

Существует и несколько иная версия e-books: торговля реальными книгами через сеть Интернет. В мире это единственная более или менее процветающая отрасль электронного бизнеса. Всемирно известный виртуальный магазин Amazon.com представляет собой редчайший пример прибыльного сетевого предприятия. Покупка книг в Интернете пока доступна не всем. Услугами виртуальных магазинов пользуется, по разным оценкам, от 1 до 2% читающей аудитории. Это связано в первую очередь с низким уровнем компьютеризации страны, а также со слабым развитием инфраструктуры. Отечественные интернет-торговцы обеспечивают оперативное выполнение заказов лишь в крупных городах.

Симончик А. А., БГЭУ (Минск)

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ PORTFOLIO-АНАЛИЗА В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ДИВЕРСИФИЦИРОВАННЫХ КОМПАНИЙ

В условиях усиления конкурентных отношений и насыщения рынка многие компании решают диверсифицировать свой бизнес-портфель для перераспределения финансовых рисков между несколькими бизнес-единицами. При этом возникают сложности в управлении ими, связанные с обработкой постоянно обновляющейся информации о тенденциях развития рынка. Чтобы свести воедино все данные и принимать решения, компания может использовать portfolio-анализ.

Ресурсы любого предприятия ограничены, и их следует распределять оптимальным образом. В большинстве случаев для разработки стратегии развития каждой конкретной бизнес-единицы достаточно проанализировать их одновременно по каким-либо критериям, представляющим особую важность для компании.

Существует большое количество матричных моделей, ранее разработанных известными компаниями и применяемых ими на практике. К наиболее популярным портфельным моделям относятся модели «Бостон консалтинг групп» (БКГ), «General Electric» (GE), Shell/DPM и ADL (Arthur D. Little). Каждая из них имеет свои достоинства и недостатки и определенную область применения.

Учитывая специфику нашего рынка и особенности своей деятельности, компания может разработать свою модель, подбирая оптимальные критерии для характеристики стратегических позиций всех бизнес-единиц либо воспользоваться несколькими из существующих.

Ограничиваться при анализе портфеля только одним типом было неразумно. Каждая дает различную информацию о сильных и слабых сторонах хозяйственного портфеля компании и помогает принимать различные управленческие решения. Использование указанных выше четырех матриц для изучения диверсифицированного портфеля обеспечивает понимание стратегического положения каждого вида бизнеса в конкретной отрасли, потенциальных возможностей развития портфеля, вариантов решений по распределению финансов и ресурсов.

Существуют специально разработанные компьютерные программы для изучения портфеля компании, а также для обеспечения процесса поддержки управленческих решений в области маркетинга в целом (Marketing expert, Marketing Analytic 4 и др.). Этот процесс является непрерывным и поэтому должен быть обеспечен постоянно обновляемой информационной системы внутреннего учета, а также системы мониторинга рыночного окружения.