

## **ИСПОЛЬЗОВАНИЕ АВТОМАТИЗИРОВАННОЙ БАЗЫ ИНФОРМАЦИОННЫХ КАРТ БЕЛОРУССКИМИ ЭКСПОРТЕРАМИ И ИМПОРТЕРАМИ**

В последние два-три десятилетия в наиболее развитых странах мира, осуществляющих возмездный товарный обмен с предпринимателями Республики Беларусь, складывается постиндустриальная («новая») экономика — технологический и хозяйственный уклад, в котором роль главного производственного ресурса играют знания и информация. В связи с этим качество информационного обеспечения внешнеторговой деятельности отечественных предприятий является определяющим фактором ее динамичного развития.

Анализ передового зарубежного опыта показал, что сбор и систематизация информации о внешнеторговых партнерах в форме информационных карт позволяет повысить эффективность процесса установления и поддержания хозяйственных связей с контрагентами, а также минимизировать неопределенность в отношении их поведения в будущем.

Типовая информационная карта фирмы представляет собой анкету, содержание которой сгруппировано в следующие разделы по основным вопросам, характеризующим различные стороны деятельности изучаемого контрагента: 1) общая характеристика фирмы; 2) финансово-экономические показатели фирмы; 3) руководящий состав фирмы; 4) деловая характеристика фирмы; 5) характеристика представителя фирмы (деловые и личностные качества).

Изучение передовой практики подбора и использования материалов о внешнеторговых партнерах позволило определить ряд условий ее использования в качестве фактора повышения эффективности внешнеторговых операций. Среди них систематическое пополнение и обновление информационной карты фирмы перед началом нового финансового года или при подготовке крупных сделок; формирование структуры карты, учитывающей специфику предприятия и его контрагентов; использование современных информационных технологий для создания, хранения и обработки таких карт в электронном виде.

Опрос ряда отечественных экспортеров и импортеров показал, что в их деятельности отсутствует практика создания и использования информационных карт фирм как на бумажных носителях, так и в электронном виде. Такой подход часто приводит к утере полезных данных о контрагентах, трудоемкости процесса установления с ними хозяйственных связей и оценки их эффективности.

С учетом изложенного авторы самостоятельно разработали компьютерную программу, позволяющую создавать и систематически попол-

нять базу данных из информационных карт внешнеторговых партнеров. Программа была успешно апробирована сотрудниками ООО «Современные технологии связи». Результатом использования предлагаемой автоматизированной системы сбора и обработки материалов информационных карт стало сокращение связанных с этим временных затрат, упрощение поиска и передачи необходимой информации о конкретном контрагенте, накопление достаточных данных для планирования внешнеторговой деятельности завода, оптимизации выбора его поставщиков, минимизации рисков установления хозяйственных связей с неблагонадежными партнерами и сокращения связанных с этим убытков.

Проведенное авторами исследование свидетельствует о практической значимости разработанной компьютерной программы, целесообразности ее использования в практике различных белорусских предприятий, желающих повысить эффективность выполнения своих внешнеторговых операций на базе использования современных информационных технологий.

*Н.О. Сацевич  
БГЭУ (Минск)*

## **ВНЕДРЕНИЕ ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИЙ В ПРАКТИКУ РАБОТЫ ТОРГОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ (НА ПРИМЕРЕ WEB-САЙТОВ 15 БЕЛОРУССКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ)**

Процессы развития глобальных информационно-коммуникационных технологий очень динамичны в настоящее время, а их возможности для общества и экономики только начинают масштабно использоваться.

В настоящий «коммуникационный» этап своего развития главной задачей сети Интернет является помощь в поиске желаемых партнеров и предоставление средств для организации с ними нужного вида коммуникаций с необходимой интенсивностью. Результаты последних исследований показали, что использование интернет-технологий может принести реальную экономию и прибыль. В будущем ожидается существенный рост объемов интернет-коммерции, особенно в такой области, как розничная торговля.

Интернет представляет собой реальную почву для бизнеса, внедрение интернет-технологий позволит поднять работу предприятия на новый уровень. Но результаты ставки на новые технологии ведения бизнеса могут принести диаметрально разные результаты: от головокружительного успеха до полного провала. А потому чрезвычайно важной является оценка эффективности как планируемого, так и реализуемого проекта.