

# МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ И РАЗРАБОТКА ИНСТРУМЕНТАЛЬНЫХ СРЕДСТВ АНАЛИЗА ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРОВ И УСЛУГ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники  
г. Минск, Республика Беларусь

Шеремет А. И.

Сторожев Д. А. – ст. преподаватель кафедры ЭИ

В данной статье рассматривается решение таких проблем, как внедрение товаров и услуг на рынок, продвижение и реклама в условиях высокой конкуренции, привлечение потенциального потока клиентов, которые сегодня весьма актуальны и популярны среди современных предприятий, желающих получать постоянную прибыль и обрести стабильную позицию на рынке своего продукта. Существует несколько возможных вариантов решения данных проблем, что позволяет предприятиям определить основное направление решения конкретно для своего продукта. Значительное внимание в статье уделяется процессу внедрения и работы программного модуля системы, позволяющего значительно повысить эффективность маркетинговой деятельности современного предприятия и обеспечить решение рассматриваемых проблем с минимальными временными и материальными затратами.

Основную роль в процессе организации маркетинговой деятельности любого современного предприятия, желающего быть конкурентоспособным, способным эффективно осуществлять основные политики, направленные на производство, распределение, сбыт и реализацию своих товаров и услуг, играет, безусловно, Интернет. Перед бизнесом открывается множество возможностей, позволяя оптимизировать большинство этапов производственного цикла: от изучения рынка посредством голосований или опросов до продаж уже имеющегося товара на электронных торговых площадках, через Интернет-магазины, используя при этом Интернет-рекламу.

Разрабатываемый в рамках дипломного проекта сайт, предоставляющий информацию об аптечной сети г. Минска, в принципе нужен для повышения уровня информированности потенциальных и существующих клиентов о деятельности компании и ассортименте продукции. Также использование информационных технологий повышает лояльность пользователей Интернет к компании, т.е. получается, что те, кто пользуются сетью, потенциально становятся клиентами компании. Повышение продаж будет достигнуто в результате разработки инструментального средства продвижения товаров в сети Интернет, а именно возможность интеграции с информационными базами 1С аптек г. Минска, что позволит повысить эффективность деятельности аптечной сети. т.е. 1С база будет обеспечивать поставку файлов с обновлениями на разработанный электронный ресурс аптечной сети, тем самым создавая информационную базу различных аптек компании.

Для уменьшения затрат на разработку типовых частей сайта используется система управления контентом и разработки веб-приложений Drupal 7, обоснование выбора которой можно объяснить следующими преимуществами: быстрое создание основных разделов сайта; поддержка стандартов HTML5 и других современных технологий; большое количество модулей для реализации дополнительных возможностей; удобное и функциональное API для создания специализированной функциональности; наиболее вероятная платформа, которая будет выбрана предприятием при создании сайта.

Обеспечение поисковой оптимизации разрабатываемого электронного ресурса будет достигнуто с помощью эффективного формирования контента сайта, а также с помощью применения необходимых правил организации бизнес-логики системы, относящихся к SEO-методам, что позволит portalу занимать ведущие позиции на просторах сети Интернет.

Разработанная информационная система в целом реализует следующие возможности:

- 1) обзор информации для клиентов о портале аптечной сети, ценовой политике, акциях, новостях и т.д;
- 2) доступ к информации о расположении и режиме работы объектов торговли;
- 3) доступ к информации об ассортименте, наличии, срока годности и других параметрах товаров;
- 4) возможность для розничных покупателей забронировать выбранные товары для последующей покупки в аптеках г. Минска;
- 5) возможность для оптовых покупателей оформить заявку на покупку выбранных товаров.

Оригинальность внедрения программного модуля синхронизации данных в программный продукт объясняется возможностью постоянного поддержания состояния информации о товарах аптечной сети в обновленном режиме, что позволит повысить конкурентоспособность разрабатываемой сети на рынке. Если программа используется регулярно, то при помощи мастера планировщика заданий можно создать задание, благодаря которому эта программа будет запускаться автоматически в соответствии с установленным расписанием. Разработанная программа синхронизации данных может запускаться как разработчиком принудительно в необходимый для него момент времени для обновления текущих данных, а также любым планировщиком заданий с установленной периодичностью для постоянного обновления новой информации о товарах и поддержания состояния базы данных портала в обновленном режиме. В Drupal предусмотрена настройка, позволяющая указывать периодичность запуска планировщика. Запуск любого планировщика может происходить перед вызовом функции обработчиком. Разработанная программа синхронизации данных реализована на языке программирования C#. Алгоритм работы программы синхронизации заключается в следующем. Код программы выполняется с помощью вызова скрипта программы. Для информационных баз 1С, которые поставляют все аптеки, работающие с порталом, существует пакет импорта, который сканируется программными модулями

разработанного продукта синхронизации данных. Далее все найденные в данной папке файлы обрабатываются как формат XML, проходят соответствующие проверки и загружаются в общую базу данных аптечной сети lessadb. После окончания обработки файла программа синхронизации помещает данный файл в пакет обработанных файлов. В случае возникновения ошибки файл будет удален. Таким образом, процесс синхронизации данных с порталом считается успешно завершённым. Блок-схема, иллюстрирующая работу программного модуля, представлена на рисунке 1.

