

СПИСОК ЦИТИРОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Интернет-ресурс – Expert.ru.
2. Интернет-ресурс – Tut.by.
3. Доклад Лондонской школы экономических и политических наук «Единое экономическое пространство: возможности, проблемы, перспективы», 2005.
4. Интернет-ресурс – Wikipedia.org.
5. Котлер, Ф. Основы маркетинга. Краткий курс; пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2007.
6. [Электронный ресурс] – Режим доступа: exsolver.narod.ru
7. Виханский, О.С. Менеджмент: учебник / О.С. Виханский, А.И. Наумов. – М.: Высшая школа, 1993.

УДК 339.37:004

Богданович Е.Ю., Вей Е.Ю.

Научный руководитель: Гаврилюк А.В.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ IT-ТЕХНОЛОГИЙ В СФЕРЕ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

Многочисленные розничные торговые предприятия предлагают большой ассортимент различных товаров, в котором нелегко покупателю сориентироваться. И у него возникает необходимость во времени, которое он должен потратить на поиск товара, способного удовлетворить наиболее полно его потребность с приемлемой для покупателя ценой. В настоящее время каждый понимает ценность времени. Современный ритм жизни не позволяет растратывать его попусту.

Предвидя это, компания Retail Forward стала реализовывать следующие мероприятия:

1. Расширять спектр услуг торговых предприятий, исходя из разнообразных требований покупателей.
2. Развивать электронную торговлю.
3. Реализовывать «умный шопинг».
4. Производить строительство «умных» магазинов.

Ее примеру последовали такие известные компании, как Intel, Metro Group, Tesco, Adidas, IKEA, Procter&Gamble и др.

Рассмотрим следующие разновидности IT-технологий, применяемых в данных магазинах.

1. **Персональная карточка покупателя**, которая при активации идентифицирует клиента и в последующем производит сбор данных о его покупках, среднем размере чека, частоте посещения магазина. Эти данные анализируются, и затем формируется персональный шопинг-лист покупателя с целевыми спецпредложениями, оптимизированного по цене и качеству товаров. Карточка также может напомнить о покупках на основании индивидуальной истории клиента.

2. **Персональная карточка покупателя** активируется с помощью **"электронного ассистента"**. Это устройство помогает сориентироваться в торговом зале, указывает местонахождение товаров.

3. **Терминалы со сканерами**, которые считывают штрих-код с товара и выдают полную информацию о нем. С помощью терминала, задав необходимые параметры поиска, можно найти необходимый товар, выбрать его, после чего расположенный на потолке проектор направит световой луч прямо на ту полку, где он расположен.

4. **Персональный помощник покупателя** – это переносной терминал со сканером.

5. **Смартфон**, который позволяет сфотографировать штрих-коды приобретаемых продуктов, и тем самым автоматически сформировать будущий заказ.

6. **Электронные ценники**, на которых отображается не только текущая стоимость товара, но и его цена у конкурентов.

7. **Технология радиочастотной идентификации** позволяет полностью автоматизировать учет движения товаров от поставщика к ритейлеру, а также их перемещение внутри магазина.

8. На технологии радиочастотной идентификации основана **система "убийца очередей"**, позволяющая сканировать товары в процессе ожидания очереди в кассу, а затем предъявлять для оплаты один "мягкий чек" со штрих-кодом на всю покупку. Также существует более упрощенный вариант данной системы: специальные датчики, считывающие радиочастотные метки, устанавливаются непосредственно перед кассой, которые передают информацию на кассу о товарах, находящихся в корзине покупателя, и затем на кассе уже формируется стоимость всей покупательской корзины.

9. **Касса самообслуживания**, так называемая Self-checkout. С ее помощью покупатель сам взвешивает, упаковывает и оплачивает свои покупки – наличными платежом или картой. Несколько касс самообслуживания объединяются в своего рода «гнездо», которое контролирует всего один сотрудник. Это позволяет сэкономить на 3-4 кассирах и всех ассоциированных с ним расходах, отмечают в Wincor Nixdorf, а также в целом в 1200 европейских магазинах покупки через Self-Checkout осуществляет около 40% от общего числа покупателей. Предполагается, что кассы самообслуживания окупят себя за 1,5-2 года.

