

гими словами, электронным бизнесом называется деловая активность, использующая возможности глобальных информационных сетей для осуществления внутренних и внешних связей компании.

Электронная коммерция (e-commerce) является важной составной частью электронного бизнеса. Она охватывает различные формы бизнес-деятельности: маркетинг, сделки между предприятиями, розничную и оптовую торговлю, аренду приложений, предоставление услуг и пр. Эти деловые операции объединяет то, что все они осуществляются в электронном виде с помощью компьютерных сетей (корпоративных или частных).

Internet-коммерция – часть электронной коммерции. Ее особенность состоит в том, что все сделки и транзакции осуществляются электронным способом через глобальную сеть Internet.

Быстрое развитие Internet-бизнеса, и в частности Internet-коммерции, связано с теми преимуществами, которыми обладает киберпространство по сравнению с традиционными видами деловой активности.

Одно из главных преимуществ Internet-бизнеса для клиента – значительная экономия времени, так как заказ или запрос через глобальную сеть делается за очень короткое время, и у покупателя даже нет необходимости выходить при этом из дома. Кроме того, сетевые компании обладают рядом других преимуществ, среди которых:

- доступность в любое время суток;
- широкие возможности выбора, поскольку все магазины, компании, банки находятся рядом на "расстоянии" одного щелчка мышью;
- возможность получения полной информации 24 часа в сутки и 7 дней в неделю. Наличие справочной информации о товарах и ценах, возможности их сравнения;
- индивидуальное обслуживание каждого клиента с учетом его предпочтений.

Достоинства такого бизнеса очень привлекательны для предприятий, компаний и банков. Компании, занимающиеся коммерческой деятельностью, не могут не оценить отсутствие налога с продаж в режиме онлайн, обуславливающее приток покупателей. Для бизнеса существенны также следующие возможности:

- ведение бизнеса в киберпространстве позволяет значительно снизить расходы на организацию и поддержание инфраструктуры, так как в том случае нет необходимости в организации торговых залов или офисов;
- расходы на рекламу и сервис существенно снижаются, а следом за ними и цена на товары;
- расширяются рынок сбыта товаров и услуг, а также перспективы организации деятельности в международном масштабе;
- создаются новые возможности для маркетинга;
- появляются новые направления бизнеса.

Перспективы развития электронного бизнеса в мире впечатляют. Соглас-

и статистическим данным, в 2002 году число пользователей сети достигло млрд человек, а оборот компаний, использующих в своей деятельности глобальную сеть, составил около 1 трлн долларов. По прогнозам объем мирового оборота электронной коммерции к 2004 будет составлять от 1,8 до 3,2 трлн долларов.

В недалеком будущем электронные операции станут основной частью любого бизнеса. Компании, активно использующие преимущества глобальной сети, получают преимущества перед конкурентами, прежде всего, благодаря оперативному решению своих задач. Новый рынок, прежде всего, основан на применении современных информационных технологий и ориентирован на оперативное взаимодействие с потребителем (в режиме онлайн).

Сегодня основными моделями ведения электронного бизнеса в глобальной сети являются схемы B2C и B2B.

Схема "Бизнес-Потребитель", B2C, представляет собой розничную продажу товаров и услуг частным лицам через глобальную сеть. К этой системе относятся торговые Internet-системы, Internet-магазины, WEB-витрины.

Схема "Бизнес-Бизнес", B2B, включает в себя все уровни электронного взаимодействия на уровне компаний и банков с использованием специальных технологий и стандартов электронного обмена данными. Через виртуальные площадки B2B предприятия, компании, банки получают возможность обмениваться информацией, находить новых партнеров и поставщиков и проводить торговые операции. Примером B2B-системы может служить Metapark.

Так же получила определенное развитие схема деловых отношений "равный-равный", P2P (Peer-to-Peer). Она предполагает бизнес-отношения в глобальной сети между равными партнерами. Основу схемы P2P составляют Internet-аукционы. Начиная развиваться и другие модели ведения бизнеса в сети.

Несмотря на то, что электронная коммерция возникла сравнительно недавно, она составляет уже довольно значительную часть валового внутреннего продукта (ВВП) развитых стран.

С коммерческой точки зрения схема "бизнес-потребитель", B2C, представляется наиболее перспективным направлением электронной коммерции, так как в его основе – электронная розничная торговля. Розничные продажи через Internet – быстро развивающийся сектор экономики; они составляют значительную долю рынка электронной коммерции.

Хотя во всех схемах осуществляется операция через глобальную сеть, но каждый вариант системы предполагает разную степень автоматизации ведения дел. В зависимости от сложности системы обслуживание потребителей будет находиться на разном уровне, различны и затраты на ведение дел.

