

создает единое информационно-интеллектуальное пространство. Благодаря участию в межвузовском инновационном комплексе повышается вклад каждого вуз-учредителя в увеличение значимости высшей школы на различных уровнях. Предназначение межвузовского инновационного комплекса состоит в воссоздании и поддержке инновационного предпринимательства в сфере науки, техники, технологии и научно-технического обслуживания, а его деятельность как инфраструктуры поддержки инновационной деятельности позволит рационально и экономно распорядиться силами и средствами вузов и других заинтересованных сторон.

Заключение. Создание в регионах в условиях инновационного развития и цифровизации экономики межвузовских инновационных комплексов, объединяющих ресурсы вузов и других заинтересованных сторон, позволит реализовывать комплекс мер по активизации решения социально-экономических региональных проблем, созданию инфраструктуры поддержки инновационной деятельности, повышению конкурентоспособности не только вузов, но и муниципальных образований и регионов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Панышин Б. Цифровая экономика: особенности и тенденции развития / Б. Панышин // Наука и инновации. 2016. Т.3. № 157. С. 17-20.
2. Андреева Г.С. Вопросы оценки финансово-экономической устойчивости и надежности функционирования строительных организаций в условиях развития отраслевого саморегулирования / Г.С. Андреева // Инновации и инвестиции. 2018. № 1. С. 19-23.
3. Белоусова Е.М. Управление реконструкцией недвижимости: факторы и принципы / Е.М. Белоусова // Экономические аспекты управления строительным комплексом в современных условиях: сборник статей. Самара: СГАСУ. 2016. С. 219-223.
4. Голубова О.С. Подходы к оценке экономической эффективности в инвестиционно-строительной сфере деятельности / О.С. Голубова // Социально-экономическое управление: теория и практика. 2019. № 3 (38). С. 7-10.
5. Грахов В.П. Особенности государственной поддержки жилищного строительства в регионе / В.П. Грахов, С.А. Мохначев, Ю.Г. Кислякова, У.Ф. Симакова // Север и рынок: формирование экономического порядка. 2016. № 1 (48). С. 21-29.
6. Грахова Е.В. Анализ факторов рисков инвестиционной деятельности в строительной отрасли Российской Федерации / Е.В. Грахова, И.В. Напольских, Д.В. Напольских // Социально-экономическое управление: теория и практика. 2018. № 1 (32). С. 88-90.
7. Грахова Е.В. Проблемы саморегулируемой организации в строительстве / Е.В. Грахова, М.А. Силин // Социально-экономическое управление: теория и практика. 2018. № 2 (33). С. 93-96.
8. Иванов М.Ф., Балабенко Е.В., Коросташовец А.В. Экономическая устойчивость как инструмент антикризисного управления, обеспечивающий социально-экономическое развитие строительного предприятия // Экономика строительства и городского хозяйства. 2019. Т. 15. № 1. С. 53-60.
9. Никулина О.В. Экономическая безопасность строительной компании в аспекте расходования средств и финансово-экономической устойчивости / О.В. Никулина, Е.Н. Яковлева // Инженерный вестник Дона. 2017. № 4 (47). С. 217.
10. Грахов В.П. Информационное обеспечение механизмов реализации маркетинг-менеджмента в инвестиционно-строительном комплексе региона / В.П. Грахов // Экономическое возрождение России. 2008. № 4 (18). С. 60-66.
11. Грахов В.П. Особенности обеспечения экономической устойчивости строительных организаций региона в условиях больших вызовов / В.П. Грахов, С.А. Мохначев, Ю.Г. Кислякова, У.Ф. Симакова // Современные тенденции управления и экономики в России и мире: цивилизационный аспект. Сборник научных статей и докладов I Международной научно-практической конференции, 19 декабря 2019 года, Институт мировых цивилизаций. М.: 2020.
12. Шукшунов В.Е. Пришло время создания в России виртуальных университетских технопарков / В.Е. Шукшунов, А.А. Сенин. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://innovbusiness.ru/content/document_r_9C49A9BD-8F6B-4065-8128-D156C9BB9153.html (дата обращения 10.02.2020)

УДК 339.138

ЭЛЕКТРОННЫЕ ТОРГОВЫЕ ПЛОЩАДКИ КАК ИНСТРУМЕНТ АКТИВИЗАЦИИ ЭКСПОРТА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

д-р. экон. наук, профессор, чл.-корр. НАН Беларуси А.Е. Дайнеко, ФММП БНТУ, г.Минск

Резюме - электронная коммерция является важнейшей формой сетевой экономики, которая определяет содержание перехода мировой экономики к новому этапу – циклу цифрового экономического развития. Присущие ей институциональные особенности обуславливают не только трансформацию концепции маркетинга, но и всего процесса товародвижения в глобальном экономическом пространстве.

Ключевые слова: торговые интернет-площадки, электронная коммерция, экспортный маркетинг.

