

## СУЩНОСТЬ СИСТЕМАТИЗИРОВАННОГО ПОДХОДА К КЛАССИФИКАЦИИ МОДЕЛЕЙ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ

Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники  
г. Минск, Республика Беларусь

Звягин И. Ю., магистрант

Архипова Л. И. – канд. экон. наук., доц.

В настоящее время классификация моделей электронной торговли не достаточно проработана. Большинство предлагаемых классификаций относится исключительно к электронной коммерции и не содержит четко выделенных классификационных признаков, применяемых к электронной торговле.

Анализ специфики действующих в сфере электронной коммерции компаний позволяет систематизировать и предложить комплексную классификацию электронной торговли по признакам, представленным в таблице:

Таблица. Систематизированная классификация электронной торговли

Категория	Признаки
По форме организации бизнеса	Роль электронной торговли в бизнесе
В зависимости от природы товара, субъекта и бизнес-процесса	Степень использования информационных технологий в электронной торговле
В зависимости от состава участников коммерческих отношений	Виды ролей, совершающих сделки посредством информационных технологий.
По выполняемым функциям	Виды усовершенствованной формы оформления традиционных обязательств электронной торговли.
По степени автоматизации торговых процессов	Степень автоматизации торговых и бизнес-процессов
По способу создания сайта	Реализация электронной торговли
По месту размещения сайта	Место хранения, расположения и взаимодействия с информацией
По типу товара	Тип товара в электронной торговле

**По форме организации бизнеса:** электронная торговля как основа создания бизнеса или электронная торговля как дополнительный инструмент развития уже существующего традиционного бизнеса.

**В зависимости от природы товара, субъекта и бизнес-процесса:** полная электронная или частичная электронная торговля – товар, субъект или какой-либо элемент бизнес-процессов не имеют цифровой формы.

**В зависимости от состава участников коммерческих отношений:** business to business (бизнес-бизнес), участниками коммерческих отношений являются юридические лица, business to Consumer (бизнес-потребитель), одним из участников является коммерческая организация, а другим – частное лицо, конечный потребитель, consumer to Consumer (потребитель-потребитель), оба участника – частные лица, business to Government (бизнес-правительство), один из участников – коммерческая организация, а другой правительственная структура или consumer to Government (потребитель-правительство), одним из участников является частное лицо, а другим – правительственная структура [1].

**По выполняемым функциям:** интернет-магазин, виртуальный аукцион, электронная биржа, электронная торговая площадка.

**По степени автоматизации торговых процессов:** интернет-витрина, торговый, торговая интернет-система.

**По способу создания сайта:** аренда, готовое решение, заказ разработки у специализированной компании, разработка решения собственными силами.

**По месту размещения сайта:** размещение сайта на сервере предприятия, хостинг – размещение сайта на сервере специальной компании, предоставляющей все необходимые сервисы.

**По типу товара:** услуги, товар или реклама [2].

Систематизированная классификация отражает организационно-экономические, правовые и технические аспекты функционирования электронной торговли, таким образом, охватывая различные стороны деятельности предприятий в этой сфере бизнеса. Выделение технических классификационных признаков наряду с организационно-экономическими и правовыми необходимо в связи с тем, что функционирование предприятий в этой сфере деятельности требует применения современных технических средств, навыков и умения их практического использования.

Данная классификация может носить не только академический характер, но и иметь практическое значение для более четкого позиционирования предприятий на рынке электронной торговли [2,3]. Главными преимуществами данной классификации является:

- степень участия бизнеса на рынке электронной торговли;
- алгоритм для написания технического задания к проекту электронной торговли;

- помощь в постановке планов и задач;
- анализ проделанной технической работы.

Таким образом, предлагаемая дефиниция основных понятий и систематизированная классификация моделей Интернет-торговли отражают основные особенности этого направления электронной коммерции и могут способствовать более четкому разграничению функций существующих и вновь создаваемых предприятий электронной торговли.

