

1 СЕКЦИЯ

ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА, ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ, ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ФИНАНСОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ

УДК 338.28:378

Зазерская В.В., к.э.н., доцент
УО «Брестский государственный технический университет»,
г. Брест, Республика Беларусь

ПРЕДПОСЫЛКИ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

Цифровая трансформация экономики оказывает влияние на развитие электронного бизнеса. Конкурентоспособность компаний все больше зависит от принятия цифровой трансформации и использования инноваций для улучшения бизнес-среды.

Информация как предмет массового потребления трансформируется в коммерческий ресурс, способствует получению прибыли, влияет на конкурентоспособность организаций и национальных экономик:

Во-первых, невиданное ранее насыщение общества информационными контактами и разнообразными связями, проникающими во все сферы человеческой жизнедеятельности.

Во-вторых, стремительный рост числа занятых в информационной сфере, признание невозможности вести любую деятельность без информационной поддержки и соответствующего обеспечения.

В-третьих, формирование прямой зависимости между научным прогрессом и эффективностью перехода к информационному обществу. В мировой истории развития науки признано и развивается новое видение системы информационных отношений человечества. Происходят огромные изменения в формах и организации научных исследований, непрерывно появляются их новые направления и сферы, используются и получают обоснование механизмы и процедуры изменений в обществе и отношениях людей.

Информация превратилась в особый, неубывающий ресурс, становится предметом массового потребления, трансформируется в коммерческий ресурс, способствует получению прибыли, влияет на конкурентоспособность организаций и национальных экономик. Обладание таким ресурсом создает стратегические преимущества и в конечном итоге определяет современный уровень благосостояния.

Одним из главных приоритетов развития Республики Беларусь является построение информационного общества, беспрепятственное создание и накопление информации и знаний, обеспечения свободного доступа к ним, пользования и обмен ими. Таким образом, каждый человек получит возможность в полной мере реализовать свой творческий потенциал и тем самым способствовать общественному и личному развитию. Продвижение информационного общества

требует целостной системы законодательства, различных информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) и общегосударственных информационно-аналитических систем различного уровня и предназначения.

Бурное распространение и проникновение информационно-коммуникационных технологий во все сферы жизнедеятельности человека обуславливало формирование принципиально новых рынков и форм предпринимательской деятельности. В качестве одной из таких форм предпринимательской деятельности выступает электронный бизнес, развитие которого интенсифицирует процесс становления электронных рынков. Стремительное развитие сети интернет можно рассматривать как техническая предпосылка электронной коммерции. С технической точки зрения белорусский интернет готов к развитию электронной коммерции. Территория охвачена в достаточной мере: наблюдается быстрый рост числа пользователей сети и развитие информационно-коммуникационных технологий, что положительно влияет на количество потенциальных покупателей, использующих для покупок виртуальное пространство. По данным Министерства связи и информатизации Беларуси, широкополосным интернетом в Беларуси на начало 2018 г. было обеспечено 76 человек на каждые 100 жителей.

По количеству абонентов мобильного широкополосного доступа (технологии 3G и 4G) страна находится на 59-м месте с показателем 61,8 пользователя на 100 жителей. Наиболее активно физические лица используют интернет для поиска информации (91,9%), развлечений (75,5%) и общения (74,5%). Для покупки и заказа товаров интернет используют в общем 24,3% пользователей, для образовательных целей – 24,2%, для осуществления финансовых операций – 17,7%.

На сегодняшний день каждый человек оказывается втянутым в цифровое пространство. Об этом свидетельствуют статистические данные. Так в 2019 г. в Республике Беларусь 82% населения страны использовали Интернет в повседневной жизни (рисунок 1).

