

## РАЗДЕЛ IV. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СФЕРЕ

Путькина Л.В.

### ПРИМЕНЕНИЕ ЭЛЕКТРОННЫХ УСЛУГ В СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ СФЕРЕ

*(СПбГУП, Санкт-Петербург)*

В последние годы существенную роль в социально-культурной сфере приобрели электронные услуги. В некоторых отраслях стали занимать очень значительное место (например, туризм). Это стало возможным благодаря современным коммуникациям и сети Интернет.

Ведущим направлением е-услуг является электронная торговля (е-коммерция).

Под электронной коммерцией подразумевается определенная Интернет-технология, предоставляющая следующие возможности: производителям и поставщикам товаров и услуг различных категорий – представить в сети Интернет товары и услуги, том числе on-line услуги, и доступ к информационным ресурсам, принимать через Интернет и обрабатывать заказы клиентов; покупателям – просматривать с помощью стандартных Интернет-браузеров каталоги и прайс-листы предлагаемых товаров и услуг и оформлять через Интернет заказы на интересующие товары и услуги и др.

Электронная коммерция предполагает:

- открытие своего сайта и виртуального магазина в Интернете;
- наличие системы управления компанией;
- использование электронной рекламы и маркетинга;
- использование моделей бизнес для бизнеса и/или бизнес для потребителя.

Важной составляющей систем электронной коммерции являются системы проведения электронных платежей – в этом случае одним из участников системы становится банк.

В числе функциональных возможностей, реализуемых системами электронной коммерции, можно выделить следующие:

- оформление заказов по каталогам и прайс-листам (заказы хранятся в единой базе данных);
- связь Интернет-приложений с внутренней системой делопроизводства;
- саморегистрация пользователей;
- поддержка как локального, так и удаленного (через Интернет) администрирования;
- возможность продаж через Интернет товаров различных категорий;
- обработка заказов по стандартной схеме (регистрация, поставка, отчетно-финансовые документы);

- проведение on-line платежей и др.

По оценкам Национальной ассоциации участников электронной торговли в 2008 г. в РФ объем рынка электронной торговли составил 128,31 млрд руб.<sup>3</sup>

#### Состояние электронной торговли в России (млрд руб.)

Сегмент	2005	2006	2007	2008	Темпы роста, %
B2G	0,86	7,15	9,85	14,27*	144%
B2C	0,41	54,6	81,25	110**	135%
B2B	1,24	2,87	4,25	4,04	95%
Итого	2,51	64,62	95,35	128,31	

\* По данным МЭР РФ

\*\* По данным Oborot.RU

Оборот рынка B2C в 2008 году составил 110 млрд. руб. Наибольшей популярностью у пользователей Интернет пользуются следующие категории товаров:

1. Книги, CD, DVD.
2. Цифровая и фототехника, сотовые телефоны.
3. Компьютеры и периферия.
4. Бытовая техника.
5. Все для дома.

Основной формой оплаты до сих пор остается оплата наличными при получении товара. Тем не менее, продолжается рост других электронных форм оплаты – платежных систем и пластиковых карт. В РФ действуют около двух десятков систем электронных денег. Около 60 млрд. рублей (26% оборота) приходится на электронную коммерцию. Электронными деньгами чаще оплачиваются услуги (94%), чем товары. Особенно высока доля электронных денег в оплате онлайн-игр: 51% платежей в российских игровых онлайн-проектах производится электронными деньгами.

Самую высокую динамику в 2008 году показал сегмент пластиковых карт. Ими было оплачено товаров и услуг в Интернете на сумму 21 млрд рублей – в 2,8 раза больше, чем в 2007 году. Половина платежей пластиковыми картами пришлась на оплату транспортных услуг (ж/д и авиа билеты, бронирование гостиниц). Основной причиной роста сегмента пластиковых карт стало начало активных продаж электронных билетов. В 2008 году при покупках через Интернет пластиковыми картами было оплачено авиабилетов на сумму 10,6 млрд рублей, ж/д билетов – на сумму 1,5 млрд рублей. Это в 3,8 раза больше, чем в 2007 году. Возможна оплата с помощью электронных денег через системы Webmoney, PayPal, а также с помощью кредитных карт Visa и MasterCard, через систему Интернет – банкинга.

<sup>3</sup> <http://www.nauet.ru/news.php?sub=1&news=92&p=1>.

Все более широкое распространение получают электронные аукционы. Общий объем торгов в электронной форме в РФ в 2008 году составил 14,27 млрд руб., а количество электронных аукционов – 42 214. Удельный вес торгов в общем объеме закупок для государственных нужд составил 4,7%.

