

номерности психологических эффектов, проведены первичные исследования белорусских потребителей в отношении вышеприведенных эффектов; с помощью вторичных исследований получены данные, касающиеся общей тенденции создания рекламных сценариев. Определены некоторые устоявшиеся стереотипные мнения, касающиеся отдельных видов продуктов, их упаковки, рекламной коммуникации; предложены направления, способные противостоять устоявшимся мнениям.

Практическое применение полученных результатов. Общие теоретические выводы и обобщение научных трудов в рамках работы могут быть успешно применены в учебной деятельности, а полученные практические выводы оптимальны к применению в качестве рекламной кампании вкупе с социальной, которая направлена на конечных потребителей продукции для повышения общего уровня информированности.

ФИНАНСОВАЯ ДИАГНОСТИКА В ERP-СИСТЕМАХ НА ПРИМЕРЕ ИС «ГАЛАКТИКА»

Е. В. ШУКОВА (СТУДЕНТКА 3 КУРСА)

Проблематика. Регулярный мониторинг финансового состояния предприятий играет важную роль для принятия управленческих решений в условиях экономической нестабильности. Данная работа направлена на внедрение автоматизации финансового анализа на базе ERP-систем с целью повышения эффективности работы специалистов в сфере финансового менеджмента.

Цель работы. Изучение возможностей автоматизации финансового анализа в тиражируемых программных продуктах на примере «Галактика ERP».

Объект исследования. Модуль «Финансовый анализ» корпоративной информационной системы «Галактика ERP». Предмет исследования – организация финансового анализа и настройка алгоритмов его автоматизации.

Использованные методики – метод алгоритмизации, моделирования, синтеза, анализа, сопоставления и обобщения.

Научная новизна. Чаще всего автоматизация финансового анализа обеспечивается возможностями электронных таблиц. Однако в условиях увеличения количества внедрений на предприятиях корпоративных систем комплексной автоматизации и растущей их популярности становятся актуальными углубленные знания по настройке и использованию встроенного в большинство корпоративных информационных систем функционала для автоматизации финансовой диагностики. «Галактика ERP» является одной из современных комплексных систем автоматизации белорусско-российской разработки, которая применяется в том числе и на предприятиях Брестского региона. Прделанная работа носит прикладной характер и имеет практико-ориентированную направленность.

Полученные научные результаты и выводы. В программе «Галактика ERP» произведена настройка модуля «Финансовый анализ» для диагностики загружаемой бухгалтерской отчетности на основе действующей в Беларуси Инструкции о порядке расчета коэффициентов платежеспособности и проведения анализа финансового состояния субъектов хозяйствования.

Практическое применение полученных результатов. При использовании автоматизированной системы финансового анализа будет возможно в оперативном режиме анализировать текущее состояние предприятия, своевременно выявлять отклонения от плановых или нормативных показателей для принятия необходимых мер. Предложенные технологии финансового анализа и настройки алгоритмов его проведения в модуле «Финансовый анализ» позволят на предприятиях, использующих на практике «Галактику ERP», расширить степень внедрения ее функционала и повысить эффективность ведения бизнеса в целом. В перспективе планируются расширить результаты исследования на примере «1С: Предприятие».

ИССЛЕДОВАНИЕ ИНТЕГРИРОВАННЫХ КОММУНИКАЦИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ В УПРАВЛЕНИИ ЦЕПЯМИ ПОСТАВОК ЛОГИСТИЧЕСКИМИ КОМПАНИЯМИ

И. А. ЩИПКО (СТУДЕНТ 1 КУРСА)

Проблематика. В работе исследован процесс использования маркетинговых интегрированных коммуникаций логистическими компаниями Беларуси и России.

Цель работы. Исследовать мероприятия формирования спроса и стимулирования сбыта, применяемые логистическими компаниями.

Объект исследования. Средства интегрированных коммуникаций в сфере логистических услуг, применяемые на сайтах транспортных предприятий Беларуси и Российской Федерации.

Использованные методики. Контент-анализ, метод фокус-объектов.

Научная новизна. Автор данной работы исследовал понятие «интегрированные маркетинговые технологии» и основные приёмы их использования как типичных компонентов SCM-систем (SupplyChainManagement) на примере белорусских и российских логистических компаний: регион Брестской области («Asstra» и «Transconsult») и представители Ассоциации российских экспедиторов в приграничных регионах России (Смоленская («Транзит»), Псковская («БайкалСервис») области).

Полученные результаты и выводы. Субъекты рынка логистических услуг как средства формирования спроса (официальный сайт). Анализ официальных сайтов компаний проведён как среди логотипов, так и элементов брэнда. Большинство сайтов логистических компаний используют преимущественно синие оттенки. Изучена роль цвета в формировании спроса. Привлечён опыт российской студии Артемия Лебедева по проектированию логотипа для ассоциации транспортных компаний. Выявленные как наиболее популярные средства формирования спроса (ФОС) у потребителей логистических компаний: 1) рэп-пропаганда, 2) организация конкурсов и спортивных состязаний, 3) организация шоу-презентации коммерческих проектов.

Практическое применение полученных результатов. Рассмотренные методы стимулирования сбыта логистическими компаниями позволяют рекомендовать средства визуализации конкурентных преимуществ, формирующих способность компании оказывать комплекс качественных услуг. Ценовые методы: бонусные скидки, купоны, отсрочки. Неценовые: дисконтные карты, рэп-пропаганда, гарантийное обслуживание, шоу-презентации.