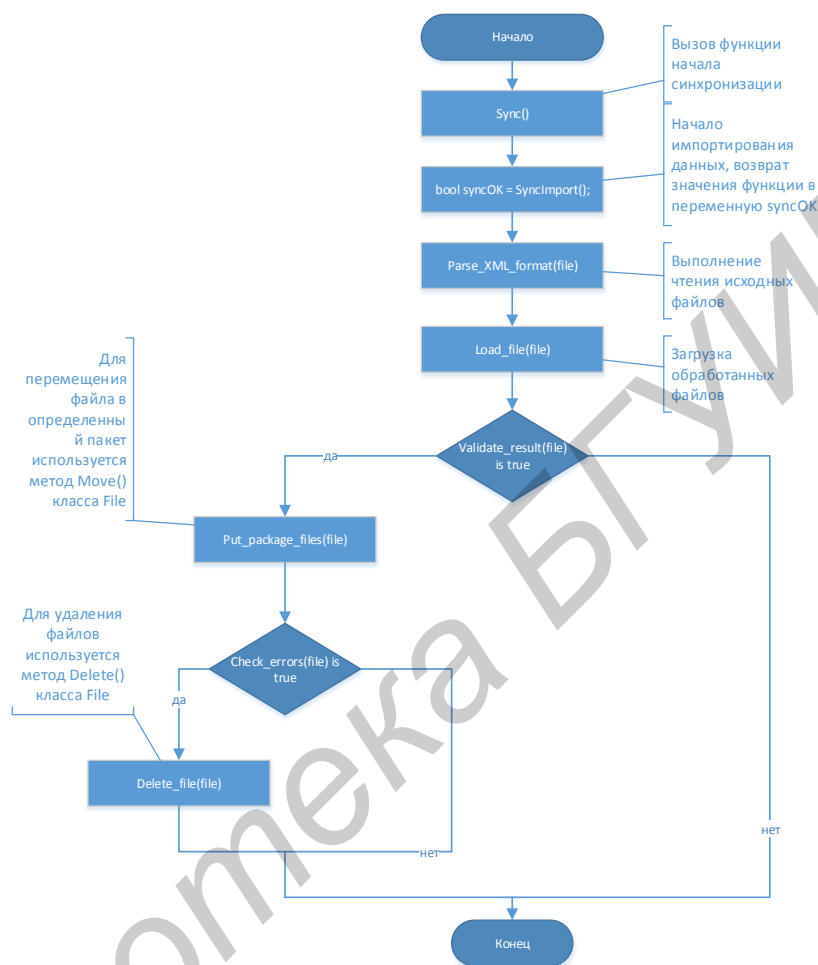


Рис. 1 – Блок-схема обобщенного алгоритма синхронизации данных

Все изложенное позволяет уверенно говорить о том, что создаваемый в рамках настоящего дипломного проекта электронный ресурс с применением технологий инструментальных средств продвижения товаров и услуг в перспективе представляет собой достаточно эффективный инструмент, который, используя все преимущества глобальной сети Интернет, позволит с высокой эффективностью достичь поставленных перед маркетингом задач, а именно обеспечить более быстрое, эффективное и дешевое выполнение экономических операций.

Список использованных источников:

1. Стратегия продвижения услуг. Электронный ресурс. – Режим доступа: <http://www.ra-vek.ru/art/marketing/reklama-prodvijenie/>
2. Drupal 7. Advanced help hint.GisleHannemyr. Электронный ресурс. – Режим доступа: <https://www.drupal.org/node/2461745>
3. С# для профессионалов. Симон Робинсон, Олли Корнес, ДжейГлинн.– Издательский дом «ЛОРИ», Москва, 2003. – 1002 с.

## МОДЕЛИ РЕЙТИНГОВЫХ ОЦЕНОК ПРИ ПРОГНОЗИРОВАНИИ РИСКА БАНКРОТСТВА: ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ

Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники  
г. Минск, Республика Беларусь