

условий; серьезные допущения, нет четкого соблюдения хода реализации проекта; существует «альтернативный» план реализации; менеджеры имеют множество полномочий; принимаемые решения достаточно нестандартны; используются креативные идеи и ненормативные подходы.

ЛИТЕРАТУРА

1. Jafari A. Project Management in the Age of Complexity and Change // Project Manajement Journal. – 2003. – № 34 (4). – P. 47–57.
2. Захаров В.Я., Блинов А.О., Хавин Д.В. Антикризисное управление. Теория и практика: Учебное пособие для студентов ВУЗов / В.Я. Захаров, А.О. Блинов, Д.В. Хавин – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006. – 287с.
3. Карлинская Е.В. Развитие методологии управления инновационными и антикризисными проектами [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.epmc.ru/docs/Paper_091210_1221. – Дата доступа: 19.03.2021

УДК 336.648

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

*А.С. Копанева, студент группы 10507116 ФММП БНТУ,
научный руководитель – канд. экон. наук, доцент В.Ф. Карнович*

Резюме – развитие информационно-коммуникационных технологий привело к резкому росту популярности электронной торговли. Субъекты бизнеса и физические лица получили возможность осуществлять свои коммерческие сделки и другие операции в онлайн режиме. В работе автором представлено видение дальнейшего развития электронной торговли.

Summary – the development of information and communication technologies has led to a sharp increase in the popularity of electronic commerce. Business entities and individuals were able to carry out their commercial transactions and other operations online. In the work, the author presents a vision of the further development of electronic commerce.

Введение. Под электронной торговлей понимается любая форма коммерческой операции, при которой стороны взаимодействуют в электронной форме, а не посредством физического обмена или прямого физического контакта, которая приводит к передаче права собственности или права пользования товаром или услугой от одного лица другому.

Основная часть. Рынок электронной торговли в Беларуси еще не достиг пика своего развития, а население находится на этапе ознакомления с новыми платежными возможностями. Несмотря на это, в 2020 году онлайн-продажи в Республике Беларусь показали самые высокие темпы роста за последние 4 года. Основная причина заключается в изменении спроса в связи с пандемией. На самом деле, онлайн покупка товаров стала самым безопасным способом торговли: товар доставляется домой, а курьер доставляет его бесконтактно.

Рост спроса подтолкнул многие предприятия к работе в Интернете. Это создало конкуренцию не только между магазинами, но и между поставщиками сопутствующих услуг, таких как оплата и доставка через Интернет. В результате сервис для конечных потребителей онлайн стал лучше. И это является основной предпосылкой для того, чтобы сделать онлайн-шопинг привычкой.

Следует отметить, что у электронной торговли существует ряд преимуществ для организаций, которые значительно повышают эффективность их деятельности [1, с. 256]:

- использование электронной торговли, обеспечивает выход на зарубежные рынки с минимальными капиталовложениями. Поиск партнеров по бизнесу осуществляется с использованием онлайн и оффлайн сервисов, без необходимости организации личных контактов на первичном уровне взаимодействия;
- электронная торговля способствует снижению затрат на создание, распространение, извлечение и управление информацией на бумажных или иных носителях путем ее оцифровки;
- улучшается имидж бренда компании;
- упрощаются бизнес-процессы: они становятся быстрее и эффективнее;
- сокращается объем бумажной работы;
- повышается производительность организаций.

В современной электронной торговле выделяют четыре направления взаимодействия: 1) бизнес для бизнеса (B2B) – взаимодействие между компаниями; 2) бизнес для государственных структур (B2A) – взаимодействие бизнеса с государственными организациями и органами управления; 3) потребитель-государственные структуры (C2A) – взаимодействие между правительством и потребителями, в части перераспределения благ и доходов; 4) бизнес-потребитель (B2C) – это взаимодействие бизнеса и конечных потребителей благ, являющееся основой развития розничной электронной торговли, то есть интернет-магазинов. Это самый продвинутый сектор электронной торговли [2].

Безопасность занимает центральное место в электронной торговле. Она включает в себя аутентификацию сторон, авторизацию доступа к данным ресурсам, конфиденциальность связи и гарантию целостности сообщений. Многие из этих целей достигаются с помощью инфраструктуры публичных ключей, системы специализированных организаций и компьютеризированных средств для предоставления электронных сертификатов, которые удостоверяют подлинность фирм и, при желании, отдельных лиц; обеспечивают ключи шифрования и дешифрования для связи; и предоставляют протоколы (алгоритмы) для безопасного обмена сообщениями.

Заключение. Развитие электронной торговли в мире является необратимым процессом. Сегодня электронная торговля является неотъемлемым элементом современного общества. В Республике Беларусь вопросы развития информационных технологий включены в систему важнейших экономических и стратегических приоритетов, с которыми связана электронная торговля.

Кроме того, устойчивый рост белорусской интернет-аудитории создает чрезвычайно благоприятные условия для развития всех видов интернет-бизнеса.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гаврилов, Л.П. Инновационные технологии в коммерции и бизнесе: учебник для бакалавров / Л.П. Гаврилов. – Москва: Издательство Юрайт, 2019. – 372 с.
2. E-Commerce - Бизнес-модели [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://unetway.com/tutorial/e-commerce-biznes-modeli> – Дата доступа: 20.03.2021.

УДК 339.138

ОРГАНИЗАЦИЯ СЪЕМКИ ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

*Я.В. Корейво, студент группы 10508116 ФММП БНТУ,
научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Н.В. Жудро*

Резюме – в данной статье изложены основные моменты организации съемки: кому нужны фотопроекты, почему не стоит выкладывать стоковые снимки, почему важно обращать внимание на визуальное представление бренда и что необходимо для организации и проведения съемок.

Summary – this article explains why and who needs photo projects, why you shouldn't upload stock photos, why it is important to pay attention to the visual representation of the brand, and what is needed to organize and conduct filming.

Введение. Недавнее развитие Интернета – это его социальные сети, такие как Facebook, Instagram, Twitter, Clubhouse и другие, которые интенсивно расширяют аспекты массовой коммуникации. Социальные медиа объединяют людей в одну глобальную группу, где происходит обмен информацией, ведут ежедневные дневники, просматривают аккаунты друзей или незнакомых им людей, а некоторые успевают рекламировать и продавать товары или услугу.

Самой отличительной особенностью рекламы в социальных сетях является то, что ее целью служит популяризация своего сайта, компании, товара или услуги, точнее создание о нем положительного впечатления, инициирования обсуждения и спонтанного распространения информации о нем. Так мы перешли к самому главному – это продвижение в социальных медиа, либо другим словом – SMM.

Основная часть. SMM (Social Media Marketing) – маркетинг в социальных медиа – это продвижение товаров или услуг в социальных сетях, которое является главным инструментом для диалога социальной группы или предмета маркетинга компании. Не стоит забывать о главной причине рекламы в социальных сетях, а точнее о желании стать известными и заполучить доверие покупателей. Но если раньше достаточно было создать профиль, загружать стоковые фотографии и делать описание товара или