

ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Материалы
научно-практической конференции

Пинск, 15–16 января 2004 года

Минск БГЭУ 2004



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
УО «Белорусский государственный экономический университет»

**ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ
РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ
В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

**Материалы
научно-практической конференции**

Пинск, 15–16 января 2004 года

Минск 2004

УДК 338.242 (476)

ББК 65.9 (4Бен)

П78

Редакционная коллегия:

кандидат экономических наук, доцент *Л.Ф. Киндрук*

кандидат экономических наук, доцент *В.С. Филипенко*

кандидат экономических наук, доцент *В.М. Мальцевич*

кандидат сельскохозяйственных наук, доцент *Т.Б. Рошка*

кандидат педагогических наук *Г.Ф. Вечорко*

кандидат физико-математических наук, доцент *В.В. Митянок*

Утверждено Редакционно-издательским советом университета

П78 Проблемы формирования рыночной экономики в Республике Беларусь: Материалы науч.-практ. конф. Пинск, 15–16 янв. 2004 г. – Мн.: БГЭУ, 2004. – 194 с.

ISBN 985-484-070-0.

УДК 338.242 (476)

ББК 65.9 (4Би)

ISBN 985-484-070-0

© УО «Белорусский государственный
экономический университет», 2004

ФУНКЦИИ И ПРЕИМУЩЕСТВА КОРПОРАТИВНОГО САЙТА КОМПАНИИ

П.А. Павлов

В настоящее время все большее количество крупных, средних и даже малых фирм приходят к осознанию того, что им необходимо иметь свое представительство в сети Интернет. Мотивация у руководителей, принимающих решение о создании корпоративного сайта, самая разная: от элементарных амбиций до взвешенного понимания целей и задач, возлагаемых на Web-представительство.

Основная функция корпоративного сайта – поддержка существующего реального бизнеса, которая может выражаться в следующем:

– сайт может являться просто визитной карточкой компании, элементом ее фирменного стиля (уже сейчас отсутствие адреса в Интернет наносит ущерб имиджу компании);

– сайт способствует продвижению торговой марки, продукции и услуг (реклама и маркетинг – традиционные направления использования Интернет-представительства);

– сайт является эффективным инструментом, позволяющим организовать работу с клиентами и партнерами компании, облегчить доступ к информации и повысить эффективность работы всей информационной системы, оптимизировать бизнес-процессы внутри компании и использовать сеть для взаимодействия различных ее подразделений;

– сайт может служить площадкой для Интернет-коммерции, то есть являться одним из каналов продаж, что позволит расширить присутствие компании на рынке, а также удешевить стоимость продукции и услуг.

Специфика и вид Web-сайта компании определяются исходя из специфики и особенностей деятельности компании, а также определенных руководством целей. Обычно присутствуют следующие элементы, которые могут быть удалены или добавлены:

– *главная страница*, оформление которой обычно осуществляется с использованием фирменного стиля компании (на видном месте часто располагается слоган, используемый компанией в рекламных целях);

– *информация о компании*, которая, как правило, содержит контактную информацию, историю фирмы, лицензии, патенты, разрешительные документы, публичные финансовые документы;

– *информация о продукции, товарах и услугах*, то есть каталог, содержащий названия и краткие характеристики товаров; каждое название содержит гиперссылку на страницу с более подробной информацией;

– *прайс-лист*;

– *информационный раздел*, содержащий информацию, часто не имеющую прямого отношения к компании-владельцу сайта и ее продукции (сведения дел в отрасли, просто интересная информация, которая может быть полезна клиентам);

– *система регистрации и авторизации*;

– *раздел для партнеров*;

– *система online-заказа и его обработка*;

– *новости компании*, о чем необходимо известить как можно более широкий круг потенциальных клиентов;

– *раздел для общения с клиентами* позволяет привлечь клиентов и просто посетителей к участию в жизни компании;

– *раздел конкурсов, розыгрышей призов и рекламных акций* широко используется в рекламных целях среди покупателей продукции.

Рассмотрим следующие преимущества Web-представительства:

– *оперативность обновления информации*, что позволяет пользователям получать от компании постоянно свежую информацию. Используя гипертекст, интерактивность, присущие только Интернет, можно добиться действительно эффективного воздействия на потенциальных клиентов компании;

– *экономия трудовых ресурсов*. Интернет-представительство помогает сотрудникам компании сэкономить время при объяснении дилерам, партнерам и потенциальным клиентам всевозможных технических деталей, касающихся продукции компании; при приеме и обработке заказов на продукцию или услуги, предоставляемые компанией;

– *осуществление обратной связи с потенциальными клиентами, маркетинговые исследования*. Web-представительство позволяет обеспечить уникальную по минимизации затрат и времени обратную связь со своей целевой аудиторией. Использование механизмов обратной связи, анкетирование, опросы позволяют моментально и без каких-либо дополнительных затрат на маркетинговые исследования получать комментарии и отзывы, результаты тестирования новой услуги, товара; проводить заочные консультации; выяснять потребности клиентов компании;

– *расширение географического рынка*. Web-сайт позволяет расширить географию продаж товаров и услуг компании. Принадлежность к целевой аудитории компании в данном случае определяется возможностью доступа к Интернет, который дает неоспоримые преимущества в ведении бизнеса на международном рынке, служит хорошим инструментом по поиску необходимых компании специалистов.

