

## КОМПЬЮТЕРНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В МЕЖДУНАРОДНОМ БИЗНЕСЕ

*Т.А. Кудревич*

*Белорусский государственный экономический  
университет*

Компьютерные системы все глубже проникают во все сферы жизни современного общества. Их можно встретить практически везде - в науке, образовании, медицине, повседневной бытовой жизни. Компьютер обладает рядом достоинств, которые делают его использование рациональным и целесообразным. Скорость, точность обработки данных, возможность работать с огромными объемами информации делают его незаменимым помощником человека, без которого сложно представить себе современную жизнь.

В последние годы компьютерные системы стали широко использоваться в сфере экономики, в том числе и в международном бизнесе. Первым компьютеризации подвергся финансовый рынок. В 1971 году Национальная ассоциация фондовых дилеров США (NASD) освоила систему электронных торгов NASDAQ (National Association of Stock Deale Automated Quotations) - общеамериканскую компьютерную сеть, доступ к которой имели дилеры в самых удаленных уголках страны. В настоящее время NASDAQ является основой внебиржевого рынка ценных бумаг. В Лондоне система, аналогичная NASDAQ, под названием SEAQ (Stock Exchange Automated Quotations) появилась в 1986 году. Первый токийский аналог - CORES - возник в 1982 году, а затем был заменен более совершенной системой -FORES- в 1990 году. Биржа в Торонто обрела компьютерный облик в 1977 году в форме CATS (Comuter - assisted Trading System).

По мере компьютеризации отдельных бирж и развития системы телекоммуникаций купля-продажа ценных бумаг, валют, товаров и других активов становилась доступной и для зарубежных клиентов, что способствовало развитию международной торговли.

Следующим шагом в компьютеризации международных экономических отношений стало создание в 1973 году всемирной межбанковской финансовой телекоммуникационной сети (SWIFT) в целях повышения эффективности международных валютно-кредитных и расчетных операций. Основная задача СВИФТ - скоростная передача любой банковской и финансовой информации на базе средств вычислительной техники.

И, наконец, в последние годы особое значение в сфере бизнеса приобрела глобальная телекоммуникационная сеть Интернет (Internet). Интернет представляет собой пользовательскую платную сеть, где любой человек, имеющий компьютер и модем, может стать зарегистрированным пользователем. За годы своего существования Интернет развился в огромную сеть так называемых sites - сравнительно небольших станций, разделенных по интересам пользователей, каждая из которых имеет свой собственный интернетовский адрес. В сети Интернет можно получить любую информацию: от котировок акций на любой бирже мира до условий обучения в Китае. Причем вся информация классифицирована по так называемым страницам. Сеть содержит несколько тысяч таких страниц, большинство которых - вложенные, т.е. содержат в себе другие страницы по принципу ветвей дерева.

В настоящее время всемирная Сеть из игрушки для программистов и альтернативы почте превратилась в мощный коммерческий инструмент. Маркетинговый, коммерческий и финансовый потенциал Сети стал очевиден, по крайней мере, с момента появления первой версии WWW (World Wide Web - графическая часть Интернет). Поскольку миллионы людей проводят достаточное количество времени, пролистывая одну страницу гипертекста за другой в поисках информации, нужной им для работы или учебы, налицо огромные возможности Интернет для размещения рекламной информации. Начиная со второй половины 1994г. коммерческая реклама стала составлять заметную долю гипертекстовой информации, доступной в WWW. Однако возможности делового использования глобальных цифровых коммуникаций не ограничиваются размещением рекламы. Особое значение приобретает торговля по Интернет, в том числе и международная.

С зарождением виртуальной торговли время, необходимое на преодоление расстояния между покупателем и продавцом, сокращается до щелчка "мышью". Магазин со всем его содержимым возникает на экране компьютера. Причем не важно, находится ли продавец на другом континенте или в соседней комнате. Через Интернет можно приобрести практически любые товары. Например, торговая компания WalMart, владеющая огромной сетью обычных супермаркетов, предлагает своим электронным покупателям выбор из 40000 наименований товаров.

