

жить покупки в пакет. Наиболее сильная сторона использования автоматических касс – не столько удобство покупателей, сколько сокращение потерь от различного рода мошеннических действий (они составляют более половины всех незапланированных расходов розничного магазина) и снижение издержек на персонал. К тому же только одна автоматическая касса экономит 160 часов рабочего времени в месяц.

Ожидаемые изменения свидетельствуют об одной важной тенденции – все они будут происходить на информационной основе, для чего потребуется построение соответствующей инфраструктуры: сетевой основы обработки данных, программного обеспечения, особой логики поведения покупателя в системе розничной торговли. Естественно, быстрое внедрение инноваций в розничной торговле сопряжено с определенными проблемами: необходимостью соблюдения социального баланса (инновации предполагают сокращение рабочего времени и мест), достаточно высокой стоимостью первичных вложений в переоборудование магазинов, неготовностью менеджмента к кардинальному изменению в работе.

В целом расширение области применения информационных технологий приводит к стремительным изменениям облика современной розничной торговли.

Автоматизация торговли обеспечивает управление финансами (управление запасами, ассортиментом; обслуживание покупателей; обслуживание торгового оборудования и управление им), приводит к ликвидации очередей и управлению кассовой линией, обеспечивает более полное удовлетворение покупателей.

Современные мировые тенденции во многом не соответствуют белорусским реалиям, для нашего формирующегося рынка – это еще завтрашний день. Информация о дальнейших перспективах розничного бизнеса, представления о текущих мировых тенденциях помогут белорусскому розничному рынку выбрать правильную стратегию развития.

#### СПИСОК ЦИТИРОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Дурович, А. Продажи или мерчендайзинг? Постулаты и мифы // Продажи. – июль, 2010. – С. 94–107.
2. Лавринович, И. Применение скидок в розничной торговле // Продажи. – январь, 2011. – С. 26–29.
3. Степанюк, В. Расположим все по полочкам: Приемы выкладки товара в торговой точке // Продажи. – февраль, 2010. – С. 61–68.
4. Интернет-торговля в Беларуси: тенденции и перспективы. [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://new.kv.by/content/internet-torgovlya-v-belarusi-tendentsii-i-perspektivy>. – Дата доступа: 23.03.2012.
5. Всё для «фронта» – всё для победы! [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.belcrystal.by/articles.aspx?id=14>. – Дата доступа: 03.04.2012.
6. Официальный сайт «ЛюксСофт» [Электрон. ресурс] – Режим доступа: <http://luxsoft.by/platforms/>. – Дата доступа: 01.04.2012.

УДК 004.738.52(476)

**Сотник А.С.**

**Научный руководитель: ст. преподаватель Носко Н.В.**

#### НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ УСЛУГ ДОСТУПА В ИНТЕРНЕТ (НА ПРИМЕРЕ ООО «ПАРАЛЛЕЛЬНЫЙ МИР»)

Современный Интернет – это грандиозное «сооружение»: сотни людей, тысячи километров различных кабелей, миллионы компьютеров – все для того, чтобы каждый день мы видели на экранах своих мониторов самые последние новости, читали свежие шутки, заказывали пиццу on-line, потому что так забегались, что не смогли даже зайти в магазин.

Непосредственный доступ в сеть может осуществляться разными способами, выбор которых зависит от потребностей и возможностей потребителя. А вот уже хорошо или плохо будет работать Интернет, чаще зависит от провайдера. Предоставление доступа в Интернет и сопутствующих сервисов – это услуга, которая, как и все другие, может быть качественной и не очень. И, как и многие другие компании, интернет-провайдеры могут и должны заботиться о качестве своей работы.

В отличие от товара услуга не всегда может быть выражена в материальной форме. Когда покупатель приобретает товар, его не интересует предшествующий процесс труда. Клиент имеет возможность рассмотреть товар и, оценив его достоинства или недостатки, сделать выбор. Приобретая услугу, покупатель не знает, что он получит в действительности, так как в момент «покупки» продукт труда еще не существует. Услуга характеризуется такими свойствами, как неянность и нестабильность свойств, неотделимость от поставщика, несохраняемость во времени и т.д. Проведению организационных изменений в компаниях, специализирующихся на предоставлении услуг, часто препятствуют такие субъективные и объективные причины, как недоверие и сопротивление персонала, привыкшего к обычному, устоявшемуся порядку работы, наличие внутренних и внешних контролирующих органов, чьи требования необходимо учитывать в процессе перемен [1].

Стремление стимулировать производство товаров и услуг, конкурентоспособных на мировых рынках, инициировало создание нового общеорганизационного метода непрерывного повышения качества всех организационных процессов, производства и сервиса. Этот метод получил название – всеобщее управление качеством.

Total Quality Management – философия всеобщего управления качеством, успешно стартовавшая много лет назад в Японии и США с практики присуждения наград компаниям, достигшим высшего качества производимой продукции.

Главная идея TQM состоит в том, что компания должна работать не только над качеством продукции, но и над качеством организации работы в компании, включая работу персонала. Постоянное параллельное усовершенствование 3-х составляющих (качества продукции; качества организации процессов; уровня квалификации персонала) позволяет достичь более быстрого и эффективного развития бизнеса.