Самое быстрое развитие электронной коммерции вообще и розничных продаж через Internet наблюдается в США (рисунок 1). В Белоруссии происходят аналогичные процессы, хотя и в меньших объемах, поэтому по обще-

мировым данным можно сделать некоторые прогнозы о развитии электронной коммерции и у нас.

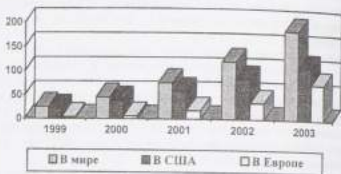


Рисунок 1 – Рост электронной коммерции в секторе B2C

Быстрому росту сектора B2C в США способствует ряд факторов:

- развитие телекоммуникационной инфраструктуры;
- распространенность кредитных карт как основного платежного средства;
- исторически сложившиеся структуры заказов и продаж по каталогам;
- наличие проверенных средств экспресс-доставки товаров;
- высокий уровень общей онлайн-культуры (уже в 1995 году у онлайн-сервисов было около 15 млн подписчиков).

По сравнению с США и Белоруссии масштабы B2C пока невелики, что объясняется, прежде всего, слабым развитием телекоммуникационной инфраструктуры и недостаточным количеством активных Internet-пользователей. Негативно сказывается и малая распространенность средств безналичных расчетов для физических лиц, очевидно вследствие невысокого уровня дохода основной части населения.

Однако наблюдается тенденция роста количества белорусских Internet-пользователей, имеющих опыт онлайн-покупок. Эта положительная тенденция обусловлена общеэкономическими факторами: укреплением белорусской экономики, ростом доходов населения и формированием среднего класса, а также развитием телекоммуникационной отрасли и активным внедрением систем безналичных расчетов для физических лиц (кредитных/дебитных и смарт-карт) и электронных денег.

При реализации систем электронной розничной торговли необходимо надежно обеспечивать безопасность электронных сделок. Открытый характер сети Internet приводит к тому, что передаваемая по ней информация становится доступной всем желающим. Необходимы развитые методы проверки подлинности участников деловых операций, надежные способы защиты конфиденциальности и целостности данных при проведении платежей в Internet-юридические обоснования законности электронных сделок.

Модель "бизнес-бизнес", B2B, представляет электронное взаимодействие компаний друг с другом с использованием соответствующих информационных технологий и стандартов электронного обмена данными. Через специальные виртуальные площадки B2B (электронные биржи) предприятия, компании, банки получают возможность обмениваться информацией, находить новых партнеров и поставщиков и проводить операции.

Торговая B2B-площадка предоставляет комплекс разносторонних услуг:

- услуги по управлению контингентом;
- транзакционные услуги;
- дополнительные услуги по поддержке бизнес-процессов.

B2B-площадка должна обеспечить соответствующий уровень безопасности проведения электронных платежей и передачи ценной информации. При создании extranet-системы для обмена данными с бизнес-партнерами, необходимо также позаботиться об эффективной защите данных, передаваемых по открытым коммуникациям глобальных сетей.

В целом по сравнению с B2C трафик на B2B-площадках относительно невелик, однако коэффициент пользователей, делющих покупки на B2B, выше. Если на B2C-сайтах приобретают товары в среднем 12 % посетителей, то у B2B этот показатель выше.

К системам сектора B2B относятся Internet-биржи. Онлайн-биржи позволяют сэкономить до 20 % накладных расходов. Internet-биржи поддерживают закупки и продажи по каталогам, планирование цепочек поставок, совместное конструирование и разработку продуктов, торговлю через аукционы и т.д. В конечном счете, Internet-биржи способствуют оптимизации взаимодействия партнеров по бизнесу и повышают эффективность бизнеса в целом.

Другая технология - Internet-биржа, популярность которой в последнее время быстро растет. Способ интерактивного ведения торгов ценными бумагами дает инвесторам возможность получать рыночную информацию в режиме реального времени. Из-за большого спроса на такие услуги возник настоящий бум электронных брокерских систем, которые подключены к различным электронным торговым системам.

Так руководство семи крупнейших международных банков: Bank of America, Credit Suisse First Boston, HSBC Holdings PLC, Goldman Sachs, J. P. Morgan, Morgan Stanley Dean Witter и UBS Warburg - решило создать валютно-электронную биржу Fxall.com. Участники торгов могут покупать и продавать на этой бирже большинство мировых валют в любое время, то есть круглосуточно семь дней в неделю. Оценка объема операций на ней - 15 триллионов долларов в день.