Введение. В настоящее время на мировых рынках активно развивается электронная коммерция, включающая в себя весь процесс взаимодействия экспортера и импортера в интернет-пространстве. Топ-менеджеры, которые первыми начали использовать эти возможности, обеспечивают своим предприятиям как охват массовых сегментов, так и завоевание узких рыночных ниш. Коммерческим организациям Республики Беларусь следует ускорить внедрение сетевых диджитал-технологий в практику осуществления внешнеторговых операций.

Основная часть. Внедрение информационно-коммуникационных технологий в повседневную жизнь путем использования различных электронных гаджетов и мобильных устройств значительно упростило дистрибьюцию товаров и услуг (в том числе – на экспорт). На основе так называемой виртуальной реальности на мировых рынках происходит активное внедрение и развитие нейросетей, где онлайн-маркетологи отслеживают предпочтения целевых аудиторий и предлагают соответствующие продукты. Осуществляется постоянная электронная «слежка» за потребителем через различные мобильные приложения. В результате возник целый ряд новых видов электронных услуг. Банки стали переходить на предоставление своих услуг с помощью использования электронных денег и кошельков. Все более набирает обороты развитие телемедицины, когда врачи консультируют пациентов «на расстоянии» с использованием интернета. Развивается интерактивный аутсорсинг, когда работодатель ставит задачи и получает результат от привлеченных работников в онлайн-режиме. Расширяются области дистанционного обучения. Вызов и оплата такси, заказ товаров из супер- и гипермаркетов все более осуществляется через мобильную сеть. Рассмотрим важнейшие особенности использования системы электронной торговли.

1. Электронные торговые площадки предоставляют открытый доступ к базам данных экспортеров-импортеров и торговых процедур (аккредитив, инкассо). Это дает возможность быстро найти необходимую информацию о контрагентах, конкурентах, способах платежа, ценах и т.п., а также быстро и репрезентативно провести маркетинговые исследования.

2. Регистрация в сети означает размещение фактографической информации об экспортере и его продукции. Это позволяет с минимальными затратами проводить масштабные маркетинговые кампании по их промоции.

3. Предоставляется возможность импортерам подписаться на профильные рассылки и получать по электронной почте уведомления об интересующих процедурах и конкурсных торгах.

4. Экспортер может участвовать в различных процедурах международного маркетинга любого уровня сложности (коммерческие переговоры, запросы цен и оферт, аукционы импортеров).

5. Предоставляется бесплатный доступ к документации в электронном виде по всем торговым процедурам и конкурсным торгам.

6. Сокращаются издержки экспортера на участие в торговых процедурах и конкурсных торгах, предлагаемых импортерами.

7. Минимизируется документооборот на бумажных носителях (документы формируются в диджитал-форматах, в виде записи на счетах и заверяются электронными цифровыми подписями).

8. Значительно расширяется охват мировых рынков сбыта и снятие географических барьеров, что в свою очередь, ведет к существенному увеличению объемов экспортных поставок.

9. Сети предоставляют экспортерам удобные сервисы для эффективной работы (получение электронной цифровой подписи и банковской гарантии, экспресс-кредитование на внесение обеспечения заявок, финансовые калькуляции, услуги страхования, логистические расчеты, перевод на иностранные языки и др.).

В то же время, при работе на электронных торговых площадках существуют и определенные риски, которые можно разделить на технологические и коммерческие риски. К технологическим рискам относятся некачественная связь провайдера, вероятность взлома средств криптозащиты и внутренней атаки на базы данных торговых площадок, утечка конфиденциальной информации и т.д. Для импортеров существуют коммерческие риски несоответствия качества продукции и утраты доверия к экспортеру, отсутствия доступа к послепродажному обслуживанию, расхождения контрактной цены с рыночными показателями и др. Коммерческими рисками для экспортера являются потеря контроля над ценообразованием, возможная конкуренция со стороны посредников, усложнение логистики, снижение прибыли и добавленной стоимости.

Электронные торговые площадки выполняют следующие важные функции:

1) Информационная функция позволяет ознакомиться с перечнем организаций, работающих на электронной торговой площадке, получить информацию по интересующим экспортно-импортным операциям.

2) Функция мониторинга позволяет осуществлять маркетинговый поиск покупателей и потребителей определенных работ и услуг, а также получать информацию о потребностях и предложениях, которые размещают на площадке другие организации.

3) Рекламно-коммуникационная функция. Разместив информацию о своей организации и продукции на электронной торговой площадке, экспортер сразу попадает в единое информационное пространство.

4) Коммерческая функция позволяет экспортеру как организатору торгов осуществлять полный комплекс разнообразных торгово-закупочных мероприятий по промоции товаров и услуг, а импортеру как участнику торгов – осуществлять комплекс действий для их покупки или заказа.

5) Аналитическая функция позволяет экспортеру проводить сравнительный маркетинговый анализ различных показателей деятельности импортеров, правильно выбрать контрагентов для выполнения поставок, работ и услуг по интересующей тематике.

