

Секция 10

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ТОРГОВЛИ

<http://edoc.bseu.by>

Н.В. Балковенко,
студентка ВГЭУ (Минск)

ОРГАНИЗАЦИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕЕ РАЗВИТИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Электронный бизнес — это все виды деловых отношений в Интернете включая куплю-продажу, постановку, соглашение о распределении продукции, лизинг, консалтинг, страхование, банковские услуги и другие формы делового сотрудничества. Электронная торговля является частью этого нового бизнеса.

Современное развитие информационных технологий и Интернета позволяет считать, что в ближайшем будущем произойдет повсеместный переход от обычной коммерции к коммерции электронной. По некоторым оценкам, в 2000 г. общий объем продаж через Интернет может достичь суммы 800 млрд долларов, или около 10 % всего розничного товарооборота в мире.

В Республике Беларусь электронная коммерция пока находится в стадии зарождения: в 2000 г. в республике действовало более 40 Интернет-магазинов. При этом более половины из этих торговых точек магазинами, в полном смысле этого слова, не назовешь. Это всего лишь Интернет-витрины, каталоги товаров, прайс-листы.

Факторами, сдерживающими развитие электронной торговли в Республике Беларусь, являются ограниченность и недостаточное количество пользователей Интернета; невысокая пропускная способность существующих средств связи; созданием Интернет-магазинов не всегда занимаются профессионалы электронной коммерции; высокие цены в существующих магазинах; недостаточное доверие потенциальных покупателей; недоверие крупного и среднего бизнеса к возможностям Интернета; бедность населения в целом.

Однако электронная торговая сеть есть и будет. Во всем мире обсуждают эту тему, проходят конференции, и Беларусь не исключение. В октябре 2000 г. в Минске проходила Международная конференция “Электронная торговля в СНГ и восточноевропейских странах: вместе в XXI”. На укрепление позиций нашей республики в этой сфере рассчитывают и специалисты Белгосуниверситета, “БелХардГруп”, национального центра маркетинга и конъюнктуры цен, Института проблем защиты информации, Национального выставочного центра “Белэкспо”, концерна “Белресурсы” и других.

Силами этих предприятий намечена реализация опытного образца Межгосударственного центра электронной торговли (МЦЭТ). Тем более, что помимо выгодного географического положения Беларуси, имеются другие необходимые условия для внедрения проекта: развиты современные системы связи; имеется мощный телепорт (г. Смолевичи); в структурах МИДа и других министерств созданы актуальные базы данных по рынку товаров и услуг; практически используются технологии межгосударственного и межрегионального обмена, сохранены коллективы специалистов в области современных систем связи и применения компьютеров.

Темпы распространения и развития электронной торговли столь высоки сегодня, что сама смена технологий в этой области потребует совсем немного времени.

<http://edoc.bseu.by>

С.В. Волчек,
студентка БГЭУ (Минск)

РЫНОК ТЕЛЕВИЗОРОВ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Спрос на телевизоры в последние годы стабильный и достаточно высокий. Правда, в последнее время в силу социально-экономических факторов структура покупательского спроса на телевизоры несколько видоизменилась — все большую роль стал играть качественно-ценовой фактор.

Чтобы лучше понять современный рынок телевизоров Республики Беларусь, следует привести некоторые цифры. Так, в 1991 г. в Советском Союзе было выпущено 9,5 млн шт. телевизоров. Этого количества телевизоров было достаточно для удовлетворения основных потребностей населения страны. При этом Белоруссия поставляла в общесоюзный фонд 1,3 млн шт. телевизоров. В том числе только ПО “Горизонт” производило 1,1 млн шт. телевизоров в год.