Качество определяется следующими категориями:

- степень реализации требований клиентов;
- рост финансовых показателей компании;
- повышение удовлетворенности служащих компании своей работой [2].

Рассмотрим в этом разрезе качество услуг интернет-провайдера. В качестве «подопытного» провайдера будет ООО «Параллельный мир» (торговая марка CityLine). Это предприятие действует на рынке города Бреста с 2004 года и за это время завоевало неплохую репутацию благодаря индивидуальному подходу к каждому клиенту и предоставлению качественной услуги.

#### **Степень реализации требований клиентов**

Расставаясь с определенной суммой денег для приобретения того или иного товара/услуги, любой потребитель имеет какие-то требования к своей покупке и ожидания от неё. Основными потребительскими критериями выбора провайдера следующие:

*Стоимость услуг Интернет-провайдера* – один из стандартных критериев выбора. Тут-то и поджидает потенциального клиента основная ошибка – в погоне за дешёвизной человек получает «медленный» Интернет, постоянные проблемы со связью и полное отсутствие техподдержки.

*Скорость передачи данных.*

*Тарифные планы.* Предлагаемый провайдером список тарифных планов должен быть достаточно широк, чтобы удовлетворить потребности каждого клиента.

*Доступность услуги* – Любые проблемы с доступом к Интернету, виновником которых является провайдер, должны быть устранены им как можно быстрее.

*Техподдержка.* Пожалуй, ни один провайдер не застрахует своих клиентов от проблем, связанных с доступом к Сети, однако солидный провайдер должен гарантировать их незамедлительное устранение.

*Тип подключения к сети Интернет* – немаловажный фактор, на который обязательно нужно обратить внимание. Стандартный телефонный Интернет заменяется современными типами подключения. Самым удобным на данный момент считается выделенная оптоволоконная линия.

*Не лишним будет заранее наведаться в офис провайдера.* Ознакомьтесь с договорами на подключение, лицензией на данный вид деятельности в вашем городе, пообщайтесь с менеджером (узнайте, каким образом осуществляется подключение и доступ к Интернету, как происходит решение появившихся проблем – и к кому обращаться в случае их возникновения).

*Отзывы об услугах провайдеров.* Обязательно поинтересуйтесь отзывами о провайдерах, существующих в вашем городе. Для этого достаточно посетить общий городской форум или поинтересоваться об этом у друзей и знакомых [3].

Выполнение этих требований клиента может гарантировать удовлетворенность его предоставляемой услугой. Деятельность на предприятии организована следующим образом: действует 4 «подразделения» (технический отдел, отдел по работе с клиентами, маркетинговый отдел и бухгалтерия). Все они подчиняются директору, координирующему их действия. Но эта схема весьма абстрактна, она представляет собой весьма обобщенную модель, но при этом вполне реальную для крупного предприятия. Для небольшого предприятия, которое действует в пределах города, такое четкое разделение сделать невозможно, потому что функции маркетолога и человека, работающего с клиентами (оформление, ознакомление с тарифами и т.п.) вполне может совмещать один человек, при этом те же действия может осуществлять директор. В чистом виде работают только бухгалтерия и техотдел. Проблем с коммуникациями между этими подразделениями не возникает из-за размеров предприятия.

При этом, если рассматривать чистую модель организации, можно выявить вклад каждого отдела в предоставление качественной услуги потребителю (рис. 1). Однако существует ряд технических ограничений развития качества на таком предприятии. В первую очередь, это сама система интернет-провайдинга в республике. Во всех странах, где есть Интернет, существует одна или несколько больших компаний, имеющих право на подключение к сети крупнейших мировых провайдеров, и продающих его не сразу потребителям, а через более мелких посредников. Таким провайдером в Беларуси по закону является «Белтелеком», однако в нашей стране в этом процессе есть одна особенность – национальный провайдер «Белтелеком», помимо продажи Интернета провайдерам продает его и пользователям, тем самым делая себя монополистом на Интернет-рынке. Сейчас такая ситуация должна измениться, начинает свою работу НЦОТ – Национальный центр обмена трафиком, который теперь должен стать национальным оператором.

Отмеченные действия в той или иной степени реализуются на ООО «Параллельный мир». Реализация этих основных элементов позволяет предоставлять услугу, которой остается доволен потребитель. При этом равно важен вклад каждого работника.

Директор				
Координация				
Бухгалтерия	Технический отдел	Работа с клиентами	Маркетинг	
Автоматизация процессов (ускоряет процесс работы, значительная экономия чернил/бумаги и т.п., позволяет получать все необходимые документы в электронной форме по электронной почте)	Регистрация входящих жалоб (для выявления типичных ошибок)	Автоматизация типичных процессов (составление договора)	Изучение конкурентов	
	Составление технических «памяток» для клиентов	CRM	Изучение конъюнктуры рынка, спроса на услугу	
	Выезды к клиентам для подключения/исправления ошибок	Отслеживание удовлетворенности клиентов своей работой, качеством услуги, доброжелательность, открытость	Поиск наиболее эффективных способов рекламы	
	Быстрое устранение сбоев в работе оборудования	Обеспечение клиентов необходимой техникой (модемы)	Выявление наиболее удобных способов оплаты	

Рисунок 1 – Направления деятельности интернет-провайдера

Из-за трудных условий деятельности финансовые показатели достаточно низкие, что не позволяет приобрести дорогостоящее коммуникационное оборудование в требуемых объемах или для реализации каких-то других услуг.

