

- 1 ERP-системы: выбор, внедрение, эксплуатация. Современное планирование и управление ресурсами предприятия / Дэниел О'Лири - М.: Вершина, 2004
- 2 Георгий Нордик, статья «Можно ли снизить стоимость внедрения ERP-системы?»
- 3 O'Leary, Daniel L. Enterprise resource planning systems. — Cambridge University Press, 2000. — 232 с.

ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ДЕНЕГ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

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

Редевский Я. А.

Жилинская Н. Н. – к.э.н., доцент

Деньги в своем развитии прошли через ряд форм. Формы денег представлены в виде классификации на основе природно-функционального признака, отражающего социально-экономическое предназначение денег.

Самой ранней формой полноценных денег были товарные деньги. Изначально это были предметы первой необходимости — скот, соль, зерно, рыба, хлеб и т.д. как наиболее ходовые товары. На смену предметам первой необходимости в роли денег постепенно пришли предметы роскоши, прежде всего украшения: бусы из ракушек, жемчуг, меха, другие драгоценные изделия. В эпоху разделения труда (земледелие и ремесло) в обмен начали поступать не просто излишки продукции, а товары, специально изготовленные для продажи. Это способствовало не только расширению объемов товарного производства и развитию рынка обмена, но и расширению территориальных границ обмена. Поэтому рынок поставил перед денежным товаром новые требования — быть однородным, экономически делимым, способным длительное время сохранять свою стоимость. Удовлетворить такие требования предыдущие деньги не могли в силу их физических свойств. На их место рынок стихийно выдвинул металл. Началась длительная эра господства металлических денег.

Неполноценные деньги — это деньги, которые не имеют собственной субстанциональной стоимости. Переход к неполноценным деньгам происходил постепенно. Первые формы неполноценных денег появились ещё во времена господства металлических денег. Поэтому в истории денег был длительный период существования смешанных форм, свойственных полноценному и неполноценным деньгам.

В постиндустриальном обществе на смену неполноценным деньгам стали приходить электронные деньги, а за ними и криптовалюта.

Криптовалюта — цифровая валюта, создание и контроль за которой базируются на криптографических методах. Как правило, учёт криптовалют децентрализован. Функционирование данных систем основано на технологии блокчейна. Информация о транзакциях обычно не шифруется и доступна в открытом виде. Для обеспечения неизменности базы цепочки блоков транзакций используются элементы криптографии (цифровая подпись на основе системы с открытым ключом, последовательное хеширование). Для своей эмиссии разные криптовалюты применяют майнинг, форжинг или ICO.

Впервые термин «криптовалюта» начал использоваться после появления платёжной системы «Биткойн», которая была разработана в 2009 году человеком или группой людей под псевдонимом Сатоши Накамото. Термин закрепился после публикации статьи о системе Биткойн «Crypto currency» (Криптографическая валюта), опубликованной в 2011 году в журнале Forbes. Сам же автор биткойна, как и многие другие, использовал термин «электронная наличность». Для эмиссии разные криптовалюты применяют разные способы: майнинг, форжинг или ICO. До июля 2013 года программное обеспечение всех криптовалют, кроме Ripple, базировалось на открытом исходном коде системы «Биткойн». С июля 2013 года стали появляться иные платформы, которые помимо криптовалюты поддерживают различную инфраструктуру — биржевую торговлю, магазины, мессенджеры и прочее. К таким криптоплатформам относятся: BitShares, Mastercoin, Nxt. Анонсируются и другие платформы.

Об экономической сути и юридическом статусе криптовалют ведутся дискуссии. В зависимости от страны криптовалюты рассматриваются как платёжное средство, специфичный товар, могут иметь ограничения в обороте (например, запрет операций с ними для банковских учреждений).

Ключевой особенностью криптовалют является отсутствие какого-либо внутреннего или внешнего администратора. Поэтому банки, налоговые, судебные и иные государственные или частные органы не могут воздействовать на транзакции каких-либо участников платёжной системы. Передача криптовалют необратима — никто не может отменить, заблокировать, оспорить или принудительно (без приватного ключа) совершить транзакцию. Однако участники сделки могут добровольно временно взаимно блокировать свои криптовалюты в качестве залога или установить, что для завершения/отмены сделки требуется согласие всех (или произвольных дополнительных) сторон.

Есть несколько способов перевода криптовалюты в деньги, электронные деньги или другую криптовалюту. Сделать это можно через криптовалютный обменник или криптовалютные биржи (в качестве примера самой крупной называют EXMO). Обменять средства можно на рубли, доллары и другие валюты с переводом их на банковские карты (не любых банков, в каждом случае набор свой) и электронные кошельки (например, «Яндекс.Деньги» или QIWI).