Таким образом, можно сделать вывод, что каждой компании, стремящейся сформировать положительный имидж, занять и расширить свое присутствие на рынке, оптимизировать трудовые и материальные затраты, а также осуществлять прямой контакт и увеличить степень воздействия на пользователей своих услуг, партнеров, представителей средств массовой информации, необходимо создать профессионально спроектированный и выполненный сайт в Интернет.

СОДЕРЖАНИЕ

Пленарное заседание	3
<i>Вечорко Г.Ф.</i> Менталитет и ценностные ориентации социума как основа формирования личности	3
<i>Киндрук Л.Ф.</i> Концептуальные основы развития маркетинговой ориентации аграрного производства на современном этапе	6
<i>Мальцевич В.М.</i> Обоснование перспективы развития акционерных предприятий в аграрном секторе	10
<i>Павлович Т.С.</i> Роль и место мотивации в обучении иностранным языкам	14
<i>Рошка Т.Б.</i> Эколого-экономические вопросы преобразования Белорусского Полесья	16
<i>Филипенко В.С.</i> Проблемы формирования рыночной экономики в Республике Беларусь	19
СЕКЦИЯ 1. Совершенствование хозяйственного механизма АПК Белорусского Полесья в условиях трансформационной экономики	24
<i>Веренич А.Ф., Мацукевич В.В.</i> Состояние и перспективы развития молочного скотоводства в агрокомбинате «Полесье»	24
<i>Кислюк С.М., Рошка Т.Б.</i> Пути реформирования аграрного сектора Пинского района	27
<i>Коваленко В.П.</i> Пути повышения эффективности мелиорированных земель	29
<i>Колосов Г.В.</i> Эколого-экономические проблемы организации эродированных земель Белорусского Полесья	33
<i>Копытовских А.В.</i> Геоморфологические и гидрометеорологические условия применения глубокой безотвальной обработки почвы в условиях северной зоны Республики Беларусь	36
<i>Копытовских А.В., Филипенко В.С.</i> Зависимость экономических циклов урожайности зерновых и зернобобовых культур в Пинском районе от солнечной активности	37

<i>Крюкова Л.И., Веренич А.Ф., Мацукевич В.В.</i> Анализ структуры посевных площадей агрокомбината «Полесье» Пинского района	40
<i>Ливенский В.М.</i> Радиоэкологическая оценка проектов специализации сельхозпредприятий районов Брестской области, загрязненных радионуклидами	43
<i>Лукашевич Т.Н.</i> Оптимизация производственной программы предприятий молочной отрасли.....	46
<i>Трухан Л.А., Ивашковец С.Н., Ерофеев А.Б.</i> Аккумуляция радионуклидов Cs-137 многолетними травами в зависимости от норм минеральных удобрений и условий увлажнения.....	49

СЕКЦИЯ 2. Совершенствование экономического механизма регулирования социально-экономического развития Белорусского Полесья

<i>Андриевич А.М.</i> Проблемы формирования рыночной экономики	52
<i>Анисимовец Т.П., Купрейчик, Д.В., Невдах С.В.</i> Оценка финансово-экономического состояния организаций г. Пинска	55
<i>Давыдова Н.Л.</i> Опционные контракты как разновидность финансовых инструментов.....	58
<i>Денисевич М.Н.</i> Опыт оплаты и стимулирования труда в зарубежных странах	60
<i>Залого Т.П.</i> Теории экономического роста и их применение в эмпирических исследованиях	63
<i>Зборина И.М.</i> Развитие системы «Мониторинг предприятий в Беларуси: проблемы и перспективы развития.....	65
<i>Зглой Т.В.</i> Практика налогового регулирования в странах с развитой рыночной экономикой	67
<i>Зглой Т.В., Киндрук Л.Ф.</i> Проблемы формирования стратегии развития предприятия.....	70
<i>Клещева С.А.</i> Основные тенденции деловой активности в промышленности г. Пинска	73

