

венную и финансовую, тем самым, способствуя совершенствованию системы управления.

И.В. Уриш, Л.С. Климчеля
БГЭУ (Минск)

СОВРЕМЕННЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ТОРГОВЛЕ БЕЛАРУСИ

Развитие всемирной компьютерной сети Интернет позволило внедрить в нашу повседневную жизнь, а также в деловую практику хозяйствующих субъектов новые принципы получения информации и торговли. Сеть Интернет можно назвать одним из феноменов рубежа веков, который изменил представление о рынках, логистике, товаре, обслуживании клиентов. Интернет дает предприятиям всех отраслей экономики новые возможности поиска и распространения информации, новые средства установления и поддержания деловых отношений.

Одним из инструментов ведения бизнеса, как и сам Интернет, стала электронная коммерция. Электронную коммерцию сегодня часто отождествляют с электронной торговлей, хотя это разные понятия. Электронная коммерция — это технология совершенствования коммерческих операций и управления производственными процессами с применением электронных средств обмена данными. Она существует уже более 30 лет. В свою очередь электронная торговля представляет собой специфическую форму торговли, принципиально новый способ покупки, продажи и распределения товаров и услуг, охватываемую в настоящее время международно-признанными многосторонними правилами торговли. Электронная торговля является лишь частью электронной коммерции.

Электронная торговля, как новая технология торговли, не заменяет обычную торговлю, так же как электронные документы никогда не заменят традиционные бумажные, просто они будут гармонично сосуществовать. Став электронной, торговля по сути вернулась к простейшему открытому рынку, к прямой и наглядной форме обмена из рук в руки без многочисленных посредников.

С точки зрения функциональности электронная коммерция представляет собой новую технологию ведения бизнеса, которая приносит и новые экономические преимущества. К таким преимуществам можно отнести:

- быстрый поиск коммерческого партнера без посредника;

- сокращение издержек на 5-10 %, что означает увеличение прибыли на 50-100%;
- удешевление операций передачи информации (транзакции);
- возрастание узнаваемости географически удаленного предприятия;
- высокая адаптивность электронного рынка и сетевых предприятий к непредсказуемым изменениям в окружающем мире;
- рынок становится транспарентным, прозрачным, открытым.

Электронная торговля в отношении с клиентами реализует принцип максимального удовлетворения их потребностей. Она базируется на трех составляющих: постоянно обновляемой базе предложенных товаров и услуг; организации взаиморасчетов за товары и услуги; управлении каналами доставки. Торговые предприятия, взявшие на вооружение новые технологии торговли, получают и более широкие возможности, обеспечиваемые этими технологиями:

- продажа через Интернет товаров различных категорий;
- прием заказа через Интернет с последующей его обработкой по стандартной схеме;
- проведение онлайн-платежей в режиме реального времени;
- оформление заказов по каталогам и прайс-листам;
- связь интернет-приложений с внутренней системой делопроизводства (удобство для систем учета на предприятиях);
- поддержка через Интернет как локального, так и удаленного администрирования сетевого ресурса;
- самоорганизация пользователей.

Республика Беларусь пытается не участвовать в глобальных процессах развития электронной торговли, стремится занять свое место на этом рынке. Постепенно на смену созданию исключительно информационных, представительских страниц приходит понимание, что Интернет – еще одна среда для ведения бизнеса, весьма многоплановая, имеющая свою специфику, но подчиняющаяся общим экономическим законам.

Для успешного развития электронной торговли в республике имеется ряд оснований. Помимо чрезвычайно выгодного географического положения для транзита материальных, энергетических, людских и информационных потоков между Европой и Азией есть и другие необходимые условия. В Беларуси развиты современные системы связи, имеется мощный телепорт (в Смолевичах), в структурах МИДа и других министерств созданы актуальные базы данных по рынку товаров и услуг, практически используются технологии межгосударственного и межрегионального информационного

обмена, сохранены коллективы высококвалифицированных специалистов в области современных систем связи и применения компьютеров.

Важно отметить, что в Беларуси уже сегодня практически используются для нужд предпринимателей и внешней торговли уникальные информационные и телекоммуникационные технологии, разработанные в НИИ "Агат". Они позволяют в 4-5 раз сократить затраты на создание региональных информационных систем, в десятки раз снизить стоимость передачи информации. О перспективности этих разработок свидетельствует информационное взаимодействие предприятий более чем 50 районов республики с более чем 400 информационными центрами, обслуживающими предпринимателей почти во всех субъектах Российской Федерации.

В информационном пространстве Беларуси сегодня существуют свыше сорока интернет-магазинов. При этом, ряд из них уже являются достаточно модифицированными и содержат не только рекламную информацию о товарах и услугах, но и постоянно обновляемые каталоги, прайс-листы, информацию о формах оплаты и доставки товаров. Прежде всего, это интернет-магазин ЗАО "Микромир" концерна "Белресурсы", являющийся одновременно информационно-аналитическим центром по обслуживанию отечественных субъектов хозяйствования; интернет-магазин белорусского издательства "ЛПИ", осуществляющий торговлю книгами и рекламную деятельность; интернет-магазин ООО "Открытый контакт"; интернет-магазин компании Hewlett Packard и др. Существуют интернет-магазины, созданные на домашних страницах пользователей Сети. Пока еще трудно говорить о коммерческих успехах этих предприятий, но тенденция налицо. Отечественные интернет-магазины не стремятся получить прибыль в краткосрочной перспективе, а стараются в большей степени занять свою позицию на интернет-рынке, ориентируясь на будущее.

Развитие электронной торговли по всему миру стимулирует экономический рост государств. Для дальнейшего развития электронной торговли в Беларуси правительство должно поддерживать распространение Интернета среди отечественных предприятий и населения. Важно принять меры к увеличению количества пользователей от 1 до 7-10 % от общего количества населения, что, согласно зарубежному опыту, создаст базу для более быстрого развития электронной торговли в Беларуси.