

МИРОВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И НАПРАВЛЕНИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

Дербенев М.Ю.¹, Семёнова Е.А.²,

*¹студент 3 курса и ²студентка 2 курса ВГУ имени П.М. Машерова,
г. Витебск, Республика Беларусь*

Научный руководитель – Салахова Ю.Ш., ст. преподаватель

Ключевые слова. Электронная коммерция, информационно-коммуникационные технологии, цифровизация, международная торговля, интернет площадка.

Keywords. Ecommerce, information and communication technologies, digitalization, international trade, internet platform.

Электронная коммерция, являясь одной из форм ведения электронного бизнеса, сегодня стремительно развивается во всем мире. Правила и принципы ее проведения во многом схожи в разных странах с целью обеспечения ее функционирования в условиях глобализации мировой экономики, в том числе в рамках экспортно-импортных отношений. Развитие форм электронной коммерции во многом обусловило процесс цифровизации, который в XXI веке стал одним из ключевых направлений. Это подтверждается постоянно увеличивающимся объемом электронных сделок купли-продажи. По прогнозам экспертов, в ближайшие пару десятилетий объем электронной торговли достигнет более, чем 90% от оборотов мировой торговли. Разработка теоретических положений электронной коммерции началась в конце XX века, однако до сих пор единый подход к ее организации не выработан [1]. В этой связи, изучение аспектов функционирования, взаимосвязей и тенденций в сфере электронной коммерции является актуальным.

Цель исследования – определение общемировых тенденций развития электронной коммерции, а также возможных форм и механизмов ее реализации в рамках цифровой экономики.

Материал и методы. В целях научного исследования были изучены мировые тенденции электронной коммерции на основе статистических данных, в том числе отечественных и зарубежных, а также нормативно-правовое обеспечение. В работе использованы различные методы проведения научных исследований, в том числе индукция и дедукция, анализ и синтез, сравнение, аналогия и другие.

Результаты и их обсуждение. Электронная коммерция представляет собой одну из форм (частей) осуществления электронного бизнеса, подразумевающую под собой процесс купли-продажи товаров (работ, услуг), организованный через цифровые системы с применением информационно-коммуникационных технологий и электронных процедур [2]. Электронный бизнес, как более широкое понятие, сегодня является частью мировой цифровой экономики.

Подходы к теоретическому и практическому концепту электронной коммерции за последние сорок лет претерпевали значительные изменения в соответствии с мировыми тенденциями. Изначально к электронной форме относился тот способ ведения хозяйственной деятельности, который организовывался с использованием технологий электронного обмена данными. Следующим этапом стало введение в широкий оборот функций электронного управления ресурсами, их каталогизация, обработка и хранение данных. Сегодня к электронной коммерции мы будем относить те формы торговли, при которых используются электронные информационные технологии в условиях развития цифровой экономики [3].

Многообразие форм и видов электронной коммерции обусловило ее популярность во всем мире. Ее можно классифицировать в зависимости от нескольких признаков:

- предмет продажи (товары, работы или услуги (физические или цифровые));
- участники сделок и целевые клиенты (B2B, B2C, C2C, B2G, C2G и др.);
- способ реализации продукции (подписка, аффилированный маркетинг, дроп-шиппинг, складирование и др.);
- вид применяемых технологий / используемых гаджетов (F-commerce, M-commerce, T-commerce, U-commerce и др.).

Лидерами по объемам электронной торговли традиционно являются страны Азиатско-Тихоокеанский регион: Китай, Гонконг, Малайзия, Республика Корея и др. КНР сегодня – крупнейший электронный рынок, на котором ведут бизнес каждые четыре китайские компании их шести. Европа по данным показателям значительно отстает.

Развитию электронной коммерции в мире в последние годы способствовали карантинные ограничения из-за COVID-19, препятствующие традиционной розничной торговле. С новыми реалиями столкнулись как покупатели, продавцы, так и производители, поставщики. Мировой бизнес показал рекордный скачок B2C продаж: только за 2020 год показатель увеличился на 27,6% – 4,28 трлн. долларов (за 5 лет увеличение произошло в 3 раза). По оценкам экспертов, за 2020 г. количество новых пользователей электронных площадок онлайн покупок увеличилось на 150 млн. чел в мире. Все это обусловило интерес к электронной коммерции развивающихся стран.

Перспективность развития электронной коммерции заставила развиваться и электронную инфраструктуру. Большой интерес в ИТ-секторе сегодня вызывают технологии, обеспечивающие безопасность цифровых и мобильных кошельков, хранилищ баз данных.

Отдельное направление составляет применение технологий искусственного интеллекта и дополненной виртуальной реальности при организации цифровых сделок купли-продажи, позволяющие, в том числе персонализировать онлайн-покупки.

Заключение. Для успешной организации электронной коммерции необходимо инновационное развитие применяемых информационно-коммуникационных технологий, как ключевого компонента цифровой экономики. В этой связи, для обеспечения прогресса и безопасности в области цифровизации национальной экономической системы необходимо уделить внимание разработке:

- отечественных аналогов облачных хранилищ;
- цифровых технологий безопасности при организации и подтверждении электронных сделок;
- аналогов программного обеспечения для организации электронной коммерции с удобным пользовательским интерфейсом;
- законодательно закрепленных норм, стандартов и специальных правил, обеспечивающих интеграцию традиционных и электронных форм коммерции и др.

1. Салахова, Ю. Ш. Пути совершенствования законодательной базы регулирования электронной коммерции / Ю. Ш. Салахова, М. Ю. Дербенев // Наука – образованию, производству, экономике : материалы 74-й Регион. науч.-практ. конф. преподавателей, науч. сотрудников и аспирантов, Витебск, 18 февраля 2022 г. – Витебск : ВГУ имени П. М. Машерова, 2022. – С. 387–388. URL: <https://rep.vsu.by/handle/123456789/31731> (дата обращения: 06.09.2022 г.)

2. Салахова, Ю. Ш. Теоретические аспекты правового обеспечения электронного бизнеса в Республике Беларусь / Ю. Ш. Салахова, М. Ю. Дербенев // Наука – образованию, производству, экономике : материалы 73-й Регион. науч.-практ. конф. преподавателей, науч. сотрудников и аспирантов, Витебск, 11 марта 2021 г. – Витебск : ВГУ имени П. М. Машерова, 2021. – С. 451–452. URL: <https://rep.vsu.by/handle/123456789/27059> (дата обращения: 06.09.2022 г.)

3. Богатырёва, В. В. Перспективы и риски, связанные с появлением новых форм человеческого капитала и мотивации труда в условиях развития цифровой экономики в Республике Беларусь / В. В. Богатырёва, М. Ю. Бобрин, Ю. Ш. Салахова // Экономическая наука сегодня : сб. науч. ст. – Минск : БНТУ, 2022. – Вып. 15. – С. 7–14.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОГО БИЗНЕСА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Дербенев М.Ю.,

студент 3 курса ВГУ имени П.М. Машерова, г. Витебск, Республика Беларусь

Научный руководитель – Салахова Ю.Ш., ст. преподаватель

Ключевые слова. Электронный бизнес, цифровизация, потенциал, инновации, информационное пространство.

Keywords. E-business, digitalization, potential, innovation, information space.

За последние десятилетия благодаря развитию современных телекоммуникационных и информационных технологий, а также повсеместному расширению интернет-покрытия наблюдается появление новых формы взаимодействия субъектов экономики.