

ЦИФРОВИЗАЦИЯ КАК ОСНОВОПОЛАГАЮЩИЙ ФАКТОР РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА И ТОРГОВЛИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В условиях развития поведенческой экономики особое значение в реализации приоритетных направлений социально-экономического развития Республики Беларусь приобретает вопрос трансформации торговли посредством применения инноваций. Основой для подобных изменений в настоящее время является переход к цифровизации в рамках функционирования единого информационного пространства Евразийского экономического союза, что обуславливает необходимость разработки концепции развития системы электронной торговли с целью имплементации методологических подходов к формированию экономико-технологического инструментария для развития субъектов отечественного предпринимательства в Республике Беларусь с учетом информационно-коммуникационных технологий.

Цифровая трансформация белорусского бизнеса охватывает широкий спектр вопросов, касающийся внутренней и внешней бизнес-среды функционирования и развития коммерческой деятельности организаций.

В этих условиях конкурентоспособность предпринимательского потенциала определяется не только качеством реализуемых товаров и предоставляемых услуг, но и качеством используемых информационных технологий.

Процессом внедрения цифровых технологий в торговые отношения малых и средних субъектов предпринимательства является цифровизация торговли.

Цифровизация торговли – это, с одной стороны, процесс внедрения соответствующих технологий в торговые отношения на каждом из этапов, таких как подготовка, заключение, сопровождение и исполнение торговых сделок, а с другой стороны, диверсификация внешней торговли путем вовлечения в товарооборот новых цифровых товаров и услуг, которые становятся объектами купли-продажи при условии использования цифровых каналов [1].

Преимущества цифровизации торговли для государства прежде всего заключаются в развитии электронного документооборота и электронных закупок, в обеспечении равного доступа субъектам хозяйствования и транспарентности процедур.

Убедительными доводами к применению безбумажной торговли являются сокращение времени и стоимости торговых транзакций, снижение негативного влияния субъективных факторов, повышение эффективности и рост объемов внешнеторгового оборота, дальнейшее развитие цифровой экономики и, в перспективе, национальный экономический рост.

Цифровую торговлю невозможно представить без цифровых платформ, которые становятся неотъемлемой частью цифрового международного рынка. Торговые цифровые платформы (маркетплейсы) создают цифровую инфраструктуру рынков, устраняя посредников и распространяя инновационные бизнес-модели с использованием технологий интеллектуального управления на основе обработки больших данных.

Цифровая трансформация в сфере государственных закупок обеспечила функционирование рынка госзакупок исключительно в электронном формате, что способствовало повышению конкуренции и трансграничности данного рынка. В связи с этим указанный практический опыт развития рынка госзакупок необходимо перенести на все коммерческие процессы в сегментах B2B и B2C реального сектора экономики для его совершенствования в целях наращивания товарооборота и увеличения экспортного потенциала Республики Беларусь [2].

Список использованных источников

1. Панышин, Б. Н. Цифровая экономика: понятия и направления развития / В. Н. Панышин // науч.-практ. журнал Наука и инновации. – 2019. – № 6. – С. 48–55.
2. Королёнок, Г. А. Влияние рынка государственных закупок на эффективность функционирования системы государственных закупок / Г. А. Королёнок, А. В. Запольский // Весн. Беларус. дзярж. экан. ун-та. – 2025. – № 1. – С. 15–24.