

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.

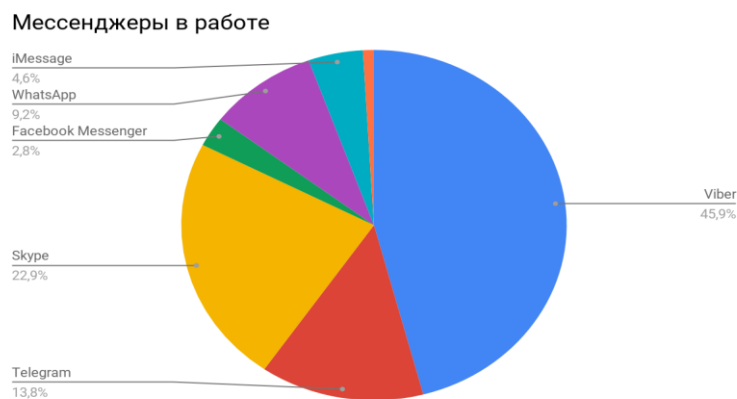


Рис. 1 – Популярность мессенджеров в бизнесе в РБ

Для Республики Беларусь одним из популярных мессенджеров в бизнесе является «Viber», затем следует «Skype», а следующий по популярности - «Telegram».

Для сравнения были собраны все преимущества и недостатки данных мессенджеров.

Мессенджеры	Плюсы	Минусы
WhatsApp	Создание групповых чатов. Изменение статуса ( <u>свободен/нет на месте</u> ). Ведение видеозвонка 1 на 1.	Невозможность создания секретных чатов. Имеет меньшую популярность в странах СНГ. Ведение видеоконференции отсутствует. Отсутствует версия для ПК.
Viber	Создание групповых чатов. Ведение видеозвонка 1 на 1. Удобная рассылка рекламы. Большой охват в странах СНГ. Возможность создания секретного чата с входом по паролю.	Нежелательная реклама (спам). Ведение видеоконференции отсутствует. Отсутствует версия для ПК.
Facebook Messenger	Возможность создания секретного чата. Возможность начать групповую видеосвязь. Закрепление рекламных записей. Есть версия для ПК.	Имеет меньшую популярность в странах СНГ.

Рис.2.1 – Сравнение мессенджеров

Telegram	Скорость работы. Шифрование сообщений. Высокий уровень безопасности. Создание секретных и групповых чатов. Ведение видеосвязи 1 на 1. Высокая популярность в странах СНГ и Европы. Есть версия для ПК.	Нет возможности ведения групповых видеозвонков.
Skype	Демонстрация экрана Высокий уровень безопасности. Возможность ведения <u>групповых</u> видеозвонков. Высокая популярность в странах СНГ и Европы. Изменение статуса ( <u>свободен/нет на месте</u> ). Есть версия для ПК.	Низкий уровень качества связи при скорости дней.
iMessage	Возможность мгновенного ответа на сообщение при входящем звонке. Возможность ведения продаж.	Отсутствие секретных и групповых чатов. Нет возможности вести видеоконференции.

Рис. 2.2 – Сравнение мессенджеров (продолжение)

Таким образом, был сделан вывод по сравнению преимущества/недостатка и популярности мессенджеров для людей бизнеса в Республике Беларусь.

Из преимуществ было выделено:

Создание групповых чатов (WhatsApp, Viber);

Изменение статуса (свободен/нет на месте);

Ведение видеозвонка 1 на 1 (WhatsApp, Viber);

Возможность создания секретного чата (Viber, Facebook Messenger, Telegram);  
Возможность начать групповую видеосвязь (Facebook Messenger, Skype);  
Закрепление рекламных записей (Viber Facebook Messenger);  
Безопасность, шифрование данных.

А из недостатков:

Для каждого региона присущ «свой мессенджер» (для стран СНГ – «Viber», для Америки «Facebook Messenger»);

Не всегда доступна версия для ПК;

Некоторые мессенджеры не поддерживают групповую видеосвязь;

Не всегда высокая скорость связи.

Список использованных источников:

1. <https://blog.ingate.ru/detail/messendzhery-bolshe-chem-obmen-soobshcheniyami> (Мессенджеры в бизнесе)
2. <http://www.allcio.ru/cionews/management/114977.html> (Мессенджеры в менеджменте)
3. <http://www.voipoffice.ru/tags/messendzhery/> (Обзор мессенджеров)

## ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ДРОНОВ В СФЕРЕ БИЗНЕСА

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

*Лузько Д.И., Полидовец И.И.*

*Цыганков В.Д. – к.т.н., доцент*

На сегодняшний день высокие технологии проникают почти во все сферы жизнедеятельности человека, тем самым совершенствуя рабочий процесс и сокращая время выполнения операции.

Современных людей нельзя представить без большого количества гаджетов, которые значительно упрощают их жизнь. Причиной этому является их доступность и простота в использовании. За последние несколько лет большую популярность приобрели квадрокоптеры (дроны) – беспилотные летательные аппараты с четырьмя пропеллерами. В настоящий момент они являются важным объектом исследования и проведения испытаний. Мы задались вопросом, как можно использовать дроны в качестве обеспечения безопасности на охраняемых объектах.

Целью исследования являлось изучение особенностей строения дрона, а также выявление форм и способов его применения.

Для изучения поставленной задачи использовались интернет-источники.

В результате было установлено, что в настоящее время дрон является мобильным и многофункциональным устройством, который способен выполнить почти все поставленные перед ним задачи.

В ходе работы были сделаны следующие выводы: особые способности дронов обеспечивают его незаменимость и широкое применение в различных сферах жизнедеятельности человека.

Список использованных источников:

1. <https://www.vedomosti.ru>
2. <http://www.sflife.com>
3. <http://technocontrol.info>

## ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМА В СИСТЕМЕ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

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

*Найдович К.А.*

*Ермакова Е.В. – к.э.н., доцент*

Интернет-реклама становится ключевым фактором современной торговли. В современном мире эффективное управление предприятием, его успешная деятельность невозможна без должного уровня рекламы в продвижении товаров или услуг. Реклама является ведущим звеном маркетинговых коммуникаций. Основной целью рекламы является увеличение спроса на товар или услугу, повышение узнаваемости, повышение лояльности и улучшение имиджа, выделение среди товаров-аналогов, повышение конкурентоспособности.

В настоящее время компании могут использовать различные инструменты Интернет-маркетинга, такие как: SEO (Search Engine Optimization), SMM (Social Media Marketing), контекстная реклама, баннерная реклама, SMO (Social Media Optimization), реклама в социальных сетях.

Контекстная реклама – тип Интернет-рекламы, при котором рекламное объявление показывается в соответствии с содержанием, контекстом Интернет-страницы (лат. contextus – соединение, связь). Кон-