Схема бизнес-отношений равный-равный, P2P, предполагает бизнес-отношения в Internet между партнерами, находящимися в равном положении. Коммерческий потенциал P2P не столь высок, как у B2B или B2C, однако довольно перспективен.

К схеме P2P относятся Internet-аукционы. Согласно статистике объем ми-

рового рынка онлайн-аукционов составляет примерно 6,5 млрд долларов. В Internet насчитывается около 1000 Web-сайтов, занимающихся аукционной деятельностью, среди которых несомненными лидерами являются eBay, за которым проходит 76 % всех торгов, Yahoo – 12 %, Amazon – 8 % и, конечно, Sotheby's.

Аукционный бизнес в Internet – относительно молодая, но достаточно перспективная сфера электронной коммерции. Если в 1998 году в американской сети сетевых аукционов покупки совершили 1,2 млн человек, то, согласно прогнозам, в 2004 году их число должно увеличиться в несколько раз.

На Internet-аукционах осуществляется покупка/продажа различных товаров (драгоценностей, антиквариата, картин, коллекций, музыкальных товаров, компьютеров, автомобилей, бытовой электроники и др.), а также услуг. Для участия в Internet-аукционе необходимо стать клиентом одного из аукционных www-серверов и заявить о своем желании приобрести товар (или выставить для продажи свой товар) через Internet.

На каждом Internet-аукционе ведется справочно-информационная страница, позволяющая потенциальным клиентам через Internet ознакомиться с основными правилами работы аукциона и выяснить основные требования, предъявляемые к компьютерам участников электронных торгов, а также просмотреть ответы на чаще всего задаваемые вопросы.

Из рассмотренных вариантов электронного бизнеса для Белорусской железной дороги представляют большой интерес создание в мировой электронной сети ресурса по схеме B2B (бизнес – бизнес) с предоставлением возможных услуг, как предприятиям Белорусской железной дороги, так и ее клиентам, которыми могут выступать как юридические лица, имеющие доступ в Internet, так и физическим по схеме B2C (бизнес – потребитель). Выход на международную арену в глобальной сети и дополнительные услуги в сети на внутреннем рынке – это важный шаг для закрепления Белорусской железной дороги на рынке транспортных услуг в условиях нарастающей конкуренции.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Соколов А. В., Шатский В. Ф. Защита информации в распределенных корпоративных сетях и системах. – М.: ДМК Пресс, 2002. – 656 с.
- 2 Годовский И. Безопасность платежей в Интернете. – СПб.: Питер, 2001. – 240 с.
- 3 Бабенко Л. К. и др. Новые технологии электронного бизнеса и безопасности. Л. К. Бабенко, В. А. Бякоз, О. Б. Масаревич, О. Б. Стириданов. – М.: Радио и связь, 2001. – 376 с.

Получено 12.03.2003

5 ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И ФИНАНСОВЫЕ ВОПРОСЫ ЭЛЕМЕНТОВ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ РЫНКА ТРАНСПОРТНЫХ УСЛУГ

ISBN 985-455-455-1. Рынок транспортных услуг
(проблемы повышения эффективности). Вып. 2. Гомель, 2004

УДК 338.436.33

И. И. Дзюльский
ИО "Белгоспробитам"

ПАТЫ РАЗВИТИЯ И ФОРМЫ АГРОПРОМЫШЛЕННОЙ ИНТЕГРАЦИИ

Привлекательность и эффективность агропромышленной интеграции и ее форм обусловлены необходимостью и эффективностью интеграционных процессов в условиях перехода к рыночной экономике и становления рыночных экономических связей.

Преодоление кризисных явлений, вызванных развалом бывшего союзного государства, а также не до конца предпринятые преобразованиями в АПК республики связаны в первую очередь с возможностями восстановления накопленных ранее положительных направлений развития этой отрасли. Одним из основных направлений здесь является агропромышленная интеграция, так как развитие и совершенствование производственно-экономических связей в цепи производства – переработки – транспортировки – реализации является важнейшей целью экономики.

Мировой опыт показал, что эффективное развитие сельского хозяйства может быть только в органическом единстве с другими отраслями экономики, при динамическом развитии процессов кооперации и интеграции.

Разной кооперативно-интеграционными процессом является Западная Европа, где в начале XX века они получили широкое распространение благодаря основополагающему теории кооперации Уильяму Кэпту.

Развитие кооперации на селе, в банковской системе, строительство перерабатывающих предприятий, путей и средств транспортировки продуктов питания в России было начато еще в ходе аграрной реформы П. А. Столыпина в 1907 году, которая была рассчитана на 20 лет. Уже в то время вопросы