

Резюме

Соединение Польши с Европейским Сообществом привело к необходимости изменений интервенционные механизмов на рынке молока. В апреле 2002 года началось введение в Польше системы лимитирования продукции молока. Исследования проведено на 348 фермерских хозяйствах производящих молоко и расположенных в окрестностях Варшавы. В выбранной группе только 121 объектов поместилось в установленных производственных лимитах. 161 хозяйств перевыполнило лимиты в среднем на 33%.

Ключевые слова: лимит, производство, молоко, фермер, ЕС, Польша

Summary

Polish integration with EU was directly linked with milk market intervention mechanisms changes. Since April 2002, quotas system in milk production was implemented. Presented research was carried on 348 nearby Warsaw milk suppliers. Among them were barely 121 who have fitted in limitations. 164 producers exceeded quotas on average of 33%.

Key words: quotas, production, milk, farms, EU, Poland

УДК:336.717.1:004

ПЛАСТИКОВАЯ КАРТА (VISA, MASTER/EUROCARD, CIRRUS/MAESTRO И ДР.) КАК СРЕДСТВО ПЛАТЕЖЕЙ В ИНТЕРНЕТЕ

В.С. Захарова

УО «Гродненский государственный аграрный университет»
г.Гродно, Республика Беларусь

Получив на руки пластиковую карту не каждый из нас знает, что она предназначена не только для снятия наличных в банкомате или, на крайний случай, оплаты товара в магазине (причем не в каждом), но она может использоваться для оплаты товаров (приобретение книг, CD-дисков, программ) и услуг (оплаты коммунальных услуг и телефонных счетов, хостинга и т.д.) в Интернете.

Целью данной статьи не является описание принципов оплаты с помощью пластиковых карт. Статья носит лишь информативный характер с элементами сравнительного анализа.

По статистике 90% платежей в мировом Интернете осуществляется сейчас и будет осуществляться благодаря именно институту пластиковых карт! [1]

В середине января 2006 года eMarketer опубликовал список предсказаний на текущий год в области интернет-маркетинга и электронной коммерции. Представленные данные основываются на анализе виртуального и цифрового рынков США. Показано, что общие суммы интернет-продаж вырастут еще больше: от 87 млрд. долларов в 2005 году до 105 млрд. долларов в 2006, что составит прирост в 21 процент.

Самое интересное, что на территории стран СНГ ситуация с картами давно уже выпрямилась и нашла свое удобное, дешевое и совершенно безопасное решение для любого человека [4].

Так, по прогнозам аналитиков, тенденция оплаты пластиковыми картами как в российском Интернете (RUNet), так и в белорусском (BYNet) растет и очень скоро составит серьезную конкуренцию виртуальной наличности (WebMoney, Яндекс деньги, EasyPay, E-gold, и т.д.) и другим распространенным и привычным сейчас для Интернета методам оплаты [2, 5].

На мой взгляд, использование пластиковой карты - это самый простой, дешевый и доступный в мире способ оплаты за любые товары и услуги через Интернет. Один раз открывается счет в банке, оформляется пластиковая карта, а затем пополняется счет без каких-либо процентов. При необходимости можно сделать беспроцентный внутренний перевод со своего счета на карточный или пополнить сразу карту (но лучше пополнять карточный счет, по мере необходимости, с основного счета из-за причин безопасности, чтобы не хранить на карте слишком много денег). Затем просто происходит расчет картой в Интернете.

Сейчас в Сети коммерческие сайты, стремящиеся к удобству работы с клиентами и к повышению своих продаж, стараются предложить как можно больше методов оплаты. Очевидно, чтобы не терять клиентов просто из-за отсутствия у них физической возможности оплатить за продукт или услугу из своего региона. Чем больше способов оплаты на сайте, тем выше вероятность реализация товара или услуги.

В отличие от других платежных систем, оплаты пластиковой картой имеют достаточно серьезные преимущества:

Скорость. Платеж с помощью пластиковой карты проходит в реальном времени и занимает до 1 минуты времени, а вообще 20-30 секунд. Процесс продажи полностью автоматизирован и максимально ускорен. **Сравните.** *Обычный банковский перевод требует время на движение средств (от 1 до 7 дней), что не позволяет продавцу обеспечить Вас, как клиента информационно-программными продуктами сразу же после оплаты (это не касается оплаты виртуальной наличностью).*

Выгодность. Оплата только стоимости товара или услуги, и больше это покупателю не будет стоить ничего. В отличие от оплаты виртуальной наличностью (Webmoney, Яндекс.Деньги) покупателю не нужно терять проценты за трансферт и время на конвертировании виртуальных денег в реальные и обратно.

Например, если производить оплату через систему E-Gold, то ввод средств будет стоить 3%, через систему моментальных переводов, "Анелик" - 6% (3%+3%), а использование систем Western Union и Moneygram вообще необходимо исключить, потому что все знают их высокие тарифы за переводы.

Удобность. Для многих из нас пластиковая карта сегодня является куда более известным, удобным и привычным средством оплаты, чем виртуальный кошелек. По сути карты - это уже распространенное средство оплаты и обналичивания денег, которым пользуются даже пенсионеры.

Разработчики проекта WebMoney Transfer с 2001 года начали проект сотрудничество с международными платежными системами и за это время число картхолдеров составило более 5 тыс. человек. В настоящее время выпускается три вида карт WebMoney.