Еще один из способов перевода криптовалюты в рубли — продать ее самостоятельно. Для поиска потенциальных покупателей в интернете есть специальные площадки, например сайт LocalBitcoins.com (на нем есть раздел по России) и группа Bitcoin Russia в Telegram.

В разное время возможность оплачивать товары и услуги анонсировали такие гиганты, как WordPress, Microsoft, Reddit, Expedia и Wikipedia. Из западных компаний также объявляли, что будут принимать биткоины как средство оплаты, — производитель электроники Dell, платежная система PayPal, интернет-магазины eBay, Amazon, перевозчик AirBaltic и издательство Time.

Впрочем, по данным отчета Morgan Stanley, вышедшего в июле 2017 года, из 500 самых крупных мировых интернет-продавцов только три компании на практике осуществляют прием криптовалюты. По словам аналитиков банка, криптовалюта не может выступать надежным платежным средством из-за своей высокой волатильности (нестабильности цены) и поэтому отпугивают продавцов. Сейчас только три компании из вышеперечисленных (Microsoft, Wikipedia и AirBaltic) готовы принимать оплату в криптовалюте.

В России в последние несколько лет принимать криптовалюту были готовы немногие — из крупных компаний об этом заявляли Subway, Microsoft и Selectel. По информации на сайте Microsoft в России, за биткоины клиент может приобрести игры, фильмы и приложения в магазинах Windows и Xbox.

Джозеф Борг, глава Североамериканской ассоциации администраторов ценных бумаг (NASAA), высказал мнение о том, что Bitcoin достиг стадии, которую можно охарактеризовать как охватившую человечество всеобщую манию, когда люди закладывают свое жилье и опустошают счета кредитных карточек для того, чтобы купить криптовалюту в надежде на быстрое обогащение. С другой стороны, эксперты «Голдман Сакс» не так давно выпустили заявление о том, что будущее Bitcoin туманно, при этом они признали, что он и другие криптовалюты при определенных условиях могут достичь успеха в качестве одного из видов денег. В то же время многие финансовые стратеги, напротив, исполнены оптимизма относительно перспектив биткоина. В частности, Том Ли, известный аналитик с Уолл-стрит, предсказал, что стоимость биткоина к концу 2018 года может достичь 40000 долларов.

Таким образом, из-за быстро меняющегося курса, в данный момент криптовалюту достаточно сложно использовать в качестве средства обмена, в основном она используется для инвестиционных вложений.

Список использованных источников:

1. www.wikipedia.org
2. www.rbc.ru
3. <https://myfin.by/>
4. <https://rusmonitor.com>

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ В МАРКЕТИНГЕ

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

Таха Омар Айад

Кашникова И.В. – к.ф.-м.н., доцент

Интернет-маркетинг (англ. internet marketing) - практика использования различных аспектов традиционного маркетинга в Интернете, с целью продажи продукта, товара или услуги покупателям и управление взаимоотношениями с ними.

Использование социальных сетей в маркетинге в настоящее время получило широкое распространение, так как социальные сети являются одним из инструментов или, так называемых, рычагов воздействия на маркетинговую аудиторию.

Социальная сеть – это социальная структура, состоящая из группы элементов, которыми являются социальные объекты (люди, группы людей, сообщества, организации) и связей между ними (социальных взаимоотношений). Существуют различные подходы к определению социальных сетей. В общераспространенном понимании социальная сеть – это сообщество людей, объединенных общими интересами, общим делом или имеющих другие причины для непосредственного общения между собой. В общепсихологическом подходе под социальной сетью понимают множество социальных объектов и определенное множество отношений между ними. По мнению некоторых учёных, социальные сети – это платформы, на базе которых участники могут устанавливать отношения друг с другом.

Если сравнивать использование социальных медиа с традиционной рекламой (например, баннерной), обнаруживается ряд преимуществ продвижения своей компании через сообщества:

низкая стоимость рекламной кампании (цена за один контакт стоит обычно в два раза дешевле традиционной рекламы, при этом каждый контакт представляет собой действительную ценность);

широкий и точный охват целевой аудитории. К слову, социальные сети по своей популярности превосходят все традиционные ресурсы, и не превышают уровень актуальности поисковых систем. Кроме этого, аудитория социальных сетей увеличивается с каждым днём;

возможность получать быструю обратную связь от клиентов и своевременно реагировать на нее;

повышение лояльности покупателей вследствие «осовременения» бренда компании. Реклама в социальных сетях не столь явная, она не рассматривается пользователями как навязываемая, скорее сообщение воспринимается как рекомендации знакомых, как мнение интересных людей лидеров сообществ (и