

много меньше длительности поступления официальной. Таким образом, учитывая случайность появления неофициальной информации (слухов)  $\wedge$ , можно считать, что в любой момент времени и (1) является суммой большого числа независимых случайных сообщений ие (1- $\wedge$ ).

В этих условиях полностью применима центральная предельная теорема теории вероятностей, которая утверждает, что распределение вероятностей для суммы независимых случайных величин с ростом числа слагаемых стремится (независимо от закона распределения слагаемых) к нормальному (гауссову закону).

<http://edoc.bseu.by>

Т.Г. Зорина  
БГЭУ (Минск)

## **ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОМ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ТОПЛИВНО-ЭНЕРГЕТИЧЕСКОГО КОМПЛЕКСА**

Для эффективной работы предприятий топливно-энергетического комплекса и принятия обоснованных управленческих решений целесообразно построение информационной системы, которая позволит обеспечить сбор, хранение и оценку информации. Такая информационная система должна располагать следующими моделями:

- фактического состояния объекта;
- перспективного функционирования объекта, что обеспечивает достижение цели,
- анализа фактического состояния объекта и приближение ее фактического состояния к предполагаемому

Первым этапом построения такой системы является установление для каждого процесса источника возникновения информации, первичного ее носителя, маршрута прохождения, формы и метода обработки, мест использования и вида носителя.

На последующем этапе необходимо провести глобальный анализ и диагностирование системы применительно к ее координирующей функции. Здесь следует обратить особое внимание на взаимосвязь между различными информационными процессами, совместное использование некоторых видов информации, мест, где встречаются одинаковые данные. Это позволит предотвратить возникновение ряда нарушений и недоразумений, являющихся следствием многофункционального характера некоторых видов информации и ее носителей.

Последним шагом построения такой системы является ее техническая, программная и информационная реализация.

Таким образом, при функционировании предложенной системы информационно-го обеспечения управления маркетингом при принятии управленческих решений на основе имеющейся информации целесообразно использование системного анализа, который предусматривает отображение проблемы и ее взаимосвязей и виде направленного графа, именуемого сетью.

Д.В. Зубик  
БГЭУ (Минск)

## **ИСПОЛЬЗОВАНИЕ РЕСУРСОВ ИНТЕРНЕТ В МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ: ВОЗМОЖНОСТИ И УГРОЗЫ**

Опыт предприятий показывает, что использование ресурсов сети Интернет предоставляет им следующие возможности: работа на динамично развивающихся рынках; выход на международный рынок; оперативное реагирование на изменение рыночных условий; повышение оперативности и эффективности деловых информационных коммуникаций, в том числе и с партнерами; рост интереса потребителей; простое и эффективное тестирование новых услуг и продуктов; появление дополнительного канала продаж.

Несмотря на то, что Республика Беларусь всегда славилась высококвалифицированными специалистами в области информационных технологий, предложение услуг и количество успешных проектов в белорусском Интернете (Байнете) значительно отстают от спроса на них. Пользователи Сети посещают в основном хорошо разрекламированные российские веб-сайты.

В настоящее время можно определить этап развития Байнета как стадию роста, на которой он находится уже полтора-два года. Появляется значительное количество сайтов, иногда – до 10 в день, в среднем – 3-4 в день. Формируется новая инфраструктура, не ссылающаяся на более старые проекты. Если раньше появление каждого сайта было событием, и все они обязательно просматривались пользователем, то сейчас необходимы определенные усилия для привлечения посетителя. Сделать проект на эту тему становится все труднее — начинается привлечение капитала к процессу веб-