

мального функционирования многих организаций и в нынешних реалиях требуется не просто выявление угроз, но и, что более важно, их предотвращение.

**Список использованных источников:**

1. <https://www.ptsecurity.com/ru-ru/research/analytics/cybersecurity-threatscape-2018/>
2. <https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-global-information-security-survey-rus/%24FILE/ey-global-information-security-survey-rus.pdf>
3. <https://securelist.ru/ksb-threat-predictions-for-2018/88032/>
4. <https://www.kv.by/post/1054212-mest-shpionazh-i-nevnimatelnost-kak-kompanii-zashchitsya-ot-utechki-informacii>
5. <https://ncsi.ega.ee/ncsi-index/>
6. [https://www.itu.int/dms\\_pub/itu-d/opb/str/D-STR-GCI.01-2017-R1-PDF-E.pdf](https://www.itu.int/dms_pub/itu-d/opb/str/D-STR-GCI.01-2017-R1-PDF-E.pdf)
7. [http://www.minfin.gov.by/upload/bp/act/zakon\\_301218\\_160z.pdf](http://www.minfin.gov.by/upload/bp/act/zakon_301218_160z.pdf)

## МИРОВОЙ ОПЫТ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ

*Сеидов Д.*

*Белорусская государственная академия связи  
г. Минск, Республика Беларусь*

*Карпук А.А. – к.т.н., доцент*

Приведена краткая история развития электронной торговли в мире. Рассмотрено текущее состояние электронной торговли в Китае, США, Великобритании, Японии, Германии и Канаде.

Активное развитие информационных технологий и сети Интернет создают принципиально новые условия для развития бизнеса, постоянно происходит формирование новых рынков, возникновение спроса на новые товары и услуги, создание принципиально новых предложений. Одним из активно развивающихся направлений электронного бизнеса является электронная коммерция и ее составная часть - электронная торговля. Под электронной торговлей понимается оптовая или розничная торговля, характеризующаяся заказом, покупкой, продажей товаров с использованием информационных систем и сетей. В настоящее время электронная торговля наиболее развита в Китае, США, Великобритании, Японии и Германии.

По ряду причин в Туркменистане темпы развития электронной торговли пока отстают от многих стран. Целью научных исследований автора является разработка предложений по дальнейшему развитию электронной торговли в Туркменистане на основе мирового опыта. На первом этапе исследований был проведен анализ мирового опыта электронной торговли, результаты которого изложены в настоящей работе.

В 1960 г. в США были разработаны первые системы для ведения электронного бизнеса. При этом сделки проводились с помощью специальных протоколов обмена данными, что тормозило скорость обработки. С целью развития электронной коммерции были разработаны и внедрены более современные стандарты, например EDI. Эта система представляет собой набор правил и норм, касающихся электронного оформления различных бумаг – таможенных деклараций, заказов, накладных документов и т. д. Немного позже подобные стандарты появились и в Европе, в первую очередь, в Великобритании. В 1980 г. началась активная деятельность по объединению американских и европейских технологий, был разработан новый стандарт – EDIFACT, использующий протокол X400.

С 1995 г. начинается активное ведение электронных сделок. При этом к концу 1996 г. с использованием стандарта EDI было совершено сделок более чем на 300 млрд долл. США. С 2000 по 2001 г. темпы развития электронной предпринимательской деятельности немного спали. Это было вызвано общей ситуацией в мировой экономике. Чрезмерное финансирование глобальной сети и активное развитие аудитории привело к обвалу на 214 пунктов индекса NASDAQ. Итог – затяжной спад в экономике не только США, но и в странах всего мира. Основной причиной было отсутствие достаточного опыта у людей, которые впервые стали у руля такого бизнеса. По статистике почти 2/3 таких компаний оказались убыточными и потянули на «дно» экономику своих стран [1].

С 2001 по 2007 г. ситуация стабилизировалась и интернет-индустрия снова набрала темп. Появились специалисты в этой отрасли, бизнес в Интернете стал более продуманным. Многие предприниматели считали делом принципа открыть новый магазин и занять свою «ячейку» в глобальной мировой сети. При этом бизнесмены часто брали средства займы для создания собственного бизнеса. В течение 6 лет объем интернет-магазинов вырос почти на 17%. Людей привлекала в этот бизнес невероятная перспектива заработка и огромный рынок клиентов. Потенциальная прибыль исчислялась триллионами долларов.

С 2008 по 2010 г. – период глобального кризиса, когда электронный бизнес снова снизил темпы развития. Руководители крупных компаний были вынуждены думать о снижении затрат, поэтому многие решились на закрытие интернет-ответвлений. Пострадали в этот период и интернет-магазины, некоторые из которых были вынуждены приостановить свою деятельность.

