

чаются от их собственных. Конечный успех все более зависит от готовности организации принимать существующие в мире различия.

Успешное сотрудничество требует гибкости. Число успешных союзов, которые изменили со временем сферы своей деятельности, более чем вдвое превосходит количество альянсов, чьи юридические или финансовые структуры не допускали подобных изменений.

<http://edoc.bseu.by>

Л.С. Климченя  
БГЭУ (Минск)

## ИНТЕРНЕТ: МАРКЕТИНГ И ТОРГОВЛЯ

В условиях стремительных изменений на рынке, сокращения периода обращения товаров и услуг, неустойчивости потребительского спроса, современные предприятия остро нуждаются в дальнейшем совершенствовании бизнес-процессов.

Не смотря на ряд сдерживающих факторов, Интернет в Беларуси продолжает достаточно динамично развиваться, постепенно превращаясь в новое экономическое пространство, привлекательное для инвестиций. Вопросы стратегического и тактического планирования бизнеса в Интернете, организация и проведение маркетинговых программ для продвижения товаров и услуг, различные схемы организации торговли с использованием сети, проблемы Web-строительства и информационного сопровождения существующих сайтов уже переросли уровень дискуссий.

Любое предприятие может при весьма небольших затратах сделать коммерческое предложение о продаже товара через Интернет. Участие в "электронном рынке" – самый экономичный способ распространения информации о своей продукции, услугах, деятельности (в сотни раз дешевле рассылки печатных материалов), позволяющий представлять сколь угодно сложную и детальную информацию (схемы, фотографии, видеоматериалы), обеспечивающий обратную связь с покупателями, дающий и другие выгоды.

Краеугольный камень маркетинга через Интернет – это интерактивность. При размещении информации необходимо позаботиться о том, чтобы ваши потребители могли отреагировать на нее. Более того, вы сами должны поинтересоваться их мнением, попросить откликнуться. Специфика взаимодействия с клиентами в Интернете такова, что представляемая информация должна быть в высшей степени персонализиро-

вана. Реализуется такая задача только в ситуации, когда клиент имеет возможность выбора: самого товара, цены, сервиса, системы платежа и т.д.

Появление Интернета вывело развитие бизнеса, в т.ч. и торговли, на совершенно новые рубежи. Сегодня наиболее дальновидные предприятия применяют Интернет для повышения эффективности всех аспектов своего бизнеса. На этом уровне Интернет становится глобальной деловой сетью, объединяющей сотрудников предприятия, его клиентов, партнеров, поставщиков и участников сети продаж. Став электронной, торговля по сути вернулась к простейшему открытому рынку, к прямой и наглядной форме обмена из рук в руки без многочисленных посредников.

Одним из наиболее активно развиваемых направлений электронной торговли в Беларуси и странах СНГ стало строительство Интернет-магазинов, обладающих рядом существенных преимуществ по сравнению с традиционной формой продажи товаров. Действительно, Интернет-магазин, не имея четкого географического положения, позволяет расширить торговое пространство, привлечь географически удаленных покупателей. Отсутствие временных ограничений в работе, уменьшение первоначальных и текущих эксплуатационных затрат и другие факторы делают электронную торговлю достаточно привлекательной. Электронная торговля в отношении с клиентами реализует принцип максимального удовлетворения их потребностей, базируясь на трех составляющих: постоянно обновляемой базе предложений товаров и услуг, организации взаиморасчетов за товары и услуги и управлении каналами доставки.

Республика Беларусь пытается не отстать от глобальных процессов развития электронной торговли, стремится занять свое место на этом рынке. Основы для развития электронной торговли в Беларуси достаточно весомые. К концу 2000 года торговое обслуживание населения республики наравне с традиционными предприятиями осуществляло 48 интернет-магазинов.

**А. А. Коган**

Белорусская государственная политехническая академия (Минск)

## **ПОВЫШЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Экономическая устойчивость предприятия – это способность предприятия стабильно выпускать продукцию и эффективно ее реализовывать. Для обеспечения этой цели должна выпускаться конкурентоспособная продукция. Это означает, что товар