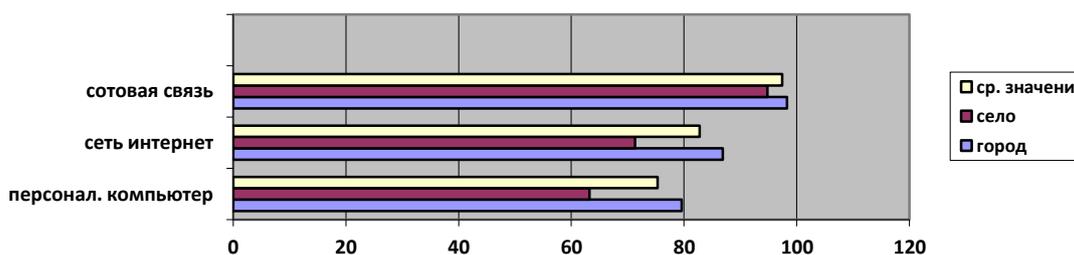


Рисунок 1 – Использование населением информационно-коммуникационных технологий, %
 Источник: составлено на основе [1].

В основном Интернет пользователи используют для: общения в социальных сетях («В контакте», «Одноклассниках», Facebook, Instagram) на его долю приходится 80%; скачивание контента – охватывает 80% пользователей; 50% приходятся на телефонные звонки, почту; поиск информации о товарах и услугах пользуется 90%. (рисунок 2). Применение интернета для приобретения товаров и услуг не очень популярна у белорусов, также небольшой процент (15%) осуществляет вза-

и взаимодействие с органами государственного управления через интернет. Стоит отметить, что самыми активными являются интернет-пользователи в группах 11–15 лет, 16–24 лет. По всем направлениям они занимают лидирующие позиции, в т.ч образование и игры. Третьей группой активных интернет-пользователей является возрастная группа от 25 до 54 лет. Здесь преобладают такие направления как: поиск информации, скачивание контента, осуществление финансовых операций, взаимодействие с органами государственного управления (рисунок 2).

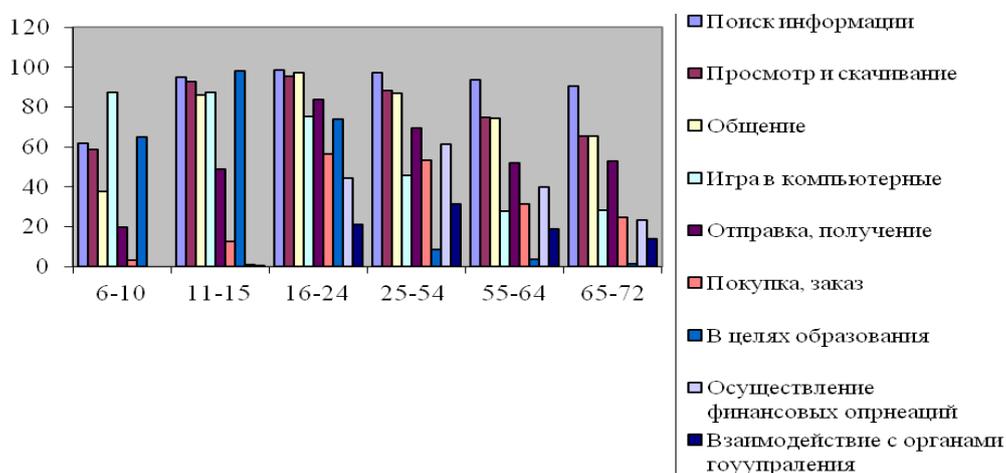


Рисунок 2 – Интернет-пользователи по целям выхода в сеть интернет в 2019 году, % от общего числа интернет-пользователей соответствующей возрастной группы
 Источник: составлено на основе [1].

Электронная коммерция как основа электронного бизнеса на современном этапе содержит ряд вопросов, поэтому анализ и выявление ее структурных элементов, основных тенденций и закономерностей развития рынка является предпосылкой для дальнейшего развития B2C-, B2B- модели электронной коммерции.

