

С помощью сайта можно осуществлять информационную и сервисную поддержку клиентов и партнеров. Он поможет не только оперативно отвечать на вопросы, возникающие у покупателей ваших продуктов и услуг, но и формировать базу часто задаваемых вопросов, избегая тем самым многократных разъяснений по решению одних и тех же задач. Сайт даст возможность увеличить количество продаж и найти новых покупателей продуктов вашего предприятия.

Таким образом, посредством сайта в сети Интернет можно рекламировать, продавать, покупать товары и услуги, находить новых клиентов, налаживать контакты и связи, искать работу, учиться, общаться, можно заявить о себе всему миру.

Однако сайт не даст предприятию возможности превратиться из убыточного в прибыльное. Неэффективное и убыточное предприятие не станет приносить прибыль от одного лишь факта переноса бизнеса в интернет-пространство. Сайт не позволит быстро собрать большую аудиторию потенциальных клиентов или партнеров и потратить на это мало денег, так как привлечение целевых аудиторий — затратное мероприятие, требующее не только серьезных финансовых вложений, но и времени. Большинство задач формирования серьезных проектов в сети сегодня можно решить только при весьма внушительных трудовых и финансовых вложениях. Причем необходимо изначально настроиться на серьезную конкурентную борьбу. Факт наличия у предприятия Web-сайта не даст возможности открыть новый бизнес в Интернет и стать лидером рынка. Если за созданием сайта не стоит точный расчет и серьезная аргументация, виртуальное представительство предприятия рискует превратиться в убыточное.

О.В. Завьялова, ассистент

БГЭУ (Минск)

ЭЛЕКТРОННЫЕ ТЕНДЕРНЫЕ И АУКЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ КАК МЕХАНИЗМ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ВНЕШНЕТОРГОВЫХ ОПЕРАЦИЙ

Современные тенденции глобализации экономики сформировали такие мировые условия, когда практически ни одна страна в мире не может рассматриваться изолированно от мирового сообщества. В Республике Беларусь вопросы внешнеэкономических отношений являются особо актуальными в силу исторически сложившейся внешней ориентации нашей страны как с точки зрения рын-

ков сбыта продукции, так и в рамках приобретения за пределами страны широкого перечня товаров.

Ставшие результатом развития мировых внешнеторговых отношений взаимодополняемость и взаимозависимость стран выдвинули требования унификации используемых механизмов и форм осуществления торговли. Своевременное внедрение достижений в области управления, маркетинга и информационных технологий становится ключевым фактором конкурентоспособности страны на внешнем рынке.

Технологии электронного бизнеса предлагают широкий спектр решений для повышения эффективности управления экономическими процессами. В развитых странах данные механизмы широко внедряются в сферу внешнеэкономических торгово-закупочных операций, а также в систему приобретения товаров и услуг для государственных нужд. Результативность достигается за счет:

1) *прозрачности*. Показатели спроса и предложения всех торговых партнеров электронного рынка более прозрачны, что позволяет улучшить планирование и управление запасами, и, как результат, сократить инвестиции на увеличение оборотного капитала;

2) *увеличения скорости общения*. Автоматизация процесса закупки ограничивает и формализует физическое взаимодействие, что в большинстве случаев увеличивает скорость и повышает надежность общения;

3) *снижения издержек*. Электронный рынок позволяет привлечь большее число продавцов, что увеличивает конкуренцию и в большинстве случаев вызывает снижение цен или улучшение иных параметров сделки.

В условиях Республики Беларусь, когда большинство предприятий не располагает достаточными финансовыми и подготовленными трудовыми ресурсами для внедрения систем электронного бизнеса, наиболее целесообразным является создание государственной электронной тендерной и аукционной системы. Она должна отвечать следующим требованиям:

- предоставить удобный канал сбыта и приобретения продукции;
- упростить процедуру поиска наиболее выгодного предложения;
- обеспечить безопасность при обмене информацией;
- обеспечить доступ к системе 24 ч в сутки, 7 дней в неделю.

Создание такой системы предоставит белорусским предприятиям следующие возможности:

- доступ к актуальной информации о проводимых в Беларуси и за ее пределами тендерах и конкурсных торгах — дополнительный канал сбыта;
- размещение информации о планируемых закупках — получение предложений от непосредственных производителей на вы-

годных условиях, возможность выбора наиболее подходящего предложения.

Электронная тендерная система такого уровня позволит белорусским компаниям открыть новые рынки сбыта, что благотворно скажется на объемах экспорта. С другой стороны, использование электронных рынков для приобретения не производимых в Беларуси товаров и услуг позволит оптимизировать структуру импорта.

Кроме того, внедрение электронной тендерной и аукционной системы может стать фактором повышения эффективности расходования государственных ресурсов, создаст условия для развития открытой конкуренции, которая в свою очередь становится существенным фактором повышения конкурентоспособности как отдельных предприятий, так и страны в целом.

Т.Г. Зорина, ассистент

БГЭУ (Минск)

НЕОБХОДИМОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПОДХОДА К СЕГМЕНТАЦИИ ЭНЕРГЕТИЧЕСКОГО РЫНКА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Анализ мирового опыта организации и функционирования энергетических рынков, наличие кризисных явлений в развитии энергетического рынка Республики Беларусь (значительная диспропорция между становлением рыночных отношений в целом по стране и в энергетике, в частности, отсутствие источников инвестирования энергетики и т.д.) приводят к выводу о необходимости реформирования существующей энергосистемы страны. Итогом этих реформ неизбежно станет создание конкурентной среды функционирования энергопредприятий.

В результате таких изменений в структуре энергетического рынка перед его субъектами встанут две важнейшие задачи: адаптация к условиям неопределенности маркетинговой среды; удержание имеющихся и завоевание новых потребителей путем создания собственных конкурентных преимуществ.

Главная особенность управления развитием энергетического рынка в переходный период является объективно существующая неоднозначность внешних и внутренних условий ее развития. Таким образом, функционирование энергопредприятий в рыночных условиях осуществляется с учетом неопределенности маркетинговой среды.