МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
Белорусский государственный экономический университет

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ И МЕХАНИЗМ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ О РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Материалы Международной научно-практической конференции

Пинск, 7-8 февраля 2002 г.

Минск 2003

УДК 338.242 (476)
ББК 65.9 (4Б)
С69

Статьи представлены в авторской редакции

С69 **Социально-экономические** проблемы формирования и механизм функционирования рыночной экономики в Республике Беларусь: Материалы Международ. науч.-практ. конф. Пинск, 7-8 февраля 2002 г. – Мн.: БГЭУ, 2003. – 500 с.

ISBN 985-426-848-9.

УДК 338.242 (476)
ББК 65.9 (4Б)

ISBN 985-426-848-9

© Белорусский государственный экономический университет, 2003

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КОМПЬЮТЕРНЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В МАРКЕТИНГЕ

Л.П. Володько
Пинский филиал БГЭУ

По одному из известных определений маркетинг – это система организации и управления всеми сторонами деловой активности фирмы от самых первых наметок конструкции и технологии производства нового товара до его доставки покупателю и последующего обслуживания. На предприятиях и различных фирмах Республики Беларусь серьезно стали заниматься маркетингом последние 10 лет. В структурных подразделениях стали появляться маркетинговые службы (отделы), которые действуют на основе принципов и методов маркетинга. К основным функциям таких служб можно отнести анализ внешней среды (рынки, товары, потребители, конкуренты), анализ внутренней среды, формирование концепции новых товаров (услуг), планирование жизненного цикла товара

(услуги), формирование системы ФОССТИС (ФОС – формирование спроса, СТИС – стимулирование сбыта), формирование ценовой политики, информационное обеспечение маркетинга.

Для эффективного и оперативного выполнения функциональных обязанностей маркетинговых служб на различных этапах своей деятельности необходимо использовать компьютерные информационные технологии, к основным элементам которых можно отнести компьютер, локальную компьютерную сеть (в пределах одного здания), распределенную компьютерную сеть (в пределах города – городская компьютерная сеть, в пределах региона – региональная компьютерная сеть; в пределах корпорации – корпоративная компьютерная сеть; в пределах республики – республиканская компьютерная сеть; в пределах всего мира – всемирная компьютерная сеть, или сеть Internet), а также системное сетевое программное обеспечение, которое обеспечивает функционирование и управление вышеперечисленными элементами; коммуникационное программное обеспечение, обеспечивающее отправку, прием и поиск необходимой информации; прикладное локальное (сетевое) программное обеспечение, обеспечивающее автоматизацию всех этапов маркетинговой деятельности.

Приведем примеры специализированных программных продуктов, активно используемых в маркетинговой деятельности как в странах дальнего и ближнего зарубежья, так и в Республике Беларусь. К ним можно отнести хранилища данных или информационные хранилища, представляющие собой развитие технологии баз данных (БД), связанное с признанием того факта, что принципы построения и функционирования транзакционных систем, предназначенных для поддержки и автоматизации текущих операций и информационных (аналитических) систем, призванных оптимизировать деятельность компаний и направлять их развитие, в корне отличаются друг от друга и не способны работать с одними и теми же наборами данных.

В этой связи признается необходимость существования двух информационных систем: *транзакционных,* предназначенных для автоматизации различных направлений деятельности компании, и

информационных хранилищ — автономных БД, в которых концентрируется информация, необходимая менеджеру по маркетингу для анализа и принятия решений. По данным консалтинговой компании «Meta Group», свыше 500 американских банков уже развернули информационные хранилища, среди них «Chase Manhattan», «Bank of America» и «Chemical Bank». В течение последующих трех лет 90-95 % компаний, активно опирающихся в своем бизнесе на информационные технологии, перейдут на эксплуатацию информационных хранилищ.

С информационными хранилищами тесно связана технология повышения качества данных, как правило, используемая совместно с программными продуктами для организации информационных хранилищ. Эта технология призвана повысить точность и улучшить качество оперативных данных перед помещением их в хранилище путем обнаружения и исправления возможных ошибок, а также устранения дублирования. К наиболее часто используемым программным средствам относятся Enterprise Integrator (производитель Apertus Technologies», www.apertus.com), Passport (производитель «Carleton», www.carleton. com), комплект инструментальных средств NADIS, Scrub-master, Searchmaster, OnLooker (производитель «Group 1 Software», www.g1.com), Trillium Software System (производитель «Harte-Hanks Data Technologies», www.hartehanks.com).

