности, поставщиками — со всеми, с кем только возможно.

Одна из главных функций службы PR - предварительный сбор информации, для чего в Internet могут быть использованы электронные бюро газетных вырезок, Web-сайты архивов и библиотек, университетских и правительственных баз данных, наблюдение за деятельностью конкурентов.

Следующая важная функция PR-менеджера - распространение материалов, и здесь возможности Internet значительно превосходят все способы рассылки печатных информационно-рекламных материалов.

Развитие современных компьютерных и сетевых технологий, решение ряда имеющихся в настоящее время технических, организационных и юридических проблем поднимет на новый качественный уровень работу сети Internet и потребует разработки новых концепций маркетинга в Internet, новых маркетинговых подходов.

Intranet

Intranet представляет собой локальную сеть (внутрифирменную), в которой используются механизмы и принципы Интернет и WWW.

Благодаря Intranet внутренняя документация компании, программы, обучающие курсы и базы данных мгновенно становятся доступными для всех служащих независимо от того, в каком отделе фирмы они работают, компьютеры, и операционные системы какого типа они используют.

Extranet

Экстрасеть представляет собой защищённое электронное пространство, с помощью которой фирма устанавливает связь с поставщиками, потребителями и партнёрами для совместного использования информации, налаживания коллективной работы, эффективного внедрения технологии электронной коммерции.

ЛОГИСТИЧЕСКАЯ СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

Л.А. Буйко

Бобруйский филиал БГЭУ

В условиях перехода к рыночной экономике важное место отводится повышению эффективности движения товаров. В последние годы значительно усиливается интерес к изучению и внедрению в практическую деятельность логистических подходов. Чаще всего под логистикой понимается научно-практическое направление хозяйственной деятельности, заключающееся в эффективном управлении потоками материалов и информации в сферах производства и обращения. При этом одной из основных функций