

Предприятие для открытия эффективного и окупающегося в перспективе веб-сайта необходимо сократить затраты на приобретение или разработку собственного CMS. Лучшим вариантом является использование бесплатной CMS, с открытым исходным кодом, для дальнейшей доработки под нужды предприятия. Уже создано значительное число бесплатных CMS, которым присущи общие для всех бесплатных CMS, недостатки: отсутствие или слабая техническая поддержка, низкая защищенность от атак из сети, отсутствие гибкости, отсутствие необходимых дополнительных модулей. Вместе с тем есть бесплатные системы, которые лишены подобных недостатков и просты в освоении.

Одной из таких CMS является Joomla!, которая выдерживает самые серьезные тесты на безопасность, отличается хорошей технической поддержкой и имеет максимальное количество бесплатных полнофункциональных модулей. Не имея специального образования, можно полностью контролировать собственный сайт, вместо того чтобы платить за поддержку закрытого, являющегося чьей-то собственностью программного обеспечения. Использование подобной CMS позволит предприятиям сохранить контроль над своим представительством в сети, получить от его использования максимальный эффект.

<http://edoc.bseu.by:8080>

*Дроздова С.Н.
УО БГЭУ (Бобруйск)*

ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ

Непрерывная инновационная деятельность является одним из основных источников конкурентных преимуществ предприятия. Тенденция к сокращению жизненного цикла товара, характерная для современного рынка, приводит к тому, что способность к обновлению продукции становится все более важным фактором. Если предприятие не готово постоянно обновлять свои продукты или технологические процессы, его шансы на выживание минимальны. Вопрос не в том, надо ли заниматься инновациями, а в том, как это сделать наиболее успешно.

Внедряя непрерывный поток инноваций предприятие способно предложить покупателю новые, усовершенствованные или более дешевые товары и наиболее полно по сравнению с конкурентами удовлетворить потребности потребителя.

Эффективное и устойчивое развитие предприятий независимо от сферы бизнеса достигается за счет оперативного использования в хозяйственной деятельности открытий, изобретений, рационализаторских предложений и других инноваций, обеспечивающих стратегические конкурентные преимущества на рынке.

Темпы развития инновационных процессов в Республике Беларусь показывают, что инновационная деятельность не стала основным фактором, обеспечивающим конкурентоспособность предприятий на рынке.

Повышению инновационной активности предприятий будет способствовать внедрение на предприятиях и организациях систем непрерывного управления малыми инновациями, которые благодаря слиянию потенциалов инноваций и творческого потенциала работников позволят поднять инновационную деятельность предприятий на новый, более высокий уровень.

Для эффективной работы системы необходимо: создать условия для творчества персонала предприятия; стимулировать инновационный потенциал каждого работника

с обязательным последующим внедрением инноваций в производство; создать систему работы с идеями, достаточно простую, чтобы любой человек смог без труда ею воспользоваться; разработать систему мотивации; поощрять даже тех сотрудников, идеи которых не будут осуществлены; реализацию идеи поручать ее автору либо сотруднику, никак не связанному с разработкой предложения, но располагающему необходимыми для его осуществления ресурсами; за каждую воплощенную идею автору и тому, кто предложение реализовал, выплачивать премию; руководитель подразделения обязан оказывать содействие предложениям сотрудников и поддерживать у них чувство уверенности в своих силах, создавать небольшие новаторские группы.

<http://edoc.bseu.by:8080>

*Дронин А.М.
УО БГЭУ (Минск)*

СИСТЕМА МАРКЕТИНГОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

Совокупность информации, необходимой для реализации процесса маркетинга, образует систему маркетинговой информации (СМИ). Ее формирование и функционирование обеспечиваются посредством методов и средств получения, обработки, накопления и предоставления информации в удобном для использования виде. СМИ – это информационное поле, а ИОМ – процедуры работы с информацией. Традиционная трактовка СМИ, состоящей из четырех подсистем (внутренняя информация, внешняя информация, результаты маркетинговых исследований, анализ маркетинговой информации), представляется несколько эклектичной и неструктурированной с учетом необходимости построения на ее основе современных баз данных. Анализ информации относится к информационному полю (СМИ), а не к процедурам (ИОМ). Системный подход при создании СМИ может быть обеспечен посредством формирования системы факторов классификации маркетинговой информации.

Существует достаточно много подходов к классификации маркетинговой информации. Это оправдано, так как информацию можно рассматривать с разных точек зрения. Построение СМИ требует четкого позиционирования маркетинговой информации в информационном поле, что невозможно без системы классификационных критериев. Маркетинговую информацию классифицируют следующим образом: по назначению, по соответствию целям исследования, по стадии образования, по охватываемому периоду, по функциональному назначению, по местонахождению информации, по периодичности поступления, по регламенту предоставления, по степени охвата исследуемого объекта, по характеру используемых измерителей, по способу восприятия, по форме предоставления. Из сказанного выше, следует:

- нет четких критериев отнесения информации к тому или иному виду в пределах одного классификационного подхода;
- критерии дублируются и пересекаются в рамках различных подходов;
- не прослеживается взаимосвязь и соотносительность различных критериев в информационном поле;

СМИ должна иметь многоуровневую иерархическую структуру, базирующуюся на системообразующих критериях классификации маркетинговой информации. К таким критериям относятся: местонахождение источника информации, периодичность поступления информации, методы получения информации.

Разделив поле маркетинговой информации по приведенным трем критериям, мы получаем четыре подсистемы СМИ: постоянно накапливаемая внутренняя информа-