

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

логистики является формирование хозяйственных связей и перемещение материалов от поставщиков к потребителям.

Логистика состоит из нескольких частей: закупочной, распределительной, транспортной и производственной логистик.

Закупочная логистика изучает комплексный процесс материально-технического снабжения по всем его этапам, с его материальной базой – складским хозяйством, оборудованием складов, тарой, упаковкой, приобретением грузов, хранением закупленных ресурсов на складах. Распределительная логистика изучает полный комплекс сбытовой работы. Транспортная логистика охватывает внутрипроизводственный транспорт, а производственная логистика – производство, осуществляемое на предприятии.

Существуют два подхода при определении логистической стратегии предприятия.

Согласно первому подходу, полагают, что первично производство, а процессы снабжения, сбыта и транспорта формируются в зависимости от философии его ориентации. Закупочная и распределительная логистики при этом подходе тесно связаны с производственной логистикой.

Второй подход во главу угла ставит определение перспектив предприятия на рынке. Сначала разрабатывают сбытовую стратегию с учетом положения предприятия в конкурентной среде и требований тех сегментов рынка, которые оно завоевало, затем производственную стратегию, ориентированную на рынок, а в зависимости от нее – стратегию снабжения предприятия.

При использовании логистики, предприятие в целом оценивают как единую логистическую систему. Для этого изучают структуру предприятия, и место в ней каждой ее части.

При представлении предприятия в виде логистической системы, ее структуры делят на уровни. Под уровнем логистической системы понимают уровень управления в этой системе. Высшим уровнем управления считается процесс управления предприятием, взятым в целом. Вторым уровнем управления на предприятии при таком подходе считают сферы действия предприятия. Каждая такая сфера означает особое отраслевое производство, имеющееся на предприятии. Например, машиностроительное предприятие имеет у себя: 1) машиностроительное (основное) производство; 2) инструментальное производство; 3) ремонтно-строительное производство; 4) транспортные службы; 5) снабженческо-сбытовые службы и т.д.

Опыт показал, что в составе производственного процесса, традиционно считающегося машиностроительным, 80-85% обычно составляют транспортно-складские работы по перемещению деталей от одного рабочего места к другому и их хранению на складах рабочих мест. Это значит, что традиционный подход не учитывает большие объемы транспортной и складской деятельности, не позволяя учесть их в полной мере, и не дает

возможности правильно спланировать ее техническое оснащение, выявить время, необходимое для ее выполнения, осуществить рациональную планировку площади цехов и рабочих мест в них.

Логистический подход к предприятию определяет сферы его действия по принципу «чистой» отрасли. Это значит, что каждая сфера действия предприятия принимается как одноотраслевое производство, а каждое подразделение перестает быть комплексным, превращаясь в столько отраслевых участков, сколько нужно, чтобы многоотраслевая деятельность была обособлена по каждому ее виду.

В сферу действия транспорта при обычном подходе включают только транспортный цех. При логистическом подходе транспортная сфера предприятия складывается из нескольких частей:

- 1) чисто транспортной деятельности транспортного цеха;
- 2) транспортных работ, выполняемых во всех основных и других обслуживающих цехах;
- 3) транспортных работ, выполняемых во всех складах предприятия.

Аналогичным путем сферу снабжения предприятия определяют как деятельность по снабжению (без транспортных услуг):

- 1) всех чисто снабженческих подразделений предприятия;
- 2) складские работы на всех материальных складах;
- 3) складские операции в цехах предприятия.

Три сферы, работающие в цепочке «сбыт – основное производство – снабжение», являются главными для предприятия, которое разрабатывает логистическую стратегию своего развития.

Ориентация на логистику обычно влечет за собой изменение структуры управления предприятием. Составляют логистические стратегии таким образом, чтобы предприятию были гарантированы: сохранение его независимости; сокращение затрат; повышение качества выпускаемой продукции; рост производительности труда работников предприятия.

## **АКТИВИЗАЦИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

**Н.К. Веренич**

Экономический кризис, нестабильность экономики и финансов в нашей республике проявляются в ускоряющемся росте цен, в обесценении белорусского рубля по отношению к другим валютам.

Решение проблемы устойчивого экономического развития любой страны зависит от объема инвестиций.

Вопрос об улучшении инвестиционного климата в РБ приобретает все большую остроту. От его решения зависит будущее страны.

Такое неблагоприятное явление в первую очередь связано с дефицитом платежного баланса, складывающимся из-за необходимости платить другим государствам за поставляемые дорогостоящие сырьевые, топливно-