Надежность. Несмотря на то, что сегодня часто встречается мошенничество с пластиковыми картами, все же оплата "пластиком" остается одним из самых надежных и гарантированных видов платежей [3].

Например, клиент, оплачивая картой, имеет возможность в течение определенного периода делать chargeback (возврат) денег обратно на карту, что позволяет ему не переживать о том, что его обманут в Интернет-магазине, продав некачественный товар или услугу.

Пятью *важнейшими факторами*, которые останавливают или ограничивают интернет-пользователей от осуществления покупок онлайн, являются следующие:

- 49% – воровство личных данных;
- 39% – спам, в результате указания e-mail адреса при покупке;
- 39% – воровство номеров кредитных карт;
- 38% – установка шпионских программ (spyware);
- 35% – необходимость «потрогать товар руками», пощупать его, как в обычном уличном магазине (супермаркете).

Приведенные данные были получены компаниями [TNS](#) и [TRUSTe](#) в результате опроса в режиме онлайн, американских пользователей Интернет.

Представители компании TNS утверждают, что трое из четырех покупателей чувствуют себя более спокойными и уверенными, если совершают покупки на сайтах, которые приводят утверждение о полной секретности, предоставляемой пользователем личной информации (privacy statement), и на страницах которых установлено специальное «клеймо» секретности (privacy seal). Две трети из этих респондентов высказывают недоверие к малоизвестным брендам, потому что боятся возможных злоупотреблений своими личными данными с их стороны.

Указанные выше 5 ограничительных факторов являются главенствующими и на интернет-рынке в странах СНГ.

С другой стороны, процент интернет-пользователей как в России, так и Беларуси, которые готовы к осуществлению покупок онлайн, определено, меньше, хотя бы, вследствие ничтожно малого количества людей, владеющих *полноценными* кредитными картами [6].

Таким образом, если Вы обладатель пластиковой карты, то Вы можете оплачивать ей любые товары или услуги по всему миру, находясь в любой точке земного шара! Вы оплачиваете свободно, быстро и с минимальными расходами.

Литература

1. Елманова Н. Microsoft Commerce Server 2000. Компьютер Пресс. 2001. №6, с.69-73.
2. Захарченко В. Электронные платежные системы. Компьютер Пресс. 2004. №5, с.133-137.
3. Морзеев Ю. Современные биометрические решения в системах безопасности. Компьютер Пресс. 2003. №3, с.76-81.
4. Насакин Р. Финансы в IT-ракурсе. Компьютер Пресс. 2004. №4, с.99-105.
5. Насакин Р. Местные платежные карты. Компьютер Пресс. 2005. №1, с.152-155.
6. Интернет-бизнес сегодня и Тимофей Целых. [Интернет-покупатель испытывает страх и желает все потрогать руками](#). URL=<http://interbiz.ru/2005/12/16/51>
7. Интернет-бизнес сегодня и Тимофей Целых. [7 предсказаний на 2006 год в области интернет-маркетинга](#). URL=<http://interbiz.ru/2006/01/17/57>

Резюме

Если Вы обладатель пластиковая картой Visa, Master/EuroCard, Cirrus/Maestro или другой, и Вы хотите что-то купить через Интернет, то, очевидно, что самый удобный, быстрый, безопасный и дешевый способ оплаты сейчас - это платить своей виртуальной или реальной Пластиковой Картой!

Summary

If you the owner plastic card Visa, Master/EuroCard, Cirrus/Maestro or another, and you wish something to buy through the Internet, that, it is obvious, that the most convenient, fast, safe and cheap way of payment now is to pay in the virtual or real Plastic card!

УДК 631.151.6:637.5

КООПЕРАЦИЯ И ИНТЕГРАЦИЯ КАК ФАКТОРЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ МЯСНОЙ ОТРАСЛИ

Д.В. Руденко

УО «Гродненский государственный аграрный университет»
г. Гродно, Республика Беларусь

Обеспечение населения продовольствием является важнейшей задачей государства. Стратегия социально-экономического развития республики требует разработки концептуальных основ формирования национальных рынков продовольствия с учетом важнейших внутренних и внешних интересов Республики Беларусь. Решение продовольственной проблемы по-прежнему будет являться одним из основных приоритетов правительства страны.

Рынок мяса представляет собой совокупность экономических отношений между производителями всех форм собственности и потребителями (покупателями) мясной продукции в условиях экономической свободы. Этот рынок выполняет различные функции. Самые главные из них – это информационные, посреднические, ценообразующие, регулирующие и другие. Однако одна из наиболее важных функций данного рынка – это производство и реализация мяса и мясопродуктов.

Повышение эффективности функционирования мясной отрасли в новых экономических условиях предполагает модернизацию всей структуры ее производственной базы, обеспечение межотраслевой и внутриотраслевой сбалансированности развития. В основу преобразований следует заложить принцип перехода от материалоемких технологий к ресурсосберегающим, экологически чистым, обеспечивающим повышение эффективности производства, экономию ресурсов и экологическую безопасность.

При переработке больших объемов мяса и субпродуктов лучше используются достижения научно-технического прогресса, достигается более высокая глубина переработки сырья, производится широкий ассортимент качественных продуктов; специализированные мясоперерабатывающие предприятия имеют возможность успешно работать на внешних рынках, т. к. могут создавать маркетинговые службы,