

11. ВЕБ-САЙТ В ЭЛЕКТРОННОМ БИЗНЕСЕ

Бакунович В.Д.

*Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники
г. Минск, Республика Беларусь*

Забродская Н.Г. – канд. экон. наук

Аннотация. В данной работе рассмотрен вопрос необходимости веб-сайтов для ведения электронного бизнеса в сети Интернет. Представлены виды, их различие, а также причина возрастания популярности.

Электронный бизнес — бизнес, эффективность и конкурентоспособность которого, основаны на использовании информационных технологий, обеспечивающих взаимодействие деловых партнеров и создающих интегрированную цепочку добавленной стоимости. Понятие «электронный бизнес» охватывает всю цепочку взаимоотношений с партнерами и заказчиками, включает коммерческую деятельность, платежные системы, мобильный бизнес и др [1]. Современный бизнес активно использует Интернет-технологии не только в целях информирования и рекламы, но также для продажи товаров и услуг. Развитие цифровых технологий ведет к созданию и развитию цифровых инноваций, лежащих в основе развития электронного бизнеса.

Индустрия электронной коммерции переживает необычайный подъем, и сайты электронного бизнеса вносят значительный вклад в ее развитие. За 2019-2022 годы приток цифровых покупателей по всему миру составил около 1 миллиарда человек, по данным Statista. По данным Data Insight, объем рынка e-commerce в 2023 году составит 5,2 трлн рос руб, а к 2024 – уже 7,2 трлн [2].

Для ведения электронного бизнеса в сети Интернет необходимо иметь собственный сайт. Сайты создаются для формирования имиджа компании, ведения эффективной рекламы и маркетинговых исследований с целью поиска новых покупателей и увеличение объема продаж, а также для информационной и сервисной поддержки клиентов. Сайты также могут быть использованы в качестве информационных каналов обмена информацией с партнерами. Кроме того, сайты являются инструментом ведения электронного или сетевого бизнеса. Сайты используются для предоставления финансовых услуг (онлайновые платежные системы, обменные пункты) и т. д. Таким образом, ведение электронного бизнеса (электронной коммерции) без сайта не представляется возможным.

Для понимания принципов эффективной работы в Сети и тем более для использования ее ресурсов необходимо хорошо представлять существующие виды Web-сайтов, выполняемые ими функции. Исходя из выполняемых Web-сайтами функций, их можно разделить на две основные группы: навигационные сайты и конечные сайты [3]. Такое деление обусловлено общей логикой навигации пользователей в среде Интернета. Их целью является перенаправление потребителей к конечным сайтам. К навигационной группе можно отнести поисковые системы, каталоги и иницирующие сайты. Во вторую группу сайтов, входят конечные адресаты, предоставляющие пользователям разнообразные услуги, ради которых те собственно и посещают Интернет. Этими услугами может быть предоставление данных, документации, финансовых сводок, фирмах, их продукции и услугах, различные способы времяпрепровождения, продажа товаров и многие другие.

С развитием экономических, политических, социально-культурных связей между различными странами все большее значение приобретает цифровизация бизнеса. Ее главным отличием от предшествующего этапа мирового экономического развития является информатизация и появление качественно новых электронных возможностей передачи и обработки информации внутри субъекта и между субъектами хозяйствования. Техническими предпосылками информатизации бизнес-процессов являются постоянно совершенствующаяся вычислительная техника, телекоммуникационное оборудование и инфраструктура, возрастающая скорость образования, обработки и перемещения информационных потоков, распространения знаний в процессе научного или других видов интеллектуального обмена. Таким образом, современное развитие экономических отношений, их глобальный характер с одной стороны, и развитие информационно-коммуникационных технологий, с другой, обусловили появление специфической формы этих отношений — электронного бизнеса и электронной коммерции. Субъекты рынка быстро осваивают новые возможности организации бизнес-коммуникаций и активно включают в электронную бизнес-среду. Следовательно, доступ к информационным технологиям становится не просто конкурентным преимуществом, а необходимым условием функционирования субъектов рынка.

Список использованных источников:

1. Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.hse.ru/ma/elb/about/>
2. Agora [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.agora.ru/blog/trendy-e-commerce-2023/>
3. Studfile [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://studfile.net/preview/16875251/page/8/>