10. Рядом с кассой предусмотрено размещение **функционала банкомата**, позволяющего, например, отсеивать поддельные банкноты. С его помощью повышается эффективность операционных процессов на фоне снижения расходов, как минимум, на 20%.

11. **Киоски с системой самообслуживания и быстрой оплаты**, в которых имеется встроенная в демонстрационные стенды система поиска товара, а также целевая реклама, направленная на конкретного посетителя.

12. **Приложение Intel AIM Suite Video Analytics**, которое осуществляет на основании данных камер видеонаблюдения сбор информации о посетителях магазина (пол, возраст, время пребывания перед витриной и т.д.) и затем формирует рекомендации по оптимизации его деятельности.

13. **Система Connected Store**, которая объединяет несколько магазинов в единую сеть. Это позволяет из одной точки отслеживать неполадки оборудования на всей территории торгового предприятия, оперативно размещать любую информацию, экономить электроэнергию путем дистанционного отключения ненужных систем в нерабочее время.

Авторами было проведено маркетинговое исследование, целью которого являлось определение наличия и применения IT-технологий в крупных торговых точках г. Бреста – супермаркеты: «Корона», «Алми», «Евроопт», «Брест», «Астор-Вест», «Микс». Сбор первичной информации происходил с помощью наблюдения.

После анализа собранной информации были выявлены следующие часто встречаемые системы:

1. **Противокражные системы**, которые включают прикрепляемые к товару жесткие датчики или мягкие этикетки, противокражные ворота, размещаемые на выходе из магазина, и другое дополнительное оборудование. Для осуществления данной противокражной системы применяются электромагнитная и радиочастотная технологии. По данным белорусской компании ЗАО "БелКомДата ИТ", время окупаемости систем защиты от краж составляет 10-18 месяцев.

2. **Системы подсчета посетителей**. Подсчет посетителей на торговых площадках необходим для вычисления доли покупателей среди общего числа посетителей магазина.

3. Система видеонаблюдения и кассового контроля.

4. Система защиты товаров на стеллажах. При использовании такой системы защиты у покупателей появляется возможность не только видеть товар, но и брать его в руки.

5. Устройства, позволяющие сканировать штрих-коды товаров. У покупателя существует возможность воспользоваться им, чтобы узнать цену товара, а также данное устройство находится непосредственно в распоряжении кассира для оптимизации его деятельности.

6. Устройства, позволяющие взвесить товар и затем выдающие радиочастотную этикетку, содержащую информацию о стоимости приобретаемого товара.

Проводя исследования, авторы выяснили, что повсеместно вводить более новые технологии предприятия сферы розничной торговли г. Бреста не собираются, объясняя это высокой стоимостью данных технологий и большим сроком окупаемости, а также большим риском в отношении способности освоить данные технологии посетителями магазина.

Поэтому был проведен опрос в отношении технической оснащенности населения. Выборка составила 50 человек. Респондентами выступали совершеннолетние лица, т.е. от 18 лет и старше. Опросный лист включал в себя следующие вопросы:

1. Какая техника стоит у Вас дома?

2. Пользуетесь ли Вы интернетом?

3. Умеете ли Вы пользоваться банкоматом и инфокиоском?

4. Ваш ребенок умеет пользоваться компьютером?

5. Как давно Вы пользуетесь мобильным телефоном?

6. Как быстро Вы осваиваете новые технические приборы? Для освоения технических приборов Вам достаточно подробной инструкции или же необходимо консультирование специалиста?