С 2010 г. началась эпоха стабилизации электронной торговли. В последующие годы число интернет-магазинов и компаний, желающих вывести в Интернет свой бизнес постоянно растет. В настоящее время сложно найти крупную организацию или даже небольшую фирму, у которой нет своего сайта (с возможностью покупки товара через Интернет) или хотя бы своей странички в сети.

Следующие данные о развитии электронной торговли в различных странах приведены в работах [2, 3]. Лидером по объему рынка электронной торговли является Китай и этот объем составляет \$562,66 млрд. Из общего количества онлайн-покупок 33% происходят с мобильных устройств (планшетов и смартфонов), 67% – со стационарных компьютеров. Средний возраст онлайн-покупателя – 25 лет. Шопинг является самой быстрорастущей онлайн активностью в Китае.

Второе место занимает США с объемом рынка \$349,06 млрд. В США насчитывается около 191,1 млн. онлайн-покупателей, из них 13% предпочитают покупать при помощи планшетов, 15% – со смартфонов, 72% – со стационарных компьютеров. В целом в онлайн-режиме работает больше половины (57,4 %) американских магазинов.

Великобритания с объемом рынка \$93,89 млрд. находится на третьем месте, при этом онлайн-торговля составляет 13 % от общего числа розничных продаж. 12,1 % покупок совершается с планшетов, 16,5 % – со смартфонов, 71,4 % – со стационарных компьютеров.

Объем рынка электронной торговли Японии составляет \$79,33 млрд. Почти вся японская интернет-аудитория, которая составляет 80% от общей численности населения, совершает покупки в онлайн-магазинах, из них 6% покупок происходят с планшетов, 46% – со смартфонов, 48% – со стационарных компьютеров.

Объем рынка электронной торговли Германии составляет \$74,46 млрд. Из общего количества онлайн-покупок 11,5% происходят с планшетов, 16,2% – со смартфонов, 72,3% – со стационарных компьютеров. Объем рынка электронной торговли Франции составляет \$42,62 млрд. Только 68% из 66,2 млн. жителей Франции являются пользователями интернета. Это значительно меньше, чем в Великобритании, США, Германии и Китае. 8,1% покупок происходят с планшетов, 11,1% – со смартфонов, 80,8% – со стационарных компьютеров. Объем рынка электронной торговли Южной Кореи составляет \$36,76 млрд. Всего 1% покупок совершается с планшетов, 50% – со смартфонов, 49% – со стационарных компьютеров. Объем рынка электронной торговли Канады составляет \$28,77млрд. Из общего количества онлайн-покупок 7,5% совершаются при помощи планшетов, 8,7% – со смартфонов, 83,8% – со стационарных компьютеров. 45 % покупок происходят на иностранных сайтах.

Однако для достижения подобных результатов требуется решить ряд задач по организации электронной торговли. В первую очередь, государство должно обеспечить высокий процент распространения высокоскоростного Интернета, доступного для населения. Кроме того, необходимо обеспечить доступ к мобильному Интернету с планшетов и смартфонов. Очень важно обеспечить безопасность личных данных покупателей и гарантировать возврат товара или денег при покупке некачественного товара. Для привлечения большого числа покупателей продавцы должны обеспечить преимущества электронной торговли перед традиционной: большой ассортимент товаров, быструю доставку, возможность любого вида оплаты. Необходимо также провести работу с потенциальными покупателями, помочь им приобрести навыки покупок в онлайн-режиме.

В последние годы электронная торговля активно осваивается и в Туркменистане [4]. Это объясняется несколькими причинами, главной из которых является тот факт, что Интернет с каждым годом становится все доступнее для жителей страны, и увеличивается его роль в жизни общества (тем более, что Интернет открывает огромные возможности практически во всех сферах). За последний год в Туркменистане появились безлимитные тарифы на Интернет, снизилась общая стоимость услуг Туркментелекома, оператор ТМ CELL предлагает услуги стандарта 4G. При такой огромной функциональности есть огромное количество вариантов ведения электронного бизнеса, один из которых – интернет-магазины. За 2017 г. количество интернет-магазинов увеличилось в 2 раза. Это в основном магазины компьютерной электроники, одежды, обуви и аксессуаров, продуктов питания, подарков и цветов, блюд с доставкой и т. д. Вот только некоторые из них: dukan.tm (популярные товары, товары для детей, косметика), tarixo.com (основные разделы каталога: реклама, авто, недвижимость, электроника, бизнес и услуги), altyngold.com (ювелирные украшения), bazon.biz (подарки, цветы, услуги), emarket.tm.com (компьютерная и мобильная техника), mirmart.com (продукты питания), hyzmatkar.com (заказ блюд с

доставкой), mexx-tm.com (одежда и обувь), intrend.tm (одежда и обувь из США), awto.tm (автомобили из США), eldorado.tm.ru (бытовая техника).