Скорость доступа нынче во многом зависит от качества телефонных линий, которые часто оставляют желать лучшего и при всем желании провайдера не позволяют предоставить абоненту высокую скорость доступа.

#### **Рост финансовых показателей**

В результате хозяйственной деятельности финансовые показатели компании растут, компания не работает в убыток. При этом различные показатели, как статьи доходов, так и расходов, могут сильно отличаться от предыдущего месяца за счет периодических изменений тарифов, каких-либо нововведений в отрасли и т.п.

#### **Повышение удовлетворенности служащих компании своей работой**

Проведенные тесты на удовлетворенность своей работой показывают средний уровень удовлетворенности деятельности работников на предприятии. Это связано прежде всего с желанием иметь большую зарплату.

При этом не стоит забывать, что главная задача любой системы заработной платы – заинтересовать рабочего в интенсивном и качественном труде. Зарплата не является единственным фактором, формирующим заинтересованность работника с своим труде, и при этом имеет очень большое значение.

Для создания дружелюбной атмосферы на предприятии проводятся различные мероприятия – совместные выезды за город, праздники и т.п.

Таким образом, можно сказать о том, что CityLine предоставляет услугу хорошего качества, но при этом предприятию следует уделить внимание следующим аспектам деятельности:

- автоматизации типовых действий;
- повышению удовлетворенности работников своей деятельностью. Это может осуществляться в форме различных поощрений, разного рода обучающих программ, повышения квалификации.

### СПИСОК ЦИТИРОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Особенности построения СМК в компаниях сферы услуг / Е.В. Приймак, Н.Г. Николаева [Электронный ресурс] // Компетентность 7/88/2011. – Москва, 2011. – Режим доступа: – <http://www.asms.ru/kompet/2011/sepembe/Primayk40.pdf>. – Дата доступа: 25.03.2011.
2. Всеобщее управление качеством [Электронный ресурс] / Wikipedia. – Москва, 2009. – Режим доступа: – [http://ru.wikipedia.org/wiki/Всеобщее\\_управление\\_качеством](http://ru.wikipedia.org/wiki/Всеобщее_управление_качеством). – Дата доступа: 25.03.2011.
3. Как выбрать Интернет-провайдера? [Электронный ресурс] / ВСЕ-СЕКРЕТЫ. – Москва, 2010. – Режим доступа: – <http://vse-sekretы.ru/95-kak-vybrat-internet-provaydera.html>. – Дата доступа: 25.03.2011.

УДК 330.341.1(476)

Плясун Т.А.

Научный руководитель: ст. преподаватель Носко Н.В.

### КЛЮЧЕВЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОЗДАНИЯ И РАЗВИТИЯ ТЕХНОПАРКОВ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Тема на сегодняшний день актуальна, так как в настоящее время во всем мире (РБ не исключение) приоритетными становятся отрасли, связанные с высокими технологиями, внедрение которых позволяет странам резко увеличить социально-экономический потенциал, а современные инновационные структуры (технопарки) играют одну из главных ролей в данных процессах [1].

Чтобы раскрыть сущность технопарков в РБ; предлагается сравнительный анализ их с зарубежными технопарками, по следующим критериям (таблица 1).

Таблица 1 – Сравнительный анализ технопарков Беларуси, Китая и Украины

Критерии	Беларусь	Китай	Украина
Первый созданный технопарк	1993 год г. Могилев	1988 год район Хайдань	1999 год Львовская область
Наличие площадей	Технопарки работают с уже существующими компаниями, которые могут находиться как на территории, так и за его пределами	Участники технопарка распложены на его территории	Производственной зоны нет: участники реализуют проекты на собственных площадках
Льготы	Резиденты являются плательщиками всех налогов и сборов, кроме местных	Преимущества: * подоходный налог в размере 10-15% от его величины; * вновь созданные предприятия освобождаются от уплаты налогов на 2-3 года; * при реализации продукции на внешние рынки компании не платят экспортных налогов; * нет льгот на НДС	Ввоз импортного оборудования освобождается от уплаты НДС и таможенных пошлин, а налоги на прибыль и НДС идут не в бюджет страны, а на инновационную деятельность
Механизм финансирования.	Источники: * доходы от собственной деятельности; * кредиты банков; * инвестиции, в том числе иностранные; * безвозмездные и благотворительные взносы	Деньги на бизнес-поддержку идут через государственные фонды и кредиты, а также помогают фонды, пополняемые за счет иностранных инвестиций и доходов, идущих от реализации проектов	Нет ни долгосрочной политики привлечения инвестиций, ни гарантий для инвесторов