

УДК 330.46

ЭЛЕКТРОННЫЙ БИЗНЕС И СРЕДА ЕГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ

Коваленко Ж.А., ст. преп., Гришин А.А., студ., Томашева К.Ю., студ.
*Витебский государственный технологический университет,
г. Витебск, Республика Беларусь*

Активное развитие сети Интернет и проникновение информационно-коммуникационных технологий, систем и стандартов их взаимодействия во все сферы жизнедеятельности современного информационного общества привело к необходимости формирования принципиально новых форм предпринимательской деятельности. Такой инновационной формой предпринимательства является электронный бизнес. Значимость развития такой формы предпринимательства обуславливает интерес к изучению сущности и классификации электронного бизнеса.

В экономической литературе представлены различные подходы к трактовке понятия «электронный бизнес».

Большинством авторов под электронным бизнесом (англ. Electronic Business), E-бизнесом, e-Business понимается бизнес-модель, в которой бизнес-процессы, обмен бизнес-информацией и коммерческие транзакции автоматизируются с помощью информационных систем.

Другие авторы определяют электронный бизнес как предпринимательскую деятельность, которая осуществляется только с применением сети Интернет. Электронный бизнес рассматривается ими как вид экономической деятельности международных компаний посредством компьютерных сетей, в частности, Интернет, с целью получения прибыли [1].

Ряд авторов вообще не акцентирует внимание на средствах и технологиях ведения бизнеса, а в общих чертах трактуют электронный бизнес как совокупность электронной коммерции, бизнес-аналитики, управления взаимодействием с потребителями, управления логистикой и сбытом процессов с помощью интернет технологий, а также информационной системой планирования.

Таким образом, можно сделать вывод, что в широком понимании сущность понятия «электронный бизнес» ставится авторами в зависимость от понимания термина «электронная среда», то есть некоторые из них под этим понятием понимают только Интернет-пространство, другие добавляют еще и частные сети и EDI – Electronic Data Interchange (электронный обмен данными).

Развитие экономических отношений и их глобализация с одной стороны, и развитие информационно-коммуникационных технологий, с другой, обусловили появление специфической формы этих отношений – электронного бизнеса. При этом электронный бизнес является инструментом бизнеса традиционного, но наиболее мощным, позволяющим оптимизировать практически всю технологическую цепочку любого экономического процесса, начиная с моделирования идеи до получения конечного результата. [2]. Поэтому в современных условиях под «электронным бизнесом» следует понимать особое экономическое явление, вид предпринимательской деятельности, связанный с осуществлением любых транзакций с применением информационно-коммуникационных технологий с целью получения прибыли и достижения поставленных целей.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Костин, К.Б., Березовская, А.А. Современное состояние и перспективы развития мирового электронного бизнеса // Российское предпринимательство. – 2017 – Том 18. – № 24 – С.4071–4086. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennoe-sostoyanie-i-perspektivy-razvitiya-mirovogo-elektronnogo-biznesa>. – Дата доступа: 12.04.2021.

2. Черноиванов, А.П. Электронный бизнес и перспективы его развития в России // Социально экономические явления и процессы. – 2011 – № 10. – С.221–227 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/elektronnyu-biznes-i-perspektivy-ego-razvitiya-v-rossii>. – Дата доступа: 12.04.2021.

УДК 338.45

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ПО ВИДАМ ПРОИЗВОДСТВА И ИХ ВКЛАД В СБАЛАНСИРОВАННОСТЬ РАЗВИТИЯ

Быков К.Р., ст. преп.

*Витебский государственный технологический университет,
г. Витебск, Республика Беларусь*

По результатам анализа функционирования предприятий текстильного, трикотажного и швейного производства на основе аналитической обработки экономической информации концерна «Беллепром» за 2015–2019 годы можно сделать следующие выводы.

В текстильном производстве крупные и большие предприятия составляют 64,7 % общего числа организаций, они обеспечивают рабочими местами 95,2 % занятых в отрасли, формируют 96,3 % общей выручки от реализации продукции и обеспечивают 100 % чистого экспорта. Вместе с тем, полученные результаты были достигнуты за счет экономической деятельности трех предприятий: РУПП «Оршанский льнокомбинат», ОАО «Витебские ковры» и ОАО «Моготекс». В среднем за последние пять лет на перечисленные выше предприятия приходилось 53,8 % штатных работников, 57,6 % общей выручки от реализации продукции и 68,4 % общей прибыли от реализации продукции. Кроме того, в среднем за 2015–2018 гг. они обеспечивали 71,2 % общего объема экспорта продукции (работ, услуг) и 43,6 % импорта продукции (работ, услуг). Доля положительного внешнеторгового сальдо товаров и услуг выделенных выше трех текстильных предприятий составила 98,6 %.

В трикотажном производстве крупные и большие предприятия составляют 63,6 % общего числа организаций, они обеспечивают рабочими местами 90,6 % занятых в отрасли, формируют 97 % общей выручки от реализации продукции и обеспечивают 97,9 % чистого экспорта. Однако полученные результаты были обеспечены за счет одной большой организации – СООО «Конте Спа». В среднем за 2015–2019 гг. на нее приходилось 56,2 % общей выручки от реализации продукции трикотажного производства,