<i>Конончук И.А.</i> Этапы налогового планирования на предприятии.....	75
<i>Кузнецова И.А.</i> Реклама как один из способов интенсификации реализации товаров и услуг	78
<i>Кузьменок З.И.</i> Отношение населения к малому предпринимательству в регионах	79
<i>Михальченко Л.И.</i> Интеграция потребительских рынков России и Беларуси как механизм развития предприятий	81
<i>Невдах С.В., Купрейчик Д.В.</i> Управление затратами как путь достижения максимизации прибыли в управленческом учете.....	84
<i>Паршутич О.А.</i> Модернизация рынка образования в Республике Беларусь	87
<i>Печень В.С.</i> Прогнозирование численности работников на предприятии.....	90
<i>Плавсюк Е.В.</i> Тенденции развития страхового рынка Республики Беларусь	92
<i>Полховский В.Д.</i> Разработка товарной политики в маркетинговых исследованиях	95
<i>Середич Л.Н.</i> Особенности исполнения налогового обязательства сельхозпредприятиями в свете требований Общей части налогового кодекса Республики Беларусь	97
<i>Сплошнов С.В.</i> Эффективность деятельности банков и проблемы развития банковской системы Республики Беларусь	100
<i>Чмыр Н.Н.</i> Лизинг в механизме повышения эффективности производства в условиях трансформационной экономики.....	102
<i>Щеблыкина Н.В.</i> Проблемы валютно-финансовых условий свободных экономических зон	105
<i>Якимченко С.Л.</i> Организация производственной цепочки в рамках корпорации как процесс	107
<i>Якимченко С.Л., Печень В.С.</i> Проблемы рынка труда и их решение в Республике Беларусь	110
<i>Яковенко Н.Ф.</i> Проблемы развития финансовой системы Брестского региона.....	112

СЕКЦИЯ 3. Роль информационных технологий в повышении эффективности социально-экономического развития Белорусского Полесья 116

Володько Л.П. Моделирование банковских информационных технологий и оценка их эффективности 116

Володько Л.П., Дегтярева И.И. Качество банковских информационных технологий – высокая организация работы автоматизированного рабочего места..... 119

Глинский О.Ю. Перспективы развития электронного бизнеса ... 122

Дунько Э.М. Основные направления и цели повышения эффективности корпоративной информационной системы высшего учебного заведения 124

Коржич В.П., Красковский А.Р. Использование новых информационных технологий в высших учебных заведениях 127

Павлов П.А. Функции и преимущества корпоративного сайта компаний 129

Сидская О.В. Основные положения макроконвейерного способа организации вычислений и их связь с концепцией структурирования программных ресурсов..... 132

СЕКЦИЯ 4. Разработка целей, содержания, путей и средств формирования личности в белорусском обществе 135

Крюков В.М. Предпосылочно-контекстуальный или ориентационный подход в современном методологическом мышлении 135

Можейко П.П. Влияние христианства на этику труда..... 138

Радцевич А.В. Право на жизнь и конституция Республики Беларусь..... 140

Фядзечка С.А. Праявы беларускага гаспадарчага жыцця ў II Рэчы Паспалітай..... 143

Шульга М.Л. Факторы формирования девиантного поведения в подростковом и юношеском возрасте 146

Яценко А.В. Мы живем в истории и для истории..... 148

Яценко А.В., Коваленко В.П. Право жить в чистой среде..... 152

СЕКЦИЯ 5. Мотивация языковых знаний, их актуальность в период обучения и дальнейшей профессиональной деятельности.....	154
<i>Бутрина Л.В.</i> Организация деятельности студентов по выполнению домашних заданий	154
<i>Гмир П.В.</i> Обучение иностранным языкам в системе непрерывного образования	157
<i>Децик А.Д.</i> Модернизация системы подготовки учителей начальной школы во Франции	159
<i>Изотова Л.А.</i> Использование воспитательного потенциала речевого этикета на иностранном языке	162
<i>Колесникович Л.И.</i> Обучение иностранным языкам в контексте диалога культур	165
<i>Лаврущик В.Н.</i> Дебаты как диалог	168
<i>Магер Н.У.</i> Места деловых гуляньё и ситуаций у працэсе навучання прафесійнай лексіцы	170
<i>Мартынович В.Г.</i> Использование межпредметных связей в высшей школе	173
<i>Павлович Т.С., Изотова Л.А.</i> К вопросу об обучении письменной иностранной речи при подготовке специалистов экономического профиля	175
<i>Пронина Н.М.</i> Самостоятельная работа в процессе изучения иностранных языков в неязыковом вузе	177
<i>Семенюк Ж.П.</i> Профессиональная направленность изучения курса иностранного языка	180
<i>Толстикова Л.Е.</i> Речевая деятельность как объект обучения в преподавании иностранных языков	182
<i>Хмель О.А.</i> Актуальность использования газетных материалов на занятиях иностранного языка.....	185
<i>Юш Г.В.</i> Формирование грамматических навыков в процессе изучения иностранных языков.....	188