Результаты проведенного анализа мирового опыта электронной торговли будут положены в основу предложений по дальнейшему развитию электронной торговли в Туркменистане.

**Список использованных источников:**

1. Третьякова, К.С. Электронный бизнес: мировая и российская практика / К.С. Третьякова, О.В. Беляева // Проблемы и перспективы электронного бизнеса: сб. научн. ст. межд. науч.-практ. конф. – Гомель: УО «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации», 2017. – С. 52-56.
2. Хаванова, Н.В. Анализ мирового и российского рынка электронной торговли: тенденции и проблемы развития / Н.В. Хаванова, Е.В. Бокарева // Сервис в России и за рубежом. – 2017. – Т. 11. – Вып. 3. – С. 136-148.
3. Ветрова, Е.Н. Состояние и перспективы развития электронной коммерции / Е.Н. Ветрова, Е.А. Яковенко // Научный журнал НИУ ИТМО. Серия «Экономика и экологический менеджмент». – 2016. – № 3. – С. 65-70.
4. Арланова, А.А. Развитие электронного бизнеса: мировой и туркменский опыт / А.А. Арланова // Проблемы и перспективы электронного бизнеса: сб. научн. ст. межд. науч.-практ. конф. – Гомель: УО «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации», 2017. – С. 7-11.

## **ПЕРСПЕКТИВЫ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ КРАУДЭКОНОМИКИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

*Андрианова А.А., Кутюк Ю.А.*

*Белорусский государственный экономический университет  
г. Минск, Республика Беларусь*

*Довыдова О.Г. – м.э.н., преподаватель*

В данной работе были рассмотрены некоторые теоретические понятия краудэкономики. Изучена ситуация в Республике Беларусь относительно ее развития в данном направлении; выделены площадки, посредством которых обеспечивается функционирование краудэкономики в Республике Беларусь. Выделены основные проблемы функционирования и развития краудэкономики Республики Беларусь, а также приведены основные направления их совершенствования с целью развития экономики страны.

В настоящее время электронная коммерция заняла свою нишу в мировых экономических процессах. Частью данного процесса является краудэкономика. Краудэкономика – это экономическая модель, в которой собственность и права доступа разделены между людьми, стартапами и корпорациями. Совместная экономика позволяет людям эффективно получить то, в чем они нуждаются, производителям – добиться максимальной эффективности, выпуская продукцию по прямому запросу потребителей.

Инструментом реализации краудэкономики являются краудфандинговые площадки. Первая в Беларуси краудфандинговая платформа, в которой все деньги, собранные на основании договоров дарения, «Улей». В качестве аналога организаторы Ulej.by использовали популярную платформу Kickstarterc моделью «Все-или-Ничего», то есть если проект не собирает необходимую сумму, деньги в полном объеме возвращаются дарителям. Финансовую поддержку для данной платформы можно получить через площадку Talaka.by. Здесь можно найти сооснователей, помощников, экспертов, партнёров и спонсоров для реализации проекта.

Стоит отметить, что все деньги, собранные на проекты Ulej.by – это деньги, собранные на основании договоров дарения, сумма которых при превышении 4 947 рублей облагается подоходным налогом 13 %. Все собранные при помощи краудфандинговой площадки средства хранятся на временном счете проекта в ОАО «Белгазпромбанк» в течение всего срока краудфандинговой кампании. Общая комиссия Улея, банка и платежной системы составляет 10 %. Комиссия берется только с успешно профинансированных проектов [1].

Важным свойством краудэкономики является не только альтернативный способ финансирования новых продуктов и технологий, но и возможность предсказывать появление новых. Основным объектом новой экономики являются идеи, знания и технологии. Составными частями краудэкономики сегодня являются краудфандинг, и краудсорсинг.

На сегодняшний день, в Республике Беларусь, существует несколько успешных проектов, реализованных с помощью краудэкономики. Например, проект «Мой город» 115.бел создан для того, чтобы жители Минска могли обратиться по поводу жилищно-коммунальных проблем. Сам портал не является официальным представителем какого-либо государственного органа, но играет роль посредника между жителями города и администрацией, а также предоставляет площадку для деятельности неравнодушных людей.

В Республике Беларусь в благотворительности уже используются краудсорсинг и краудфандинг. Белорусские IT-компании используют некоторые элементы краудэкономики.