

ЗНАЧЕНИЕ КЛИЕНТИНГА ДЛЯ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ПРОГРАММНЫХ ПРОДУКТОВ ПО АВТОМАТИЗАЦИИ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА, АНАЛИЗА И АУДИТА

Идеи и концепции маркетинга сегодня пронизывают все стороны и аспекты современного бизнеса, включая сферу IT-технологий. Его значимость для развития белорусского рынка программных продуктов по автоматизации бухгалтерского учета, анализа и аудита особенно остро ощущается сегодня в связи с тем, что завершилось формирование этого рынка, произошел его раздел между производителями программного обеспечения экономического назначения и появление новых разработок в данном классе является сегодня настоящим событием.

Определяя роль маркетинга в развитии рынка программного обеспечения, на наш взгляд, особое значение приобретает клиентинг, что, на пример, вытекает из ISO/EFC 15408 «Критерии оценки безопасности информационных технологий» (ISO 17799). В соответствии с этим стандартом выделяют четыре общие категории продукции:

- услуги (например, перевозки);
- программные средства (например, компьютерная программа, электронный словарь);
- технические средства (например, узел двигателя);
- перерабатываемые материалы (например, смазка).

Многие виды продукции содержат элементы, относящиеся к различным общим категориям продукции. Отнесение продукции к услугам, программным или техническим средствам или перерабатываемым материалам зависит от преобладающего элемента. Например, поставляемая продукция «автомобиль» состоит из технических средств (например, шин), перерабатываемых материалов (горючее, охлаждающая жидкость), программных средств (программное управление двигателем, инструкция водителю) и услуги (консультации по эксплуатации автомобиля, предоставляемые продавцом).

Таким образом, поставляемая программная продукция, согласно ISO, включает программные средства (файлы), технические средства (компакт-диски), услуги (обучение, сопровождение, консультации). Это не только машинный код, реализующий определенный алгоритм, и техническое обеспечение, позволяющее эксплуатировать программную продукцию, но и совокупность услуг, сопровождающих его на каждой фазе жизненного цикла ПС. Услуга же, в соответствии с упомянутым выше ISO (в терминах стандарта),

является результатом, по меньшей мере, одного действия, обязательно осуществленного при взаимодействии поставщика и потребителя, и она, как правило, нематериальна. Предоставление услуги может включать, к примеру, следующее:

- деятельность, направленную на изменение поставленной потребителям материальной и нематериальной продукции;
- предоставление нематериальной продукции;
- создание благоприятных условий для потребителей.

В первом случае применительно к программным средствам эта деятельность по предоставлению услуг может включать установку, настройку, адаптацию и обновление программ. Под нематериальной продукцией в случае с услугами может быть обучение пользователей программного обеспечения. Создание благоприятных условий для потребителей может предполагать организацию работы линии консультаций.

Таким образом, оценка качества программных продуктов по автоматизации бухгалтерского учета, анализа и аудита должна учитывать не только качество самого программного средства, но и организация клиентенга. При этом в части оценки качества программных средств основное внимание должно уделяться сопровождаемости и удобству использования, а в части качества организации клиентинга – уровень организации и качества абонентского обслуживания, обновления программного обеспечения, организация работы с потенциальными и реальными клиентами.

*Ж.В. Андрейчикова,
УО «Белорусский государственный
аграрный технический университет» (г. Минск)*

ОРГАНИЗАЦИОННО-КАДРОВЫЙ АУДИТ КАК НЕОБХОДИМЫЙ ЭЛЕМЕНТ МАРКЕТИНГОВОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Успешная маркетинговая деятельность любой организационно-правовой структуры, будь-то государственное предприятие, учреждение или частная коммерческая фирма, не осуществима без анализа трудовых показателей, который позволяет более точно оценить степень использования наличных и привлекаемых ресурсов; определить резервы более эффективного использования персонала предприятия, улучшения организации, условий труда и его оплаты; найти пути нормализации социально-трудовых отношений в коллективе.

Важнейшим инструментом формирования стратегии управления персоналом является проведение мероприятий по оценке состава и структуры персонала, качества его труда. С одной стороны на предприятиях периодически пересматриваются штатные расписания сотрудников, организация оплаты труда. С другой стороны опыт показывает, что такой формальный подход