

- возраст клиента;
- уровень его доходов;
- семейное положение и количество детей;
- уровень образования;
- отношение клиента и компании, ее продукции и сервисных услугах.

Чтобы получать вышеперечисленную информацию из существующих информационных систем, следует расширить описание объекта - клиент.

В каждой конкретной информационной системе, исходя из существующей ERD-модели системы, возможны и другие дополнительные изменения.

Стрельченок В., Особская И., БРИ (Рига)

СУЩНОСТЬ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

Ученые до сих пор не пришли к единому мнению по вопросу конкретизации понятия электронной коммерции. Организация по международной торговле (WTO) и ООН расходятся в определениях электронной коммерции. WTO определяет электронную коммерцию как «производство, распространение, маркетинг, продажу или доставку товаров и услуг электронным способом», а ООН - как «выполнение любых двух из четырех этапов коммерческой сделки (поиск информации, заключение контракта, поставка товаров или услуги и платеж) в онлайн».

Очевидно, что ООН исключает из электронной коммерции производство товаров и услуг, а также сужает понятие «электронный способ» до понятия «онлайн». В то же время WTO не требует совмещения даже двух из имеющихся признаков и удовлетворяется одним. В самом деле, само по себе размещение фирмой Интернет-страницы для WTO будет являться электронной коммерцией, а для ООН - нет. Важно в данном случае определение «онлайн». Очевидно, что подразумевается не только сеть Интернет, но и другие сети (межбанковские соединения и т.д.), в то же время эксперты пытались уйти от широкого понятия «электронный способ».

По отношению к термину «коммерция» разнятся мнения ученых и международных организаций, определяющих электронную коммерцию. Они или приравнивают прямую коммерцию торговле или бизнесу, или идут путем прямого перечисления операций.

Анализируя различные подходы к определению коммерческой деятельности, можно утверждать, что электронная коммерция - это инструмент взаимодействия коммерсанта с другими участниками рынка, основанный на информационных технологиях, особенностью которого является невозможность его осуществления без третьих лиц (провайдеров).

Строк В.М., БГЭУ (Минск)

БАРЬЕРЫ И ЛОВУШКИ В ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

Стремительное развитие информационных технологий и усиление их влияния на экономику привели к возникновению значительного числа компаний, деятельность которых тем или иным образом связана с глобальной сетью Интернет. Однако некоторые из них, столкнувшись с непредвиденными трудностями, потерпели крах и отказались от этой идеи.