Системы извлечения данных помогают с максимальной эффективностью использовать хранилища данных. Различают системы извлечения (иногда их называют системами добычи) данных, основанные на нейронных сетях (говоря несколько упрощенно, нейросети — это вычислительные приложения, имитирующие функции человеческого мозга), такие, как Database Mining Marksman компании «HNC Software Inc» (www.hncs.com) и Data Cruncher/ Action Planner компании «Data Mind» (www.datamindcorp.com), и прогнозирующие модели альтернативного типа, использующие алгоритмы индуктивной логики, например, продукты Data Mining Suite и Knowledge Access Suite компании «Information Discovery» (www.datamining.com) и SASStat, один из многочисленных продук-

тов компании «SAS Institute» (www.sas.com). Использование подобных систем помогает маркетологу обрабатывать текущую информацию, выявлять тенденции и закономерности, строить прогнозы. Информационные хранилища, системы извлечения и обработки данных имеют также важное значение для маркетингового планирования, помогают при составлении программ маркетинга.

Наряду с хранилищами данных и систем извлечения данных существуют интегрированные системы с объединенными функциями, позволяющие выполнять все виды операций, связанных с анализом данных, начиная от ввода документов в различной форме и заканчивая обработкой и хранением результатов исследований. Пример такой системы – известный продукт компании «Excalibur Technologies» (www.excalib.com), включающий продукты семейства Excalibur Retrieval Ware для автоматизации различных видов деятельности, связанных с ведением электронных архивов, предоставляющий средства для сбора, хранения документов и организации поиска информации, а также средство поиска изображений Excalibur Visual Re-Weval Ware.

Кроме вышеперечисленных продуктов, основанных на методах извлечения данных, существуют другие пакеты, предоставляющие пользователю-маркетологу настольные графические интерфейсы, показывающие подробную информацию о каждом отдельном потребителе и служащие единственной цели: усовершенствованию методов привлечения и удержания клиентов. Подобные продукты углубляют и расширяют данные о клиентах, упрощают взаимодействие с ними. К таким программным продуктам можно отнести пакет прикладных программ (ППП) Market One корпорации «Data One», который на основе тщательного анализа хранилища данных помогает определить оптимальные цели проведения маркетинговых мероприятий; ППП Market First фирмы «Market First Software», позволяющий на основе единой базы данных объединять приложения автоматизации маркетинга и оперативного анализа и содержит функции управления кампаниями, а также управляющие и аналитические инструменты для работы с демографическими и психогра-

фическими данными о потребителях; ППП Applix Enterprise 7.0 компании «Applix», работающий с базой данных продаж и услуг и включающий в себя следующие модули: Sales предназначен для нахождения и привлечения потенциальных клиентов, отслеживания выполнения задания, управления маркетинговой кампанией и продажами, а также для взаимодействия с партнерами; модуль Service обеспечивает сервисную поддержку клиентов, управляет контактами, контролирует качество и прохождение заказов клиентов; модуль Helpdesk автоматически уведомляет о наличии соглашений сервисного обслуживания и обеспечивает соответствующий спросу уровень качества. К известным российским ППП можно отнести Marketing Expert компании «Про-Инвест Консалтинг», представляющую собой систему поддержки принятия решений на всех этапах разработки и реализации планов маркетинга. Этот пакет используется в некоторых фирмах РБ и в учебном процессе БГЭУ. Кроме этого в России известны комплексный продукт БЭСТ-маркетинг фирмы «Интеллект-Сервис», позволяющий охватывать основные элементы маркетингового анализа, и программа исследования рынка Маркетинг фирмы «Росэкспертиза».

Наряду с этим можно использовать программы общего назначения (инструментальные программные средства), которые могут использоваться маркетологами небольших фирм для сбора, хранения и анализа данных. Это известные пакеты MatLab, Mathematica, предназначенные для проведения расчетов, нахождения взаимозависимостей и построения прогнозов; многофункциональные статистические пакеты Statistica, SPSS; различные известные СУБД (Clipper, Oracle, Informix); известные инструменты Excel 2000 и Access 2000 из пакета программ MS Office 2000.

