

уровне производить государственные закупки сельскохозяйственной продукции. Создание системы электронных государственных закупок сельскохозяйственной продукции будет способствовать проведению гибкой финансовой политики, что позволит экономить бюджетные средства за счет упрощения и ускорения формирования отчетности и концентрации данных в едином центре, сокращения затрат при осуществлении процесса государственных закупок, отсутствия неконтролируемого изменения условий заключенных договоров.

*Воцши А.Д., Акулич И.Д.  
БРИ (Рига), УО БГЭУ (Минск)*

## **РАЗВИТИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СТРАНАХ БАЛТИИ И В ЕВРОПЕ**

Е-бизнес (электронный бизнес) в Европе в быстрых темпах превращается в обычную форму коммерческой деятельности, предоставляя клиентам большие возможности в сравнении цен на различные товары и вследствие в выборе наиболее выгодного поставщика. Поэтому лояльность клиента является главным первичным условием для того, чтобы компании выжили в новой экономике – потребитель, нажав кнопку мышки, может выбрать услуги вашего конкурента. Чтобы этого не произошло, руководители Европейских компаний все больше уделяют внимание тому, какие информационные технологии и стратегии бизнеса использовать в целях совершенствования своей конкурентоспособности в Европейской е-экономике.

Компания Andersen Consulting, проводя опрос руководителей Европейских предприятий, уже в 2000 году получила следующие результаты: 97% опрошенных в своей деятельности сталкивались с электронной коммерцией, 80% уже собирались использовать возможности е-коммерции в предпринимательской деятельности, а у 70% уже существовала своя е-коммерция. Как основную причину высокой заинтересованности е-коммерцией Andersen Consulting в своем докладе упомянули желание менеджеров предприятий не отставать от конкурентов или же желание укрепить свою стратегическую позицию в определенной отрасли. Предпринимателей е-коммерция заинтересовала также возможностью снижения расходов на деятельность и приобретением новых источников дохода.

Используя новые бизнес-технологии, фирмы объединяются в электронные общины и конкуренция происходит между объединениями бизнес партнеров и предприятий, а не между отдельными фирмами.

Поэтому в Европе все чаще встречается термин collaborative commerce, что в переводе означает «коммерция сотрудничества». Е-коммерцией можно считать электронное сотрудничество работников предприятий, партнеров и клиентов в пределах какой-либо бизнес-общины. К примеру, клиент в электронном виде делает заказ предприятию, программное обеспечение которого мгновенно определяет, какие ресурсы доступны, и сама находит наилучшего поставщика и наиболее выгодное предложение по цене, а также осуществит заказ материалов. Если фирма не может осуществить выпуск заказываемого продукта самостоятельно, то программное обеспечение запросит выпуск отдельных деталей на других предприятиях электронных партнеров. Такая молниеносная реакция на желание клиента значительно повышает конкуренцию и вынуждает предприятия интегрировать свои бизнес-процессы с поставщиками, распространителями и клиентами и порой, в зависимости от бизнес специфики, даже с конкурентами.

Эксперты считают, что в будущем конкуренция будет развиваться между поставщиками и объединениями бизнес-партнеров. Времена, когда предприятия могли получить победу на рынке в одиночестве, уже в прошлом. По этой причине все большую популярность в мире приобретает понятие ERP2 (Enterprise resource Planning 2) – компьютерные системы управления предприятием нового типа, которые в отличие от обычных ERP более открыты для электронного сотрудничества бизнес партнеров.

Е-бизнес оказал значительное влияние на торговый сектор программатуры управления предприятием. Появились новые требования к бизнес-программатуре. Она обеспечивает внутренние функции предприятия, которые не затрагивают клиентов (Back-office) – управление финансами, склад, производство, планирование ресурсов и планирование персоналом, а так же учет документации и т.д. Требование к е-бизнесу все больше наблюдается в так называемой Frontrange программатуре. Frontrange программы – системы управления порядка снабжения (Supply chain management – SCM), что довольно широко используется в е-коммерции, и программы управления клиентами (Customer relationship management – CRM) – используется в работе с клиентами и остальными внешними партнерами.

В связи с быстрым ростом использования Интернета в бизнесе и увеличением конкуренции, предприятия больше внимания уделяют программатуре типа Frontrange (е-коммерция, CRM, SCM), а приоритет приобретения программ Back-office – система управления финансами предприятия, планирования ресурсов предприятия (Enterprise resource planning – ERP) и других подобных программ постепенно уменьшается. Европейские предприятия больше выбирают продукты такие как Web-сервера, системы управления базами данных, платформы е – коммерции, которые позволяют заниматься электронным бизнесом.

Несмотря на то что эра е-коммерции только начинается, предприятия уже сейчас инвестируют свои средства в технологии е-коммерции – SCM, CRM, е-рынки, а так же пытаются электронно и стратегически объединиться со своими поставщиками, распространителями клиентами и остальными бизнес-партнерами. Чтобы с этим справиться, фирмы инвестируют средства в программатуру Business intelligence, которая обеспечивает подробный анализ предпринимательской деятельности и наиболее правильное принятие решения.

Быстро изменяющаяся бизнес-среда вынуждает менеджеров предприятий быстро принимать решения, которые опираются на подробную информацию.

Европейские предприятия все больше закупают программатуру управления бизнесом и услуги (анализ, программирование, консультации, обучение, сервис и т.д.) у специализированных фирм, а не нанимают специалистов и не программируют самостоятельно. Популярность принципа Buy, not build связано с желанием предприятий специализироваться и увеличивать конкурентоспособность в своей сфере, а функции, которые на прямую не связаны с бизнесом фирмы, выполняют профессионалы как внешние услуги (Outsourcing). В результате европейские фирмы тратят меньше денег на средства разработки программ, которые позволяют разрабатывать программы самостоятельно.

Чтобы содействовать электронной коммерции, в европейском союзе принято и улучшено законодательство копирования прав, услуг финансов, е-денег, а также осуществление доверия Интернету как месту произведения покупок. Чтобы развить внутренний рынок е-коммерции, ЕС внедрено новое название домена Интернета – *eu*. Закупки институций ЕС объявляются и организуются в сети.