

ных, использование различных прикладных программ, которые расширяют возможности пользователей, в первую очередь управленцев предприятий, специалистов различной подготовки; преследуют следующие цели: быстрая и точная обработка данных, обеспечение быстрого доступа к необходимой информации, контроль доступа к данным и др.

Можно предположить, что информатизация различных отраслей хозяйственной жизни республики получила бы более широкое распространение в результате реализации единой государственной программы по внедрению информационно-коммуникационных технологий. Государственная программа затрагивает все аспекты современного белорусского общества, содействует развитию культуры и средств массовой информации. С этой целью будут сформированы информационные ресурсы Национальной и других библиотек, электронная энциклопедия белорусской культуры, а также машинный фонд белорусского языка; планируется разработать типовые решения по созданию электронных газет, национального новостного сервера в Интернете, а также сформировать национальную аудио- и видеопродукцию в электронном виде. В рамках программы предусмотрены мероприятия по усовершенствованию системы информационной безопасности Беларуси и созданию новых средств защиты информации, а также по разработке нормативно-методических материалов и типовых комплексных решений, направленных на обеспечение информационной безопасности республики с учетом Концепции национальной безопасности. Условие того, что проблемы информационной безопасности будут решаться в масштабах государства, способствует формированию многофункциональных информационных систем предприятий, что, в свою очередь, приведет к увеличению клиентской базы, развитию партнерских отношений, расширению рынка сбыта и т.д.

Таким образом, значимость программы «Электронная Беларусь» для развития республики в целом трудно переоценить. Необходимо отметить, что реализация данной программы даст полноценные результаты лишь в случае комплексного выполнения основных ее проектов.

ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНЫ И ОЦЕНКА ИХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ

<http://edoc.bseu.by>

О. Дунько

Пинский филиал

Белорусского государственного экономического университета

Электронная коммерция – новое революционное направление ведения бизнеса, которое позволяет компаниям быть более эффективными, гибкими, быстрее реагировать на изменяющиеся запросы своих клиентов, работать в более тесном сотрудничестве с ними. В строгом смысле слова *электронная коммерция* – это форма проведения бизнеса, при которой партнеры взаимодействуют путем электронных средств связи.

Электронная коммерция, или сетевой бизнес, включает корпоративные сайты, каталоги, рейтинги, поисковые системы, контент-проекты, информацион-

ный бизнес в сети, финансовые услуги (Интернет-трейдинг, Интернет-банкинг), рекламный бизнес, услуги связи и средства общения, торговые площадки, дистанционное обучение и online-консультации, игорный бизнес в сети. Однако воплощением электронной коммерции в ее классическом виде (купля-продажа товаров и услуг) является Интернет-магазин, который представляет собой компанию, осуществляющую торговую деятельность в Интернете с помощью веб-сайта. Интернет-магазин состоит из:

- *web-сайта*, который, в свою очередь, включает главную страницу, каталог товаров с развернутой информацией о них, прайс-лист, систему навигации по сайту, систему регистрации и авторизации пользователей, систему поддержки клиентов, систему формирования заказа, раздел партнеров;

- *системы обработки заказа*: автоматизированные торговые системы при поступлении заказа сами, без участия персонала, проверяют данные о наличии товара на складе и сообщают клиенту о возможном изменении сроков доставки в случае его отсутствия;

- *системы оплаты*, которая может осуществляться наличными при курьерской доставке, наложенным платежом, банковским переводом, с помощью кредитных карт, цифровыми деньгами, с открытого лицевого счета, а также с использованием электронных расчетов (в Республике Беларусь наиболее часто используется оплата наличными при курьерской доставке и оплата с помощью кредитных карт);

- *системы доставки товара*, которая может осуществляться собственной или независимой курьерской службой, международными, республиканскими и городскими почтовыми или курьерскими службами, а также профессиональными грузоперевозчиками;

- *маркетинговой службы*, которая занимается анализом конъюнктуры рынка, потребительского спроса;

- *бэк-офиса* – непосредственного реального представительства виртуального Интернет-магазина.

В Интернет-магазинах продаются товары, в отношении которых можно получить достаточную информацию из описания их свойств, например, такие как книги, компакт-диски, компьютерная техника, программное обеспечение, комплектующие, аудио-видео техника, электроника.

Наряду с этим отметим возможности Интернет-магазинов. Для наглядности приведем следующие данные: объем розничной торговли в США в 2002 г. по сравнению с 2001 г. увеличился в 1,5 раза, в то время как объем электронной торговли увеличился в 2,4 раза; те же показатели в России составили, соответственно, 1,1 и 2 раза. В Западной Европе доля торговли через Интернет-магазины в 2002 г. составила от 4 до 5 % от общего объема розничной торговли, в США – 1,5 %.

Интернет-магазины обладают значительными преимуществами:

- экономия издержек в рамках фирмы, в таких отраслях, как производство компьютеров, деталей для электроники, деревообработка, грузоперевозки, достигает от 22 до 40 % от общего количества затрат;

- улучшение управляемости цепочкой поставок благодаря возможности быстро и дешево обмениваться информацией на основе Интернет-систем, сниже-

нию требуемого уровня запасов, временных затрат на оформление заказа и доставку;

- увеличение производительности труда на базе высоких технологий и уменьшение количества требуемого персонала;
- возможность создания пространства для общения и сотрудничества;
- возможность получения продуктов и услуг, максимально соответствующих запросам клиентов;
- значительное возрастание возможности прямого общения со своими клиентами.

Однако Интернет-магазины имеют не только достоинства, но и недостатки. Например, такие, как высокая стоимость первоначальных расходов на закупку программного обеспечения и его внедрение, переквалификацию кадров, относительная длительность сроков окупаемости, возможность использования данного вида коммерции не для всех предприятий, развитие данного типа бизнеса в спонсируемых отраслях.

Тем не менее, несмотря на недостатки, прогнозы в отношении развития Интернет-торговли весьма оптимистичны. Исследователи консалтинговой компании «Jupiter Communications» прогнозируют, что к 2004 г. объем электронной коммерции в мире составит более 2,7 трлн долл., то есть увеличится по сравнению с 2000 г. практически в 12 раз. Выигрыш в производительности труда составит 6 % (в 2002 г. – 2 %). Лидером online-продаж в 2004 г. будут такие отрасли, как компьютерное и телекоммуникационное оборудование (более чем 1 трлн долл.), пищевая промышленность и производство безалкогольных напитков (более чем 868 млрд долл.), производство автотранспортных средств и запчастей (более чем 660 млрд долл.).

Таким образом, несмотря на то что рентабельность Интернет-магазинов составляет от 45 до 60 %, будущее воздействие электронной коммерции на новую экономику останется значительным. Электронная коммерция, вероятно, приведет к более высокому росту производительности, снижению издержек, что позволит экономике расти быстрее без инфляционного давления. И хотя эти преимущества произойдут в бизнесе, наибольшую выгоду в долгосрочной перспективе получают потребители благодаря снижению цен и росту жизненных стандартов.

ЭЛЕКТРОННЫЕ ДЕНЬГИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В. Нестеренко

*Белорусский торгово-экономический университет
потребительской кооперации, Гомель*

На протяжении последних десятилетий ничего не развивалось так стремительно, как компьютерные технологии и электронные коммуникации. Именно с развитием современных платежных систем и связано возникновение электронных, или цифровых денег (electronic money, electronic cash, digital cash). По определению Банка международных расчетов (г. Базель), электронные деньги – это «храняемая стоимость (stored value) или предоплаченные продукты (prepaid