Результаты опроса, согласно представленным вопросам, показали, что:

1. Минимальный набор технических приборов включает: холодильник, микроволновку, стиральную машину, телевизор, компьютер или ноутбук. Примечательно то, что чем моложе респондент, тем более сложной техникой он пользуется. По данным Национального статистического комитета, на 100 домохозяйств в Беларуси приходится более 40 компьютеров.

2. 70% опрошиваемых умеют пользоваться Интернетом. По данным Internet World Stats, по уровню проникновения интернета Беларусь в общем рейтинге интернет-держав находится на 64-м месте: проникновение интернета в Республике Беларусь составляет 46,2% от общего числа населения, для сравнения в Германии – 79,1%.

3. 75% респондентов ответили, что умеют пользоваться банкоматом и инфокиоском, так как они упрощают в некотором роде их жизнь. Но большинство респондентов предпочли бы технике общение с человеком.

4. 100% опрошиваемых ответили, что их ребенок умеет пользоваться компьютером. По словам первого заместителя министра образования Александра Жука, на 1 компьютер в среднем приходится 22 школьника. Сейчас более 87% школ имеют возможность выйти в интернет.

5. Большинство респондентов пользуются мобильным телефоном уже больше 6 лет.

6. Респонденты отвечали, что скорость освоения новых технических приборов зависит от сложности техники (т.е. от количества выполняемых функций). Если технический прибор выполняет только пару функций, то можно обойтись подробной инструкцией, если же техника способна выполнять больше функций, большинство респондентов выбрали бы консультирование специалиста.

Таким образом, данный опрос показал, что население Республики Беларусь активно использует технические приборы. Технические приборы существенно облегчают жизнь человеку, поэтому сейчас трудно представить свою жизнь хотя бы без некоторых из используемых технических средств. Новейшие ИТ-технологии, проверенные уже в нескольких странах, направлены на то, чтобы сэкономить время покупателя и помочь ему лучше ориентироваться в ассортименте магазина, а также в самом магазине. Поэтому данные технологии легко войдут в обиход современного белоруса.

Справедливости ради, необходимо отметить как преимущества, так и недостатки применения ИТ-технологий в сфере розничной торговли.

Основными преимуществами использования ИТ-технологий являются:

1. Торговое предприятие получает конкурентное преимущество и более высокий имиджевый статус.

2. Отказ от низкоквалифицированного труда множества кассиров, охранников, контролеров.

3. Решение проблем очередей на кассах, более быстрое обслуживание покупателей.

4. Получение большего количества информации о предпочтениях и поведенческих реакциях покупателей.

5. Улучшение логистики товаров в торговых залах.

6. Исключение человеческого фактора.

7. Снижение ущерба от злоупотреблений персонала.

Основными недостатками являются:

1. Необходимость на каждом товаре размещать электронную метку.

2. Обеспечение невозможности удаления или замены метки злоумышленниками.

3. Необходимость переоборудовать торговые залы и обучение персонала, – как следствие, финансовые затраты и увеличение затрат на персонал, обслуживающий новую торговую систему.

4. Высокая стоимость данных технологий и большой срок окупаемости.

Таким образом, потребность в «умном шопинге» уже существует. Только не все торговые предприятия готовы рискнуть внедрить ИТ-технологии, потратив на это большие средства. Однако в развитых странах возрастает спрос на данные технологии. Вследствие чего создается все больше компаний, ориентированных на разработку и предоставление розничным торговым предприятиям новых технологий. Например, немецкая компания Wincor Nixdorf, шведско-немецкая компания Itab, а также NCR, Fujitsu, IBM. Таким образом, грядут большие перемены в области розничной торговли, и нам к этому также нужно быть готовыми.