Внедрению и распространению электронной коммерции в секторе B2B (коммерческие взаимоотношения между организациями) во многом способствовало появление электронных торговых площадок. В 2005 г. начало работу ОАО «Белорусская универсальная товарная биржа» (БУТБ). Главной целью основания которой было создание единого организованного оптового рынка продукции, имеющей стратегическое значение для экономики республики. Ежегодно на бирже совершается более 300 000 сделок, а клиентская база насчитывает свыше 18 500 компаний из 60 стран мира. Биржевые торги проводятся в режиме онлайн с применением электронной цифровой подписи.

На сегодняшний день самой перспективной для белорусских и зарубежных компаний является электронная торговая площадка промышленных и потребительских товаров. В отличие от классических биржевых торговых секций, это полноценная платформа электронной коммерции, на которой можно продавать и покупать практически любые товары, размещая заявки на русском или английском языках. Площадка работает круглосуточно через интернет, позволяя участвовать в торгах из любой точки мира.

Электронная торговля B2C – форма продаж, целью которой являются прямые продажи потребителю, посредством электронных средств торговли: интернет-магазинов. Розничная интернет-торговля является перспективным направлением развития современной торговли.

В настоящее время наблюдается значительный рост числа интернет-магазинов. В 2018 году по оценкам экспертов рынок электронной коммерции вырос на 20% и составил 1,5 млрд. рублей.

Корпоративные порталы B2B представляют собой внешние порталы для организации строго персонифицированного доступа бизнес-партнеров, корпоративных заказчиков и поставщиков, к информации и сервисам компании. Например, торгово-закупочный портал, предоставляющий персонализированные сервисы по заказу товаров и услуг, отслеживанию графиков поставки и т.д.

В отличие от порталов B2C, которые также могут обеспечивать оптовую реализацию товаров, корпоративные порталы B2B имеют дополнительные услуги и сервисы для:

- обсуждения условий поставки или закупки, согласования графиков поставки;
- отслеживание графиков поставки, обеспечение системы Just-in-Time (точно в срок).

К корпоративным порталам B2B также можно отнести корпоративные Интернет-представительства компаний, электронные торговые площадки, а также межкорпоративные торговые площадки.

В современных условиях развития ИКТ электронная коммерция меняет первоначальную структуру экономики, традиционную модель экономического роста. Благодаря электронной коммерции созданы новые возможности, связанные с бизнес-моделями и интеграцией между каналами распространения, с автоматизацией торговых и технологических процессов, с маркетинговыми исследованиями; снижаются затраты на транзакции и рекламу, расширяется торговое пространство и т.д.

Литература

1. Беларусь в цифрах: стат. справочник / М-во статистики и анализа Респ. Беларусь; [редкол.: И.В. Медведева (пред.) [и др.]. – Минск: Минстат РБ, 2019. – 582 с.

УДК 338.001.36

Казінец М.Ц., к.э.н., дацэнт
УА «Брэсцкі дзяржаўны тэхнічны ўніверсітэт»,
г. Брэст, Рэспубліка Беларусь

РОЛЯ ЭЛЕКТРОННОЙ ЭКОНОМИКИ Ў БЕЛАРУСІ І ФІНАНСАВЫЯ АСПЕКТЫ ЯЕ КАНКУРЭНТАЗДОЛЬНАСЦІ

Эканоміку Рэспублікі Беларусь традыцыйна адносяць да малых эканомік адкрытага тыпу. Зразумела, ва ўмовах глабалізацыі і інтэрнацыяналізацыі гаспадарчай дзейнасці тыя з’явы і працэсы, якія маюць месца ў сусветнай эканоміцы, знаходзяць сваё адлюстраванне і ў айчынным народнагаспадарчым комплексе. Так, ва ўсім свеце павялічваецца ўплыў сектара паслуг. Азначанае характэрна і для Рэспублікі Беларусь. Калі ўдзельная вага традыцыйных галін (у дадзенай працы пад імі будзем разумець сельскую, лясную і рыбную