

Предлагается осуществлять развитие оздоровительных услуг в интеграции информационных технологий и развитии новых рынков. Рынком, обладающим значительным внешнеэкономическим потенциалом, является рынок услуг, в котором оздоровительный комплекс наиболее перспективен при использовании природных ресурсов, современных медицинских и информационных технологий. Возможность торговли белорусскими оздоровительными услугами в среде Internet позволяет рассматривать их как элемент глобального электронного рынка.

Существование электронного рынка оздоровительных услуг в среде Internet обуславливается возможностью реализации в Internet платежных систем, позволяющих интерактивно оплачивать товары и услуги (CyberPlat, Assist, PayCash, WebMoney, NetCash, Citibank и др.).

Выделяются преимущества электронного рынка оздоровительных услуг: сравнительно меньший объем вкладываемых средств для выхода на международный рынок, глобальный характер рынка, круглосуточная доступность рынка, возможность получения необходимого объема информации, отсутствие посредников (прямая связь между производителем оздоровительных услуг и потребителем сказывается положительно на возможности снижения цены услуг для потребителя), активная позиция выбора потребителя, осуществление сделок с помощью электронных денег.

При реализации торговли оздоровительными услугами в среде Internet применяются Web-технологии (создание Web-страницы или Web-сервера).

Экономический и социальный эффект при применении в Беларуси вышеупомянутых моделей и технологий: увеличение доли оздоровительного комплекса в валовом внутреннем продукте Республики Беларусь; увеличение занятости населения; повышение производительности труда в сфере услуг; привлечение инвестиций в новые технологии; выход на мировой рынок услуг.

О.С. Прокопенко, В.В. Раковец,
студенты БГЭУ (Минск)

АНАЛИТИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ ЭКСПОРТНОЙ ПОЛИТИКИ ФИРМЫ

Данная работа посвящена изучению экспортной политики фирмы путем программной реализации соответствующего алгоритма

конверсии базы данных в базу знаний, которая была произведена в среде Microsoft Access.

Была создана база данных, обеспечивающая хранение, накопление и предоставление всей информации об экспортных поставках товаров с дальнейшим статистическим анализом имеющихся данных. Кроме того, был разработан набор связанных экранных форм, позволяющий вводить, редактировать, просматривать данные по направлению проводимого исследования. На основании этих данных был проведен анализ экспортной политики фирмы.

В работе была учтена вероятность возникновения ситуации, когда пользователю не нужно проводить анализ всех данных, а необходимо проанализировать лишь часть, отобранную по какому-либо признаку. В нашем случае это фактор времени, т.е. кроме анализа всех имеющихся данных пользователю предоставляется возможность анализировать данные за какой-либо отдельный период. Для этого в работе были использованы так называемые "сплайны", с помощью которых пользователь может получить данные об экспортных поставках товаров на какую-либо дату, указываемую им в соответствующей форме. После внесения пользователем новой порции данных, в диалоговом режиме у пользователя запрашивается, за какой период требуется произвести анализ. Пользователь вносит начальную и конечную даты, по приведенному в запросе шаблону, и таким образом происходит формирование обучающего потока для дальнейшего анализа.

После конверсии исходной базы данных и формирования обучающего потока был проведен и статистический анализ данных, который осуществлялся при помощи процедур, написанных на встроенном в Microsoft Access языке VBA.

В качестве базиса статистической модели были выбраны следующие функциональные зависимости: прибыль от количества экспортируемых товаров; прибыль от стоимости экспортируемых товаров в долларах США.

В данной работе был использован классический способ определения параметров статистических моделей — метод наименьших квадратов. Однако из-за некоторой неточности самого метода, для более точного поиска базиса мы воспользовались методом редукции, который основан на поочередном оценивании значимости каждой функции для моделируемого показателя.