СПИСОК ЦИТИРОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Рудычева, Н. ИТ в ритейле 2011 [Электронный ресурс]. – М., 2011. – Режим доступа: <http://www.cnews.ru/reviews/free/retail2011/>

2. Материал из Википедии – свободной энциклопедии: Умный магазин [Электрон. ресурс]. / Wikimedia Foundation, Inc. – 2011. – Режим доступа: http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A3%D0%BC%D0%BD%D1%8B%D0%B9_%D0%BC%D0%B0%D0%B3%D0%B0%D0%B7%D0%B8%D0%BD

3. Сайт компании ЗАО "БелКомДата Информационные Технологии" [Электрон. ресурс]. / Copyright © 2012 ЗАО "БелКомДата ИТ" – Мн., 2012. – Режим доступа: <http://www.bcd.by>

4. Павел МИХАЙЛОВ, к.э.н., старший менеджер департамента маркетинга ОАО "Седьмой континент". Информационные технологии в розничной торговле [Электрон. ресурс] – Мн., 2009. – Режим доступа: <http://retail.bl.by/articles/271655.php>

5. Сайт компании «РитейлМаркетинг» [Электрон. ресурс]. – Мн., 2011-2012. – Режим доступа: <http://www.retailmarketing.by>

6. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электрон. ресурс]. – Мн.: 2011-2012. – Режим доступа: <http://belstat.gov.by>

7. Сайт компании METRO AG [Электрон. ресурс]. – Düsseldorf, 2010-2012. – Режим доступа: <http://www.metrogroup.de>

УДК 368.013.021/.22(476)

Головань А.В.

Научный руководитель: Малышева Т.М.

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СТРАХОВАНИЯ ЭКСПОРТНО-ИМПОРТНЫХ ОПЕРАЦИЙ В БЕЛАРУСИ

Анализ системы национальных счетов государства позволяет обобщить финансовые потоки и охарактеризовать внутренние макроэкономические процессы и тенденции. Первая попытка систематизации и обобщения макроэкономических показателей была предпринята Р.Стоуном и Дж. Мидом в 1945 году в правительственной Белой книге «Анализ источников военных финансов и оценка национального дохода и расходов в 1938 и 1940 гг.». В 1953 году исследовательским центром под руководством Ричарда Стоуна был создан первый стандарт «Системы Национальных Счетов». Последние существенные изменения и корректировки были внесены в СНС в 2008 году

Проведем сравнительный анализ структуры ВВП двух государств с высокими показателями экономического развития (Великобритания, Франция) и двух государств с переходной экономикой (Беларусь, Россия), акцентируя внимание на сфере страхования в контексте СНС. Представим результаты графически в виде круговых диаграмм (рис. 1а, 1б).

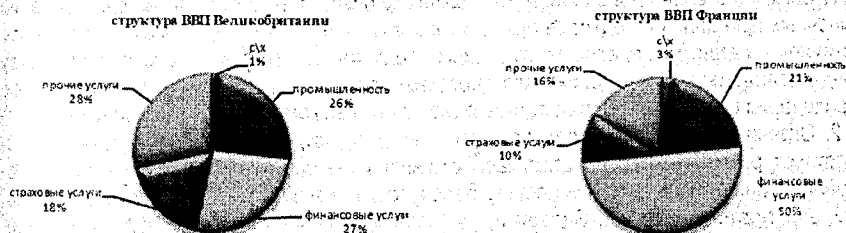


Рисунок 1а, 1б – Структура ВВП Великобритании и Франции за 2010 год

Отметим, что высокоразвитые страны (Великобритания и Франция) в значительной степени отличаются от государств, входящих в состав СНГ (стран с переходной экономикой), тем, что доля страховых услуг в ВВП составляет 18,3% и 10,3% соответственно. В Беларуси и России данный показатель не превышает 2% (рисунки 2а, 2б).

Таким образом, данная потенциально обширная статья доходов на сегодняшний день не составляет серьезную часть в структуре ВВП Республики Беларусь. Тем не менее, рынок страховых услуг, и, в первую очередь, страхования экспортно-импортных операций, играет определяющую, ключевую роль в развитии экономики страны. Особое значение данная сфера приобретает для государств с переходной экономикой по следующим причинам:

1) страхование представляет собой наиболее оптимальный способ сокращения убытков посредством управления рисками. С помощью страхования потенциально большие