В чем же преимущества электронной коммерции? Они состоят в следующем:

Различные формы представления информации. WWW позволяет передавать не только текст, изображение, но и голос, и видео, что дает возможность потребителю получать информацию в наиболее удобной для него форме.

Сокращение времени передачи информации. Уменьшение до минимума времени на доставку информации о товаре потребителю - одно из необходимых условий организации успешной торговли.

Возможность отслеживать информационные и товарные потоки, проводить анализ предпочтений покупателя для планирования своей деятельности. Создание баз данных поможет идентифицировать (создать портрет) потенциального покупателя данного товара.

Сокращение количества транзакций благодаря уменьшению числа промежуточных звеньев, а проще говоря, - посредников. Им на смену придет прямая связь производителя с покупателем.

Неограниченный рост числа потенциальных заказчиков. При использовании WWW границы между странами становятся неосознаваемыми, расстояние между продавцом и покупателем будет играть роль лишь с точки зрения транспортных издержек.

Экономия на организации сбытовой сети. Для создания Интернет - магазина не нужно арендовать помещение, покупать необходимое оборудование, не требуется обученный квалифицированный персонал.

Все это делает весьма привлекательным электронную коммерцию, и в последнее время она развивается необычайно быстро. Практически все деловые круги обосновались в Сети. Отсутствие адреса в Интернет рассматривается сегодня как признак плохого финансового положения. Тем не менее, согласно недавним исследованиям, только треть всех фирм, осуществляющих электронные продажи, получают от этого прибыль. Чаще всего пользователи получают в Интернет - магазинах необходимые сведения о желаемом товаре, а приобретают его в обычных супермаркетах. Другим недостатком виртуальной торговли является отсутствие какого-либо ее регулирования и гарантий защиты бизнеса. В США в настоящий момент ведется подготовка законопроектов в отношении электронной торговли. На заседании совета по телекоммуникациям Европарламента в 1996 году обсуждалась необходимость принятия государствами-членами ЕС правил, регулирующих деятельность в Интернет и обеспечивающих защиту общественности от разнообразных рисков (дезинформация, нечестная конкуренция и т.д.). Тем не менее, на сегодняшний момент Интернет остается сферой, практически не подлежащей государственному регулированию.

## **ИННОВАЦИОННАЯ ИНФРАСТРУКТУРА НАУЧНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ПОЛОЦКО-НОВОПОЛОЦКОГО РЕГИОНА**

*С. В. Кухта*

*УО «Полоцкий государственный университет»*

Регион Полоцк-Новополоцк имеет следующие особенности: крупнейший нефтехимический комплекс, включающий ПО "Нафтан", ПО "Полимир", ПО "Стекловолокно" и примыкающую транспортную сеть газо-, нефтепродуктопроводов; наличие Полоцкого государственного университета - одного из ведущих классических университетов с широким спектром специальностей и развитыми научными исследованиями, ориентированными на интересы региона. Для предприятий региона характерны проблемы нарастающего выгорания основных фондов, падения технического уровня и конкурентоспособности обрабатывающей промышленности, разрушения научно-технического потенциала, определяющего объективные возможности экономического роста.

В настоящее время в Республике Беларусь сложилась и функционирует определенная информационная и инновационная инфраструктура. Отличительной особенностью этой инфраструктуры является взаимодействие большого количества государственных органов и общественных формирований как на республиканском, так и региональном уровнях (рис. 1). Требуется упорядочение по единой методологии этой структуры, в частности, сети отраслевых и территориальных центров трансфера технологий, информационно-аналитических и инновационных центров (ИАИИЦ), призванных существенно улучшить функционирование предприятий и органов местного управления, скоординировать инновационную деятельность предприятий и организаций региона.