

4) использование специализированных сортов картофеля белорусской селекции, имеющих оптимальные биохимические показатели и выход крахмала не менее 6 т/га;

5) освоение ресурсосберегающих безотходных технологий, техническое перевооружение предприятий и производителей сырья, полная загрузка производственных мощностей. Обеспечение конкурентоспособности за счет снижения издержек, освоения производства новых видов продукции;

6) распределение прибыли, образующейся при реализации конечного продукта, пропорционально энергоёмкости этапов производства и переработке сырья.

УДК 33+316.334.2

Красько О.М.

Научный руководитель: ст. преподаватель Кудрицкая Е.Г.

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ E-COMMERCE В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

Сегодня наиболее развитые страны находятся на этапе перехода к информационному обществу, в становлении которого важную роль играет информатизация. Информатизацию обеспечивает распространение информационно-коммуникационных технологий (ИКТ), которые, по оценке международных экономических организаций, являются важнейшим фактором экономического роста. ИКТ стали важнейшей частью инфраструктуры общества. От них зависит не только технологический, но и социальный прогресс, экономическая конкурентоспособность страны, ее место в мировой экономике, роль в международном разделении труда, рост числа новых рабочих мест, способность развивать демократические институты. Использование ИКТ в наиболее развитых странах характеризуется всепроникающим характером и скоростью внедрения во все секторы экономики.

Переход к информационному обществу, обусловленный стремительным и непрерывным развитием новых технологий, изменениями в управлении и применением знаний, явился важнейшей предпосылкой глобализации мировой хозяйственной системы. Интенсивная информатизация изменяет структуру всей экономики, глобализация которой становится важнейшей тенденцией ее развития. Глобализация экономической деятельности идет в таких областях, как международная торговля, международное движение факторов производства, международные финансовые операции.

Экономика меняется, становится более инновационной, а в основе этих изменений лежит использование персональных компьютеров, скоростных телекоммуникаций и сети Интернет.

Глобальные компьютерные сети и прежде всего сеть Интернет порождают такое явление, как электронная коммерция.

Электронная коммерция (e-commerce) – вид хозяйственной деятельности по продвижению товаров и услуг от производителя к потребителю через электронные компьютерные сети.

Наряду с электронной коммерцией можно выделить понятие электронной торговли. Электронная торговля – вид хозяйственной деятельности по продвижению товаров и услуг от производителя к потребителю через электронные компьютерные сети. Понятие электронной торговли уже понятия электронной коммерции.

Термин «электронная торговля» появился в середине 90-х гг. в связи с открывшейся возможностью осуществления сделок международной купли-продажи товаров через

сеть Интернет. К ней, прежде всего, относятся электронная торговля с электронными системами оплаты, новые формы рекламы, маркетинга, финансовые услуги и т.п.

Если рассматривать электронную коммерцию в системе, то можно выделить следующие ее основные характеристики:

- Глобальность,
- Ценность,
- Качество (доступность, экономичность (благодаря скорости обеспечивается экономия времени и средств)),
- Новизна (самое современное коммуникативное средство),
- Расстояние перестает играть роль,
- Соподчинение (свойство коммуникативности),
- Индивидуальность,
- Выживаемость (это будущее экономических отношений).

Человек должен жить в русле времени. Без этого человек не будет специалистом. Ему не выжить в современной среде цивилизации.

Значение и преимущества развития электронной коммерции

Электронная коммерция несет в себе огромный потенциал для снижения цены товара. Она позволяет изменить отношения с поставщиками, объединив планы производства и поставок.

Электронная коммерция облегчает доступ потребителей на рынок. Интернет представляет платформу, в которой участник цепочки может сотрудничать с другим участником напрямую и необходимость в посреднике отпадает. Максимально расширяются каналы сбыта.

В электронной коммерции создаются условия для реализации модели совершенной конкуренции, так как формируется достаточность информации, неограниченное количество покупателей и продавцов, сводятся к нулю операционные затраты и практически ликвидируются все барьеры для новых участников рынка.

Электронная коммерция:

- несет реальный потенциал для привлечения иностранных инвесторов и повышения интереса к стране за рубежом;

- позволяет создавать новые рынки труда и капитала (например, служба доставки товаров);

- несет в себе огромные возможности выхода с информацией об услугах прямо на мировой рынок при минимальных капиталовложениях;

- увеличивает вероятность более высокого уровня обслуживания заказчиков;

- дает возможность в любой момент пересмотреть характер своей деятельности.