Список использованных источников:

1. Сидорова О.В. Новое направление бизнеса: электронная коммерция / О. В. Сидорова // Российское предпринимательство : выпуск №194, Уфа, 2014. – 4 с.
2. Электронная коммерция: учебное пособие / Е.В. Сибирская, О.А. Старцева. – М.: Форум, 2008. – 288с.: ил.; 60x90 1/16. ISBN 978-5-91134-229-6, 3000 экз. – 12 с.
3. Сидорова О.В. Виды и организационные модели электронной коммерции // Креативная экономика. — 2012. — № 1 (61). — с. 95-100. — <http://www.creativeconomy.ru/articles/15318/>

## ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ПЬЕЗОЭЛЕКТРИЧЕСКИХ УСТРОЙСТВ КАК РАЗНОВИДНОСТИ АЛЬТЕРНАТИВНОЙ ЭНЕРГЕТИКИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ.

Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники  
г. Минск, Республика Беларусь

Глинка П. А., Романёнок А. И.

Тимова Е.Э. – ст. преп.

Альтернативная энергетика (замена углеводородных источников энергии) развивается в направлении наиболее полного использования, климатических, технологических и т. д. особенностей стран и регионов, в которых предполагается их использование.

Географическое расположение Республики Беларусь не позволяет со значительной эффективностью использовать энергию солнца (как, например, в странах Северной и Центральной Африки) или энергию ветра (как в прибрежных районах). Хотя на практике грамотно реализуемый энергетический маркетинг позволяет достаточно эффективно (в условиях более высоких тарифов за электроэнергию от солнечных батарей) широко применять солнечные батареи в РБ и даже приступить к собственному производству таких батарей в нашей стране к концу 2016 года.

Мы хотим обратить внимание на пока еще не широко применяемую технологию в области альтернативной энергетике – производство электроэнергии от движущегося транспорта на дорогах или пешеходных тротуарах (технология на основе пьезоэлектрических устройств).

На основе анализа применения данных устройств в Израиле и США оценим наиболее приемлемые области применения данной технологии в нашей стране, а также дадим оценку затрат и окупаемости данной технологии на белорусской части магистрали М1 (Брест – Москва) протяженностью 611км и загруженностью примерно 400 автомобилей в час. Будет рассмотрена генерирующая мощность пьезоэлектрических устройств, затраты на приобретение, транспортировку и монтаж оборудования; оценен валовый годовой доход от произведенной электроэнергии; эксплуатационные затраты и чистая прибыль за год.

Пьезоэлектрические устройства генерируют электрическую энергию при помощи кристалла, расположенного, на расстоянии около 5 сантиметров ниже поверхности асфальта; кристалл деформируется, когда транспортные средства ездят по дороге, тем самым производя электрический ток.

По оценкам американских экспертов за один час на одном километре дороги, оборудованной такими устройствами, может генерироваться до 257 кВт.

На белорусской части магистрали за час можно произвести:

$$P_{\text{общ}} = P_1 \cdot N = 257 \text{ кВт} \cdot 611 = 157025 \text{ кВт/час, где}$$

$P_{\text{общ}}$  – суммарная мощность, произведенная за час на всей трассе;

$P_1$  – мощность, произведенная на одном километре трассы;

$N$  – протяженность трассы.

С учетом средней продолжительности светового дня (времени интенсивного движения - 9 часов) и количества дней в году можно оценить объем произведенной за год электроэнергии:

$$P_{\text{год}} = P_{\text{общ}} \cdot t \cdot Q = 157025 \cdot 9 \cdot 365 = 515833695 \text{ кВт, где}$$

$P_{\text{год}}$  – мощность, произведенная за год на всей трассе;

$P_{\text{общ}}$  – суммарная мощность, произведенная за час на всей трассе;

$t$  – времени интенсивного движения;

$Q$  – число дней в году.

На основе исходных технических параметров можно сделать оценки доходов от продажи электроэнергии по двум тарифным планам:

- для населения;

- для юридических лиц.

Затем можно оценить единовременные затраты, эксплуатационные затраты и чистую прибыль за год.