Отмеченные выше особенности аппаратных и программных элементов современных компьютерных технологий дают возможность маркетологу сориентироваться и выбрать необходимые компоненты для приобретения и эксплуатации в своей профессиональной деятельности, а наличие перечисленного программного обеспечения показывает перспективность автоматизации маркетинговой деятельности в различных отраслях народного хозяйства.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение 8

Бохонко В.И. Учет природоохранных мероприятий в расчетах эколого-экономической эффективности мелиорации земель 8

Кибак И.А. Экология и законотворчество..... 16

Лыч Г.М. Важнейшие принципы регионального социально-экономического развития..... 24

Секция 1. **Проблемы использования мелиорированных земель и обеспечение экологической устойчивости зоны Белорусского Полесья**..... 33

Бобровский Н.А., Филипенко В.С., Бобровский Н.Н. Эффективность использования глино-солевых шламов «Беларускалия» в качестве мелиорантов песчаных и торфяных почв Полесья..... 33 37

Веренич А.Ф., Бобровский Н.А., Рошка Т.Б. Влияние регулируемой поемности на экологическое равновесие биоэнергетических элементов в аллювиальной торфяной почве..... 43

Волков А.Е., Лебедева Л.В., Бегер А.В. и др. Особенности радиоактивного загрязнения почв Припятского Полесья..... 50

Волков А.Е., Лебедева Л.В., Бегер А.В. и др. Локальные проявления загрязнения тяжелыми металлами почв Припятского Полесья 54

Волков А.Е., Лебедева Л.В., Бегер А.В. и др.. Особенности миграции радионуклидов в почвах пойменных ландшафтов Припятского Полесья..... 57

Волков А.Е., Лебедева Л.В., Бегер А.В. и др. Распределение радионуклидов в почвах лесов Припятского Полесья..... 61

Волков А.Е., Лебедева Л.В., Бегер А.В. и др. Особенности накопления радионуклидов в живом почвенном покрове лесных фитоценозов Припятского Полесья..... 65

Волков А.Е., Лебедева Л.В., Бегер А.В и др. Накопление

радионуклидов в травах пойменных лугов Припятского Полесья..... 65
Волков А.Е., Лебедева Л.В., Бегер А.В. и др. Влияние различных типов почв на накопление Cs-137 в травах пойменных лугов Припятского Полесья..... 68
Жуковская Л.В., Зайцев А.А., Судас А.С. и др. Опыт работы по реабилитации качества жизни в некоторых деревнях Столинского района..... 70
Зайцев А.А., Судас А.С. Оценка дозовой нагрузки жителей критических населенных пунктов Столинского района..... 76
Коваленко В.П. Эффективные технологии управления водно-воздушным режимом на мелиорированных землях..... 80
Коваленко В.П., Копытовских А.В. Некоторые математические предпосылки к технической оценке и классификация мелиоративных систем по эффективности..... 87
Коваленко В. П. Повышение эффективности мелиорированных земель за счет их совершенствования..... 94
Нестеренко Е.К., Германович Н.Е. Экономическая эффективность мелиорированных земель..... 103
Пашкевич В.Л., Григорьев Г.К., Жуковская Л.В. Об естественной резистентности и реактивности организма и их роли при содержании животных в условиях радиоактивного загрязнения местности..... 121
Русецкий А.П.,Судас А.С., Бохонко В.И. Методика оценки эколого-экономической эффективности мелиорации земель... 124
Судас А.С., Григорьев Г.К. Гигиена выращивания молодняка на крупных свиноводческих комплексах, расположенных на территории радиоактивного загрязнения..... 130

Секция 2. **Повышение эффективности функционирования АПК**..... 133
Бут-Гусаим А.С. Экономическое обоснование выбора направления сельскохозяйственного использования болотного массива..... 133
Веренич А.Ф., Бохонко В И., Филипенко В.С. Экономичес-

кие и социальные проблемы охраны окружающей среды при функционировании сельхозпредприятий..... 136
Веренич А.Ф., Бобровский Н.А., Тыновец С.В. и др. Регулирование поемности торфяных почв с целью повышения плодородия и предотвращения деградации органогенного слоя..... 143
Henryk Wnorowski. Globalne Uwarunkowania Rozwoju Regionów W Sytuacji Polskiej Gospodarki..... 151
Копытовских А.В. Эффективность минимальной обработки почвы в условиях северной зоны Республики Беларусь..... 160
Копытовских А.В. Применение многоуровневых матриц переходных вероятностей в прогнозных расценках экстремумов влагообеспеченности и урожайности сельскохозяйственных культур..... 176
Левчук Е. Современные обусловленности развития Польского сельского хозяйства..... 186
Середич Л.Н. О некоторых путях совершенствования системы налогообложения сельского хозяйства в Беларуси..... 194
Сушко В.И. Методика определения спроса и предложения на формирующихся рынках мясного сырья и мясной продукции Республики Беларусь..... 200
Филипенко В.С. Методика определения прибавок урожайности сельскохозяйственных культур от увлажнительных мероприятий..... 211