Развитие электронной коммерции может повысить конкурентоспособность экономики страны на мировом рынке, а также будет способствовать выводу страны на новый уровень развития. Благодаря электронной коммерции, развивающиеся страны могут догнать развитые страны.

В XXI веке для успешного ведения бизнеса любого размера и любой направленности, для обеспечения высокой конкурентоспособности и эффективности рекламной деятельности, просто необходимо использовать информационные технологии. Интернет может быть мощным инструментом маркетинга, если целевой сегмент бизнеса связан с узкой и достаточно специализированной аудиторией постоянных пользователей Интернет. Например, можно рекламировать через Интернет круглосуточную доставку еды в офис, если рассчитываете на эту целевую аудиторию.

Интернет может способствовать развитию малого бизнеса. На электронном рынке мелкие предприятия могут на равных конкурировать с крупными предприятиями.

Интернет является бесценным источником информации для некоторых видов бизнеса, WWW-сайт компании выполняет представительские функции, а иногда является необходимым рабочим инструментом в бизнесе компании. Конечно, наибольшую ценность Интернет представляет для компаний, чей бизнес связан с компьютерами и программным обеспечением, с любыми информационными технологиями, новостями, рекламой, или ориентирован на международную деятельность.

По мнению Павла Черкашина, Генерального директора по потребительской стратегии и онлайн-сервисам в компании Microsoft, развитие Интернет-технологий – это звездный час для малого бизнеса. В виртуальном мире о компании судят исключительно по качеству ее сайта, а также по информационному "шуму", который его сопровождает. Если пользователи Интернет – ваши потенциальные клиенты, отпадает необходимость затрат на дорогостоящий офис, печатную рекламу и т.д. Стоимость маркетинга через Интернет значительно ниже. Именно с этим связан тот факт, что в условиях экономического кризиса некоторые компании, сократив свои бюджеты на рекламу в традиционных СМИ, вкладывают деньги в Интернет – рекламу.

Развитие электронной коммерции сегодня является необходимым для перехода к качественно иному, более высокому уровню производства и потребления.

Люди в XXI веке будут тратить большую часть своего времени в Интернете. Билл Гейтс сказал, что в XXI веке бизнес должен пользоваться электронной торговлей, чтобы выжить, поскольку Интернет становится такой важной частью современной жизни.

Позитивная тенденция приумножения Интернет-аудитории, увеличение скорости появления на виртуальном пространстве новых сайтов, а также нарастание темпов развития электронной коммерции дают возможность говорить о серьезных перспективах в данной сфере. Уже сегодня неимоверное количество электронных витрин манит к себе потребителей, а это уже путь к успеху.

Многие аналитики уверены, что в скором будущем информация, полученная с Интернета, станет генератором покупок, которые составят около 30% от всего количества традиционных сделок купли-продажи. Этот фактор станет решающим в изменении отношения производителей и продавцов к Интернету – он превратится в один из самых важнейших каналов мирового маркетинга.

Сегодня можно смело утверждать, что такой громадный потенциал электронной коммерции вполне способен по истечении некоторого времени кардинально изменить всю коммерческую систему и тем самым выступить как более выгодная форма ведения бизнеса. Вполне очевидно, что, повсюду распространяясь и предлагая все более широкий ассортимент товаров и услуг, электронная коммерция превращается в инструмент объединения государств, отраслей, предприятий и физических лиц в единое сообщество, где взаимодействие партнеров эффективно и свободно реализуется посредством информационных и телекоммуникационных технологий.

СПИСОК ЦИТИРОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Брэд Ди Хевен «Тенденции развития будущего», Copyright 2005. – 95 с.
2. Свободная Интернет-энциклопедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://wikipedia.org/wiki/Электронная_коммерция. – Дата доступа: 30.03.2010.
3. Электронная библиотека. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.lib.ua-ru.net/diss/cont/82792.html>. – Дата доступа: 27.03.2010.
4. Электронная коммерция. Изучаем западный опыт. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.bizmost.biz>. – Дата доступа: 22.03.2010.