6) Функция защиты информации делает возможным безопасный электронный документооборот, построенный с использованием сертифицированных средств криптографической защиты информации.

Выделим преимущества работы на электронных торговых площадках для экспортеров и импортеров:

- Прозрачность и открытость процесса торгов, исключая работу недобросовестных сотрудников со «своими» фирмами-поставщиками и неценовые методы ведения конкурентной борьбы, а также наличие равных возможностей у всех участников конкурсных торгов.
- Отсутствие необходимости офлайн-присутствия представителей экспортера и импортера, когда мобильное участие в торгах доступно из любой точки мира.
- Возможность участия для представителей любого бизнеса – цена, условия оферты или лота ничем не ограничены.
- Сокращение транзакционных издержек по сравнению с экспортом по схемам традиционной торговли.

В данном аспекте, очевидно, что сетевые торговые площадки дают возможность значительно упростить проведение операций на всех этапах, сделать торговлю более оперативной и прозрачной. Часто, в таких случаях представитель стороны импортера имеет возможность интерактивного контроля процесса выполнения заказа путем работы с базами данных экспортера. Информация о товарах может быть представлена как на сайтах, доступных для всех пользователей в интернете, так и на веб-ресурсах, доступных только для авторизованных пользователей. Примером такого взаимодействия может быть оформление онлайн-заказа местным дилером в личном кабинете, размещенном на сайте регионального представительства или официального дистрибьютора.

Для промышленных предприятий Республики Беларусь предлагается следующий алгоритм формирования модели электронной торговой площадки, включающий этапы:

1. Аудит имеющейся структуры товаропроводящей сети, выделение субъектов (дилеров, агентов, комиссионеров, коммивояжеров, джаберов и т.д.) и организационных форм (опционные торги, рубричные каталоги, участие в специализированных выставках и т.д.).
2. Составление гипотезы о совершенствовании экспортных поставок посредством информационно-коммуникационных технологий развития организационных структур и взаимодействия с субъектами.
3. Выбор реализуемых гипотез о совершенствовании экспортных поставок.
4. Внедрение тестового способа взаимодействия с субъектами или тестовых организационных структур с использованием информационно-коммуникационных технологий.
5. Оценка и сопоставление тестового и регулярного способа экспортных поставок.
6. Внедрение успешных тестов экспортных поставок.

Таким образом, международный бизнес все чаще использует альтернативу физическим точкам продаж в виде открытия электронной платформы и, соответственно, снижения затрат на получение необходимого потока потребителей и расширение рынков сбыта.

Заключение. Электронная коммерция является важнейшей формой сетевой экономики, которая определяет содержание перехода мировой экономики к новому этапу – циклу цифрового экономического развития. Присущие ей институциональные особенности обуславливают не только трансформацию концепций маркетинга и экспорта, но и всего процесса товародвижения в глобальном экономическом пространстве.

ЛИТЕРАТУРА

1. Абдикеев, Н. М. Интернет-технологии в экономике знаний. – М.: Инфра-М, 2014. – 448 с.
2. Внешнеэкономическая стратегия Республики Беларусь: теоретические и практические аспекты / А.Е. Дайнеко [и др.]; науч. ред. А.Е. Дайнеко, Т.С. Вертинская. – Минск: Беларуская навука, 2016. – 302 с.
3. Гаврилов, Л. П. Информационные технологии в коммерции. – М.: Инфра-М, 2013. – 238 с.
4. Глубокий, С.В. Товаропроводящая сеть предприятия: эффективные решения по организации, маркетингу и менеджменту / С.Глубокий. – Минск: Изд-во Гревцова, 2008. – 376 с.
5. Дайнеко А.Е., Абрамчук Н.А., Береснев Д.В. Научные основы диверсификации экспорта товаров Республики Беларусь // Доклады НАН Беларуси. – Минск, 2016. – Т. 60. – №1 – С.116-123.
6. Федотова, Е. Л. Информационные технологии и системы. – М.: Форум; Инфра-М, 2013. – 352 с.

УДК 658

ПРОЕКТИРОВАНИЕ БУДУЩЕГО: НОВЫЕ РИСКИ, ПЕРСПЕКТИВНЫЕ БИЗНЕС-МОДЕЛИ, СТРАТЕГИИ ИНТЕЛЛЕКТУАЛИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ

д-р. экон. наук, профессор Л.Н. Нехорошева, БГЭУ, г. Минск

«Темп перемен в мире бизнеса растет. Топ менеджерам необходимо подготовить свои организации к процветанию в мире, где режим «изменения» всегда включен»

Тью Блумарт, Стефан ван де Брук

Резюме - актуальность исследования обусловлена современным развитием экономики в контексте новых технологических мегатрендов и цифровизации. Цифровая трансформация экономики предполагает формирование и использование новых бизнес-моделей. Цифровые технологии лежат в основе системы управления знаниями, коммерциализации результатов интеллектуальной деятельности. Проведен анализ и