

- BestInvestpro [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://bestinvestpro.com>
- Боты для торговли криптовалютой: стоит ли использовать на биржах [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cryptonet.biz/ru/boty-dlya-torgovli-kriptovalyutoj-stoit-li-ispolzovat-na-birzhah/>

## РАЗВИТИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ФОРМ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В БЕЛАРУСИ

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

Кальман Е.А.

Жилинская Н.Н. – к. э. н., доцент

Стремительное развитие информационно-коммуникационных технологий в мире привело к тому, что организации стремятся не только присутствовать в Интернете, но и наладить в сети свой процесс реализации товаров и услуг.

Это, в свою очередь, поспособствовало активному росту рынка электронной коммерции (e-commerce), как во всем мире, так и в Беларуси.

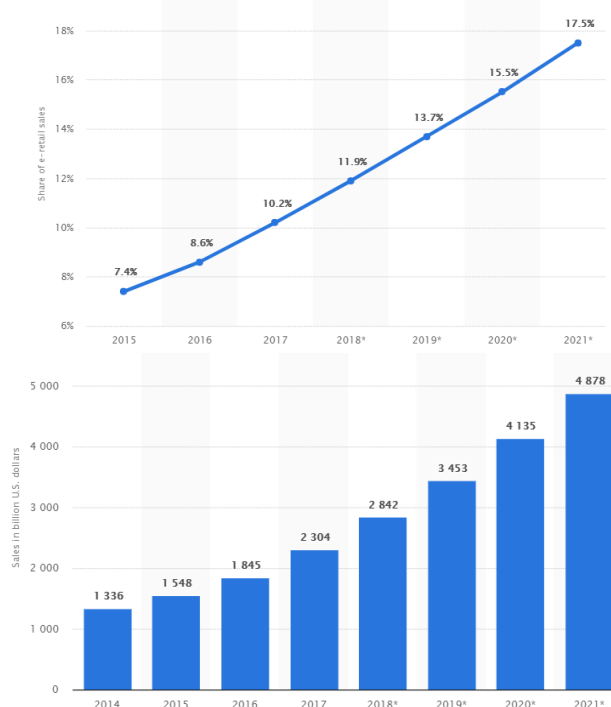


Рис. 1.2 – Мировая статистика доли электронной торговли (1) и размер продаж в долл. США (2) с прогнозами на ближайшие годы [4]

В целом E-commerce можно характеризовать как «осуществление бизнес-коммуникаций и транзакций в сетях и через компьютеры или как покупку/продажу товаров и услуг и передачу денежных средств при помощи цифровых коммуникаций» [1]. Большинство фирм в Республике Беларусь уже занимаются электронной торговлей в Интернет, так как прямая продажа своей продукции через Интернет является одним из самых привлекательных направлений использования Интернет-технологий в бизнесе. Поэтому проблемы и перспективы развития электронной торговли в Республике Беларусь являются актуальными.

В Республике Беларусь классический тип интернет-магазина, полностью автоматизированный и интегрированный в бизнес-процессы фирмы, встречается не часто. Сегодня для большинства представителей среднего и малого бизнеса в нашей стране – это слишком дорогое и трудоемкое решение. Поэтому распространена либо смешанная модель бизнеса B2C («коммерческий проект»), либо Интернет-витрина (с элементами автоматизации процессов).

Также большое распространение у представителей малого бизнеса в Республике Беларусь получили услуги PHP- и ASP-провайдеров в области электронной торговли или электронные площадки, которые за определенную плату предоставляют предпринимателям полностью готовый Интернет-магазин. Примером такой площадки является [www.shop.by](http://www.shop.by) [2]. Необходимо отметить, что отечественные предприятия самостоятельно создают свое представительство в сети Интернет. Примерами служат сайты кондитерской фабрики «Спартак» ([www.spartak.by](http://www.spartak.by)), ОДО «Виталюр» ([www.vitalur.nsys.by](http://www.vitalur.nsys.by)), Минской пивоваренной компании «Оливария» ([www.olivaria.com](http://www.olivaria.com)).

Интернет-аукционы – электронные ресурсы, предоставляющие пользователям возможность покупать и продавать товары на условиях аукционных торгов. В Беларуси примерами служат данные площадки: [www.ay.by](http://www.ay.by) (первый зарегистрированный, с 2004 года), [www.xlot.by](http://www.xlot.by), [www.belauktion.by](http://www.belauktion.by).

