

заций с использованием стандартных шаблонов, широкий набор инструментов поиска. К инструментам поиска также может быть добавлена функция социального графа, которая позволит легко просматривать объекты, отмеченные как профили. Также необходимо обеспечить эффективное функционирование системы обновлений. Создание такой деловой социальной сети позволит сделать более эффективной и быстрой коммуникацию между организациями, облегчить процедуру поиска деловых партнеров, интенсифицировать движение информационных потоков, помочь в изучении фирменной структуры рынка.

Таким образом, для эффективного ведения бизнеса все большую актуальность приобретает использование социальных медиа, включая размещение рекламы, проведение маркетинговой деятельности, движение информационных потоков. Очевидна необходимость расширения использования социальных сетей в деловой жизни нашей страны.

Литература

1. <http://www.social-networking.ru/papers/49>
2. http://ru.m.wikipedia.org/wiki/Социальная_сеть/
3. <http://blog.artus.ru/socialnyj-marketing-v-internete-ispolzovanie-socialnyx-setej-blogov-i-drugih-servisov-web-20-v-interesah-biznesa/>
4. <http://www.marketing.by/main/market/analytics/0016705/>
5. <http://www.vceti.by>

Заец Александр Викторович

БГЭУ ФЭУТ ДГХ-1,1 курс

ИНТЕРНЕТ КАК ИНСТРУМЕНТ БИЗНЕСА

Появление глобальных сетей связи, и в первую очередь – интернет, привело к настоящей революции в области организации и ведения коммерческой

деятельности. Появились новые направления ведения бизнеса, но и принципиально изменились уже существующие. Когда-то такой вид деятельности как электронная торговля считался немислимым. А ведь теперь в большинстве развитых странах можно зайти в любое время в виртуальный магазин, не выходя из дома. Такие страны как Америка, Япония, Китай и др. сделали большой прорыв у области электронной торговли. Однако в РБ электронная коммерция находится в зачаточном состоянии. Так как на все сто процентов использовать интернет для организации торговли не позволяет законодательство Республики Беларусь. То есть в сети интернет вы сможете предложить потребителям только своеобразный каталог, по которому покупатели смогут выбрать нужный товар и заказать его. Оплатить товар через интернет национальной валютой белорусский потребитель не сможет, поэтому в данном случае интернет играет роль носителя рекламы вашего товара, как, например, газета. Это вызывает массу трудностей. А электронная коммерция реализуется только через интернет-витрины.

Мало кто задумывается о том, что электронные магазины – это сетевой многомиллионный бизнес. За последние 5 лет электронная торговля стала очень значимым фактором для ведения бизнеса – инструментом глобального значения. И постоянно наблюдается стремительный рост масштабов электронной коммерции в мире. Принято выделять четыре направления электронной коммерции:

- Бизнес – бизнес (business-to-business);
- бизнес – потребитель (business-to-consumer);
- бизнес – администрация (business-to-administration);
- потребитель – администрация (consumer-to-administration).

Направление бизнес – потребитель представляется наиболее перспективным с коммерческой точки зрения. Его основу составляет электронная розничная торговля. В интернет работает большое число электронных магазинов, предлагающих широкий спектр товаров и услуг.

Виртуальный магазин – это реализованное в сети интернет представительство путем создания Web-сервера для продажи товаров и услуг другим пользователям сети интернет.

Следует отметить, что электронная торговля в РБ представляет собой принципиально новый способ взаимодействия деловых партнеров, поставщиков, клиентов и сотрудников и тем более в международных отношениях. Большинство фирм в РБ используют электронные магазины лишь в качестве распространителя рекламных баннеров. Прямая продажа своей продукции через интернет является самым привлекательным направлением применения интернет-технологий в бизнесе предприятий, фирм, компаний. Это подтверждает перспективность и актуальность развития электронной торговли в РБ.

Электронные магазины существенно уменьшают издержки производителя, сэкономяв на содержании обычного магазина, расширяют рынки сбыта, так же как и расширяют возможность покупателя: можно покупать любой товар в любое время в любой стране, в любом городе, в любое время суток. Это дает электронным магазинам неоспоримые преимущества перед обычными магазинами:

- экономия времени;
- неограниченный ассортимент и информативность;
- экономия денег.

Я предлагаю для более быстрого внедрения интернет-магазинов в нашей стране разработать механизм электронной торговли в РБ, включающий пять элементов: реклама сетевого магазина, представление товаров, проведение покупки, послепродажная поддержка, построение отношений. Это даст полный объем информации о предпочтениях посетителей веб-магазинов, необходимой для формирования более успешной стратегии сетевых продаж в РБ, что позволит ставить не краткосрочные цели и получать не быструю выгоду, а оставаться на рынке очень долго и уверенно.

□□□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□. □□□□□□□□.
□□□□□□□□ □□□□□□□□□□□□ □□□□□□□□□□ □□□□□□□□. □□□□□□□□.