Секция 3. **Реструктуризация экономики промышленного производства в условиях рыночных отношений**..... 229
Анисимовец Т.П., Купрейчик Д.В. О факторном анализе финансовых результатов субъектов хозяйствования..... 229
Ахрамейко А.А., Железко Б.А., Райков Н.В. Инструментальный метод построения рейтинга страховых организацй..... 231
Бокша Н.В. Организация управленческого учета по системе «директ-костинг» и его внедрение в отечественную практику..... 240

Бохонко В.И., Лемешевский В.М. Актуальность стратегического планирования на предприятии 247
Валиев Д.А. Выбор целевого рынка в условиях неполной информации на основе нечеткого анализа альтернатив 254
Вериго А.В. Концептуальные основы развития страхового бизнеса в транзитивной экономике 273
Володько О.В., Кузнецова И.А., Зборина И.М. Стратегическая реструктуризация в условиях трансформационной экономики в Республике Беларусь 283
Володько Л.П., Дунько Э.М., Дегтярева И.И. Повышение эффективности бухгалтерского учета на предприятиях с применением передовых компьютерных информационных технологий 288
Володько Л.П. Подходы к классификации автоматизированных банковских систем 292
Володько Л.П. Использование компьютерных информационных технологий в маркетинге 300
Володько Л.П. Организация проведения лабораторных работ по операциям обмена валюты с использованием ППП «Электронная сберкасса» 305
Володько О.В., Грабар Р.Н., Чмыр Н.Н. Особенности формирования товарной стратегии на предприятии 307
Евстафьев В.А. К вопросу о формировании рейтинга в учебном процессе 321
Железко Б.А., Ладик П.Л. Методика анализа и прогнозирования суверенных кредитных рейтингов для стран с переходной экономикой 327
Железко Б.А., Дударкова О.Ю., Подобед Т.Н. Инструментальный метод многоуровневой экспертизы инвестиционных проектов 337
Калинина Э.О. Прогнозирование и планирование развития региона 341
Кибак И.А. Экономическая и социально-психологическая экспертиза законопроектов 346

Кейта-Станкевич Т.Г. Понятие прав потребителей..... 351
Литвинова Л.Н. Концептуальные подходы к сущности и функциям финансов, финансовых ресурсов и источникам их образования..... 374
Лемешевский В.М. Анализ внешней среды организации..... 383
Лукашевич В.А. Особенности расчета НДС в банках..... 392
Рыкова Л.М. Регулирование инстенсивности конкуренции в банковской экономике..... 398
Семиренко Е.П. Роль банков в активизации инвестиционной деятельности..... 406
Семенов Б.Д., Володько О.В. Международный опыт управления на этапе перехода и развития рыночных отношений..... 413
Семенов Б.Д., Володько О.В., Зглюй Т.В. Перспективы развития малого бизнеса (предпринимательства) в Республике Беларусь..... 435
Сорокина Т.В. Проблемы сбалансированности бюджета и пути их решения..... 442
Сплошнов С.В. Система показателей прибыльности банковской деятельности..... 451
Сплошнов С.В. Математическое обоснование расчета банковских рейтингов..... 458
Тарасевич В.Л., Кондратьева Т.Н. Управление капиталом, инвестированным в малый инновационный бизнес..... 465
Филипенко Е.В. Экономическая эффективность отраслей и предприятий различных форм собственности в Брестской области..... 471
Филипенко В.С., Лукашевич Т.Н. Социально-экономическое развитие предприятий на региональном уровне..... 480
Шелег Е.М. Вексельный рынок Республики Беларусь: особенности и направления совершенствования..... 484
Янюк И. Возможности органов местного самоуправления по формированию инвестиционной привлекательности в области экономики Беларуси..... 486
Янюк И. Стратегии конкуренции малых и средних предприятий – их полезность в экономике Беларуси..... 491