В белорусском сегменте Интернета существуют и сервисы коллективных покупок, аналоги которых имеют широкую популярность на Западе. Примером может служить сайт [www.rokupron.by](http://www.rokupron.by). Новация состоит в том, чтобы задействовать интернет-среду как посредника, который может привести большое число продавцов и покупателей благодаря массовой популярности сети Интернет. В схеме "продавец - посредник - покупатель" за посредника выступает интернет-сайт, зарабатывающий на предоставлении возможности объединяться в группы покупателям и берущий на себя привлечение продавцов. В мире такие инновационные формы торговли получили название сервисов "социального шопинга".

В то время как в мире появляется все больше веб-киосков (веб-киоск – форма интернет-торговли, основанная на использовании интерактивных экранов в местах большого скопления людей и покупок с помощью QR-кода), в Беларуси способ оплаты услуг и товаров с помощью смартфонов — через специальные QR-коды – также набирает популярность, но пока рано говорить о появлении полноценных веб-киосков. Такой способ оплаты доступен уже в некоторых магазинах, кафе, языковой школе. Список организаций пока небольшой, но стоит полагать, что вскоре он расширится. Кроме того, в перспективе белорусы могут получить возможность оплачивать таким способом коммунальные, почтовые и прочие услуги.

Перспективы развития электронной коммерции в Беларуси многообещающие. Для ее развития на сегодняшний день существуют все необходимые составляющие [3]:

- высококачественный интернет по всей стране;
- компактность страны: в течение суток товар может быть доставлен в любую точку республики;
- низкие цены на трафик;
- мобильный интернет;

растущая грамотность населения, благодаря социальным сетям и растущей популярности интернета (В 2017 г. проникновение интернета достигло 70%. Это значит, что 70% людей, проживающих в Республике Беларусь, являются регулярными пользователями сети Интернет).

Таким образом, электронная торговля интенсивно развивается и всё больше внедряется в нашу повседневную жизнь. В дальнейшем объёмы продаж через интернет будут лишь увеличиваться. Доля рынка e-commerce в Беларуси пока не превышает 2-3% всего товарооборота, в то время как средние цифры в развитых странах достигают 10–15%. Тем не менее, у нас большой потенциал роста доли e-commerce в экономике.

Список использованных источников:

1. Бергер Э.Дж. Е-коммерция и цепи поставок: ломка прежних границ / Управление цепями поставок. Под ред. Дж.Л. Гатторны. – М.: Инфра-М, 2008 - с.541
2. Ковалёв А.П. Состояние и направления развития электронной торговли в Республике Беларусь / А.П. Ковалёв // Управление в социальных и экономических системах: м-лы XXI международной научно-практической конференции, г. Минск, 15 мая 2012 г. / Минский ин-т управления; редкол.: Н.В. Суша [и др.]. – Минск, 2012. – С. 64–65.
3. Ковалёв, А.П. Развития электронной торговли в Республике Беларусь: опыт, проблемы, перспективы / А.П. Ковалёв // Актуальные проблемы науки XXI века. – 2013. – №1(2). – с. 97-103.
4. The Statistics Portal [Электронный ресурс]. – Статистические данные. – Режим доступа: <https://www.statista.com/statistics/379046/worldwide-retail-e-commerce-sales/>

## МЕССЕНДЖЕРЫ В БИЗНЕСЕ

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

*Клочко Е.С., Хмель О. В.*

*Горноста́й Л.Ч. – ст. преподаватель*

В 21 веке общение перешло на новый уровень: появление мессенджеров значительно упростило ведение бесед не только в повседневной жизни, но также и в деловой сфере. Мессенджер - это программа, мобильное приложение или веб-сервис для мгновенного обмена сообщениями. Чаще всего под мессенджером понимают программу, в которую вы пишете сообщения и где вы их читаете. Раньше, пользователя обменивались сообщениями посредством электронной почты и СМС-сообщений.

Главное отличие систем мгновенного обмена сообщениями от телефона, несмотря на слово «мгновенный» в названии, заключается в асинхронной коммуникации — человек может вам ответить не сразу, а когда у него будет на то желание или свободная минута. Второе отличие — возможность вести несколько бесед параллельно, что при помощи телефона совсем не реально. Именно эти качества и стали драйверами роста популярности мессенджеров: быть всегда на связи, общаться со многими, но сохранять свободу. Благодаря этому мессенджеры в бизнесе становятся популярнее с каждым днем.

Несмотря на многообразие мессенджеров для бизнеса выделяют следующие: WhatsApp, Viber, Facebook Messenger, Telegram, Skype, iMessage.