

## ПРИМЕНЕНИЕ ПАКЕТА MS EXCEL ДЛЯ ОБРАБОТКИ И ПРЕДСТАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

Минтюк О.П.,

*Белорусский государственный технологический университет, г. Минск*

В настоящее время пакет MS Excel представляет собой мощное и гибкое средство обработки представления любой информации, включающее как электронные таблицы (со средствами финансового и статистического анализа, набором стандартных математических функций, рядом дополнительных функций, имеющих место, как правило, только в библиотеках дорогостоящих инженерных подпрограмм), так и средства визуального программирования (Visual Basic for Applications). Электронные таблицы MS Excel позволяют производить обработку чисел и текста, задавать формулы и функции для автоматического выполнения, прогнозировать бюджет на основе сценария, представлять данные в виде различного рода и вида диаграмм, публиковать рабочие листы и диаграммы в различных сетях и программных оболочках. С помощью VBA можно автоматизировать всю работу, начиная от сбора информации, ее обработки, до создания итоговой документации, ее визуализации как для офисного пользования, так и в сети.

Особый интерес представляет возможное использование пакета Microsoft Excel для обработки и представления маркетинговой информации в целях принятия качественных и своевременных управленческих решений. Так, с помощью пакета Microsoft Excel можно существенно облегчить систематизацию полученной информации в ходе проведения маркетинговых исследований о представителях контактных аудиторий, затем провести экономическое прогнозирование и предвидение развития бизнес-процессов. Для этого в пакете Microsoft Excel анализируемые данные и помещаются необходимым образом на листы рабочих книг.

Таким образом, выбранный метод рассматриваемой задачи влечет за собой набор расчетных формул и функций, легко реализуемых средствами Microsoft Excel и VBA. Кроме того, наличие встроенных мастеров позволяет наглядно представить, в том числе в динамике, полученные результаты. К средствам анализа Microsoft Excel относятся:

- обработка списка с помощью различных формул и функций;
- построение диаграмм;
- проверка данных рабочих листов и рабочих книг на наличие ошибок;
- автоматическое подведение итогов;
- консолидация данных;
- сводные таблицы;
- подбор и нахождение решения, др.

В ходе практической маркетинговой деятельности была изучена потребительская осведомленность относительно производимой продукции СП ЗАО «МАЗ-МАН». После полугода работы указанного промышленного предприятия проводился опрос в виде анкетирования актуальных и потенциальных клиентов, где клиентам предоставлялась возможность ответить на предлагаемые в анкете вопросы.

Конечным этапом в проведении исследований является обработка и предоставление полученных результатов. На наш взгляд, для этого наиболее удобным и общедоступным продуктом информационных технологий является пакет MS EXCEL.

Встроенная функция EXCEL «АВТОФИЛЬТР» позволяет произвести сегментацию респондентов в любом направлении, например, по половозрастной группе, социальному статусу, доходу и т.д. Это позволило четко отсегментировать определенную группу респондентов, отдающих предпочтение продукции СП ЗАО «МАЗ-МАН». Данный подход в обработке собранной информации также дает возможность изучить эффективность инструментов и средств, задействованных в ходе проведения акции данного рода; можно получить ответ и в процентах, и в абсолютном исчислении. И, наконец, построение и демонстрация диаграмм осуществляется очень просто и они достаточно наглядны.

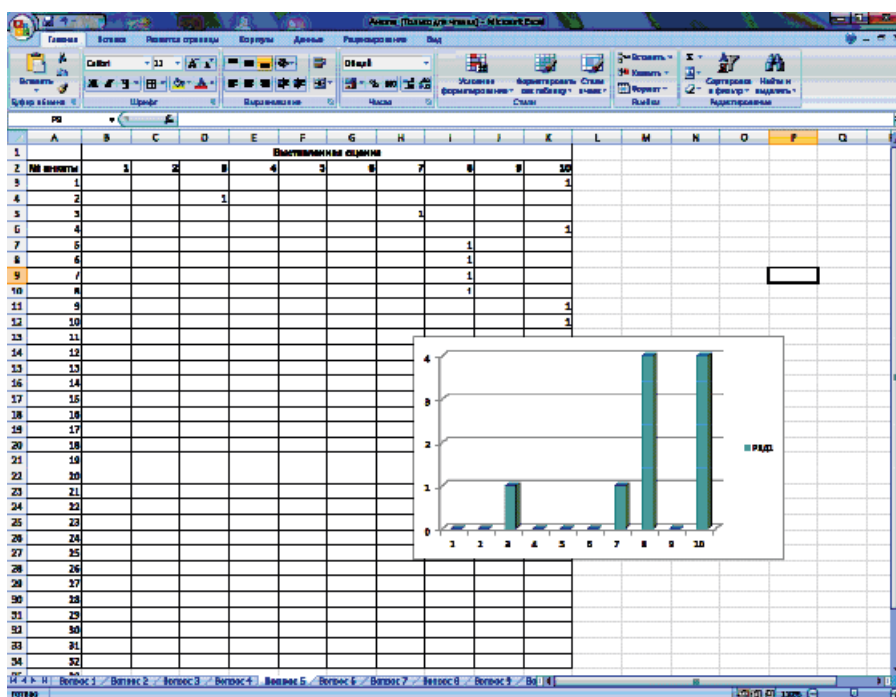


Рис. Матрица ввода и обработки опросных листов

## ВОДОРОД КАК АЛЬТЕРНАТИВНЫЙ ИСТОЧНИК ЭНЕРГИИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

**Моисеев В.В.,**

*кандидат технических наук, доцент,*

**Старостенко К.В.,**

*НИЭИ Министерства экономики Республики Беларусь, г. Минск*

Для Республики Беларусь в условиях нестабильной социально-экономической обстановки в мире снижение зависимости поставок энергоносителей из-за рубежа и развитие альтернативных источников энергии являются необходимыми условиями обеспечения энергетической безопасности страны и сохранения ее суверенитета. Несомненно, для республики необходим индивидуальный путь развития энергетики, учитывающий специфику экономики и ее собственный энергетический потенциал.

Производство и потребление водорода в настоящее время можно отнести к мерам по снижению зависимости от углеводородных ресурсов и как следствие – снижению зависимости от импорта ископаемых видов топлива.

Амбициозные водородные программы давно реализуют Япония, Китай, Республика Корея, США. В Европе утверждена стратегия по развитию водородной энергетики на период до 2050 г. В Российской Федерации утвержден план мероприятий по развитию водородной энергетики до 2024 г., направленный на увеличение производства и расширение сферы применения водорода в качестве экологически чистого энергоносителя, а также вхождение страны в число мировых лидеров по его производству и экспорту.

Водород имеет ряд преимуществ перед традиционными видами топлива. При сгорании он выделяет значительно больше энергии, чем природный газ, бензин или дизтопливо. Водородное топливо может производиться экологически чистым. Кроме того, запасы водорода в природе прак-