

Формирование национальной электронной экономики предполагает решение следующих задач:

- ее идентификацию в общей системе экономики;
- разработку технологий измерения процессов и результатов ЭЭ;
- внедрение механизма управления.

Электронная экономика – эволюционная стадия развития экономической системы, основным фактором роста которой становится конвергенция ИКТ и иных отраслевых технологий, порождающих новую отрасль экономики – электронный бизнес [1, с. 134].

Общество, в котором мы живем, достигло высоких научных и практических показателей, которые показали все возможные варианты развития экономических систем. Опыт, накопленный с годами, и научный потенциал дали возможность объединить эти знания.

Список литературы

1. Беляцкая Т. Н. Экономика информационного общества: учебно-метод. пособие. Минск: БГУИР, 2016. 200 с.

УДК 339.178:004

Филиппова Т. В.

м. э. н., ассистент кафедры менеджмента,
Брестский государственный технический университет,

Ярошик Д. В.

студентка 1 курса, гр. ЭлБ-1,
Брестский государственный технический университет

ЭЛЕКТРОННОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ И ЭЛЕКТРОННЫЙ БИЗНЕС КАК ЭЛЕМЕНТЫ ЭЛЕКТРОННОЙ ЭКОНОМИКИ

Появление и развитие сети Интернет, совершенствование информационных технологий, систем, и стандартов их взаимодействия привели к созданию нового направления современного бизнеса – электронному бизнесу, как особой формы бизнеса, реализующейся в значительной степени посредством внедрения информационных технологий в процессы производства, продажи и распределения товаров и услуг.

Существует множество определений понятия электронного бизнеса, которые отражают разные точки зрения и соответствуют профессиональной подготовке и накопленному опыту авторов этих определений. Так, согласно определению:

– специалистов компании IBM, электронный бизнес – это преобразование основных бизнес-процессов при помощи Internet – технологий;

– энциклопедия Интернет-бизнеса придерживается следующей трактовки: электронный бизнес – это любая деловая активность, использующая возможности глобальных информационных сетей для преобразования внутренних и внешних связей с целью создания прибыли [1].

Под электронным бизнесом будем понимать все бизнес-процессы, совершаемые деловой организацией посредством сети Интернет. К таким процессам относят: коммерцию, маркетинг, финансовый анализ, платежи, прием на работу, поддержка клиентов и партнеров. Электронную коммерцию можно считать одним из значимых электронных бизнес процессов. Электронная коммерция представляет собой любую сделку по обмену товарами и услугами, совершаемую через сеть Интернет и приводящую к передаче прав собственности или права пользования ими.

Электронный бизнес включает в себя электронную коммерцию, но при этом охватывает внутренние процессы, такие как производство, управление запасами, разработку продукта, риск-менеджмент, управление знаниями, финансами человеческими ресурсами.

Электронная коммерция охватывает внешние процессы, связанные с клиентами, поставщиками, партнерами и включает в себя продажи, маркетинг, обслуживание клиентов, покупку сырья и его поставку для производства, а также приобретение косвенных эксплуатационных расходов.

Целями организации электронного бизнеса могут быть как создание нового бизнеса, так и его разработка в дополнение к уже функционирующему традиционному бизнесу.

Важным этапом становится выбор целевой группы потребителей: B2B (бизнес для бизнеса), B2C (бизнес для потребителя/розничный сектор), C2C (потребитель для потребителя), B2G (бизнес для правительства), G2C (правительство для гражданина). Электронный бизнес отличается по своему функциональному назначению: информационно-рекламный, торговый, финансовый, коммуникационный.

К основным видам электронного бизнеса относятся: торговые площадки; электронное управление закупками; порталы; организация, содержание и обслуживание общественных глобальных сетей; финансовые услуги (интернет-платежные системы, обменные пункты, интернет-банкинг, онлайн-трейдинг); инвестиционные фонды; интернет-магазины; контент-проекты; информационные посредники; информационный бизнес в Интернете; интернет-маркетинг; рекламный бизнес; услуги связи и средства общения; WEB-мастеринг; MLM или сетевой маркетинг; разработка ПО и цифровых товаров; услуги сервис-провайдеров; предоставление услуг (дистанционное обучение, сетевые библиотеки, электронное здравоохранение и др.); интернет-франчайзинг; интернет-лизинг.

Исследуя состояние электронного бизнеса в Республике Беларусь, можно определить ряд проблем, которые сдерживают его развитие: недостаточное внимание развитию скоростного интернета; неправильно сложившееся мнение о сети Интернет как о ненадежном способе ведения бизнеса; не в полной мере используется электронная подпись, которая упростила бы процесс документооборота.

В Беларуси в области электронной экономики на уровне государственного управления сделано достаточно много шагов, однако, принимая во внимание глобальную новизну явления и высокую скорость изменений, в ближайшее время предстоит предпринять значительные усилия по формированию цифровых систем и управлению ими.

Список литературы

1. Информационно-технологическая революция (ИТР), 2019. URL: https://studme.org/135606157875/ekonomika/informatsionno-tehnologicheskaya_revoljutsiya_itr. (Дата доступа 20.02.2019).

УДК 330.3

Штефан Н. М.

к. т. н., доцент кафедри Економічного аналізу і фінансів,
НТУ «Дніпровська політехніка»,

Крамаренко Б. В.

студент за напрямом «Фінанси і кредит»,
НТУ «Дніпровська політехніка»

ПРИБУТОК ПІДПРИЄМСТВА ЯК ДЖЕРЕЛО СИСТЕМИ СТИМУЛЮВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ПОВЕДІНКИ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Прибуток є узагальнюючим фінансовим показником діяльності підприємства і джерелом його подальшого розвитку. Процес накопичення прибутку відбувається під впливом факторів внутрішнього та зовнішнього характеру.

Внутрішні фактори впливу на прибуток підприємства залежать від діяльності підприємства: обсяг діяльності підприємства, стан та ефективність використання ресурсів підприємства, рівень доходів, рівень витрат, ефективність цінової та асортиментної політики.

Зовнішні фактори впливу на прибуток підприємства не залежать від діяльності підприємства: державне регулювання цін в сучасних умовах на товари, які входять до споживчого кошика, подорожчання послуг інших галузей народного господарства, система оподаткування, зміна нормативних документів по кредитуванню, збільшення облікової ставки за користування кредитними, політика держави по формуванню доходів, відсутність індексації доходів населення залежно від темпів інфляції.

Нині вже багато вітчизняних науковців вказують на те, що причина багатьох проблем економічної динаміки – у недосконалості системи стимулів та мотивів, що вирішальним