

базовых показателей как внутри группы, так и сопоставления воздействия групп (потенциалов) по их значимости.

В совокупности определенные количественно и качественно показатели оценки состояния внутренней среды предприятия характеризуют возможности и условия для реализации технологического развития и инновационной деятельности промышленного предприятия.

*А.В. Семенчук, магистр экон. наук
БГЭУ (Минск)*

РАЗРАБОТКА МЕХАНИЗМА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ЭЛЕКТРОННОГО МАГАЗИНА

Вопросы развития информационных технологий и телекоммуникаций в Республике Беларусь включены в систему важнейших хозяйственно-стратегических приоритетов, с которыми связано формирование современной информационной экономики. Республика Беларусь активно развивает электронную коммерцию как одно из важных направлений повышения конкурентоспособности предприятий и выхода на новые рынки товаров и услуг.

В Республике Беларусь наблюдается устойчивая тенденция к росту спроса и предложения на услуги в области электронной торговли, прежде всего в сфере розничных продаж.

Электронные магазины имеют ряд очевидных преимуществ как для продавца, так и для покупателя. Для покупателя: экономия времени при поиске товара, возможность получения товара из любой страны мира, сравнение цен различных продавцов и производителей, более широкий выбор товаров, круглосуточный доступ покупателей к информации, выбор необходимой комплектации. Для продавца: расширение территории торговли за счет пользователей сети Интернет, снижение затрат на аренду и содержание торговых помещений, прием, размещение и исполнение заказов, упрощение обратной связи.

Механизм функционирования электронного магазина включает пять элементов: продвижение электронного магазина; представление товаров; проведение покупки; послепродажная поддержка; построение отношений с покупателями.

Продвижение сайта электронного магазина осуществляется двумя способами: оптимизация и раскрутка сайта в поисковых системах и реклама магазина.

Представление товаров. Продажа товаров через Интернет существенно отличается от торгового процесса в традиционном магазине. Покупатель в сети Интернет обладает существенно большей информацией о товаре, имеет больший набор альтернатив и менее лоялен к продавцу, чем при непосредственном контакте. Покупки в электронных магазинах относятся к категории наиболее продуманных, совершаемых лишь после получения о них достаточно полной информации.

В связи с этим необходимо максимально использовать возможности Интернета для предоставления информации о товаре (подробное описание, фотографии, видеоматериалы). Весьма эффективным является предоставление информации о товаре из внешних источников: гиперссылки на сайты производителей, рецензии, статьи по теме покупателям.

Проведение покупки состоит из ряда этапов: просмотр каталога, выбор товара, оформление заказа, оплата и получение заказа, гарантийный сервис.

Послепродажная поддержка. Потенциальный клиент должен иметь возможность получить ответ на любой вопрос, сопутствующий покупке. Это условия послепродажного сервиса, консультации по особенностям схем оплаты, доставки, возврата товара. Наибольшее опасение у покупателей электронных магазинов вызывают вопросы, связанные с гарантийным обслуживанием. В Республике Беларусь в соответствии с национальным законодательством обеспечены гарантии возврата и послепродажного сервиса.

Построение отношений с покупателями предполагает развитие у клиента приверженности к марке и стремления вернуться за новыми покупками.

Таким образом, представленный механизм функционирования электронного магазина раскрывает содержание работ по организации электронной торговли и направления ее совершенствования.

*С.Н. Ситдикова, ассистент
БГЭУ (Минск)*

ИННОВАЦИОННАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ ОБЪЕКТОВ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ

Необходимость перевода Республики Беларусь на инновационный путь развития является одной из приоритетных задач социально-экономического развития страны. Данный перевод позволит:

- за счет внедрения научных и технических достижений обеспечить, прочно удерживать и повышать конкурентоспособность продукции белорусских предприятий на мировом рынке;
- ускорить темпы экономического развития общества и обеспечить повышение качества и уровня жизни населения;
- укрепить национальную безопасность страны.

Как свидетельствует мировой опыт, основой инновационной экономики является интеллектуальная деятельность человека. Ее роль становится все более значимой, поскольку продукты интеллектуального труда — наиболее ценные активы в современном обществе. Однако недостаточно только создавать их — нужен эффективный ме-

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