Достаточно большую роль в е-коммерции составляет продажа билетов на зрелищные мероприятия.

В настоящее время электронный туризм представляет собой яркую иллюстрацию масштабного применения электронной коммерции в целой отрасли экономики: 65% всех товаров покупаемых через Интернет, составляют туристские продукты. Это туры, билеты на все виды транспорта, автомобили на прокат, билеты на зрелищные мероприятия, гостиничные номера.

Сегодня свои виртуальные представительства в РФ имеют свыше 1500 туркомпаний. Высокая доля туризма в общем объеме мировой электронной коммерции объясняется: во-первых, большой предысторией торговли туристскими услугами через глобальные системы распределения (GDS – Global Distribution System – глобальная система распределения и CRS – Computer Reservation System – компьютерная система бронирования). Во-вторых, – накопленным опытом использования GDS турагентами – розничными продавцами (которые перепродают продукт от туроператоров или поставщиков туристских услуг).

Участие банков в организации Интернет-магазинов и развертывании системы расчетов покупателей с его клиентом за постоянно оказываемые этим клиентом услуги (например, услуги мобильной связи, предоставления доступа в Интернет, кабельного или спутникового телевидения и т.п.) позволяет не только упростить и ускорить расчеты, но и создать эффективные схемы кредитования постоянных покупателей при условии, что они открывают счета в том же банке.

Банк может выделить своим корпоративным клиентам рекламное пространство на Интернет-сайте банка для информации о продуктах и услугах, которые предоставляют эти клиенты.

Аналитики полагают, что число пользователей услуг дистанционного банковского обслуживания в мире в 2008 году превысило 200 млн человек. Всемирный банк сделал прогноз, что эта цифра к 2010 году может вырасти до 300 млн. При этом уровень проникновения услуги в экономически развитых странах превысит 90%.

Интернет-страхование (Internet insurance) – продажа страховых полисов через Интернет. Обычно система интернет-страхования включает:

- расчет величины страховой премии и определение условий ее выплаты;
- заполнение формы заявления на страхование;
- заказ и непосредственно оплату полиса страхования;
- осуществление периодических выплат рассроченной страховой премии;
- обслуживание договора страхования в период его действия;
- формирование произвольных отчетов по запросам пользователей;
- обмен информацией между страхователем и страховщиком при наступлении страхового события.

Интернет-маркетинг (Internet marketing) – онлайн-маркетинг, основанный на использовании ресурсов сети Интернет и Онлайновый маркетинг (On-line marketing) – маркетинг, основанный на использовании компьютерных сетей: коммерческих онлайн-каналов и сети Интернет. Пользуясь каналами, покупатели получают маркетинговую информацию и совершают торговые сделки.

Услуги государственного управления («Электронное правительство»). В мире элементы электронного правительства активно развиваются уже многие годы. В ряде европейских стран через Интернет можно оформлять широкий список справок, лицензии, пособия. В развитых государствах практикуются различные формы электронного участия в выборах, широко распространены чаты и форумы, где избиратели в режиме онлайн общаются с представителями власти.

Приведем перечень некоторых услуг, которые госорганы обязаны будут осуществлять через Интернет с 2011 года: регистрация автотранспортных средств, государственный технический осмотр транспортных средств, предоставление сведений об административных правонарушениях в области дорожного движения, таможенное оформление товаров, государственная регистрация прав на недвижимое имущество и сделок с ним, постановка объектов недвижимости на государственный кадастровый учет, осуществление социальных выплат некоторым категориям гражданам, оформление, выдача, замена и учет паспортов гражданина Российской Федерации и целый ряд других услуг.

Услуги дистанционного обучения (eLearning). Системы дистанционного обучения достаточно широко развиты в мире. Пока Россия занимает в рейтингах крайне низкие позиции по уровню электронного обучения, особенно в академическом сообществе.

Таким образом, спектр электронных услуг чрезвычайно широк, имеет значительные перспективы роста. Эти услуги обеспечивают, с одной стороны, новое качество и новый уровень развития социально-культурной сферы, а с другой, – формирование принципиально новых механизмов управления предприятиями данной сферы.

Подяконова А.С.

## **ГОТОВНОСТЬ ЛИЧНОСТИ К ИСПОЛЬЗОВАНИЮ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

*(филиал ЮУрГУ, г. Сатка)*

Тенденции развития общества таковы, что наряду с расширением возможностей доступа человека к знаниям, синхронно происходит резкое увеличение объема необходимой для усвоения информации, противоречащее ограниченностям индивида, неизбежное рассеивание информации, вызванное интеграцией и дифференциацией наук, затрудняющее ее поиск, быстрое устаревание знаний в связи с ускоренными темпами развития научно-