

И. Н. Плющевский, канд. техн. наук

Е. А. Бородавко, аспирант

В. К. Бурая

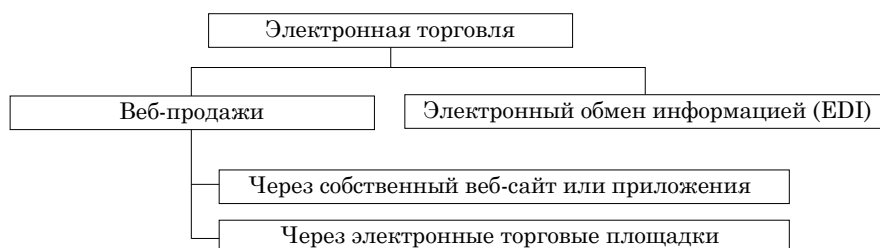
НИЭИ Министерства экономики Республики Беларусь (Минск)

ЭЛЕКТРОННАЯ ТОРГОВЛЯ (E-COMMERCE) КАК ОДНА ИЗ ТЕНДЕНЦИЙ РАЗВИТИЯ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

В современной мировой экономике вопросы электронной коммерции становятся все более актуальными. Можно сказать, что электронная коммерция — это одна из составляющих «новой экономики», которая обретает все большую практическую значимость, т.к. ее границы определяются не географическими или национальными границами, а распространением компьютерных сетей. Поскольку самые важные сети являются глобальными, электронная коммерция позволяет даже самым мелким предприятиям достигать глобального присутствия и заниматься бизнесом в мировом масштабе. В настоящее время за счет электронной торговли в наибольшей степени выигрывают именно малые и средние предприятия, при этом наибольшая значимость отводится МСП для развивающихся стран.

Согласно определению Евростата, *электронная коммерция* представляет собой продажу или покупку товаров и услуг через Интернет или другие онлайн-коммуникации, специально предназначенные для получения и размещения заказов посредством безналичного расчета [1].

Отсутствие исчерпывающих официальных статистических данных о внутренней и международной электронной торговле затрудняет оценку ее значимости в отдельности для каждой страны. Лишь некоторые, преимущественно развитые, страны предоставляют такие сведения. Так, например, Евростат представляет обширные сведения по электронной торговле по различным видам предприятий и по видам деятельности [2]. Также Евростат к электронной коммерции относит электронный обмен информацией (Electronic Data Interchange — EDI) и веб-продажи (web-sales), которые в свою очередь могут осуществляться двумя путями: через веб-сайты или приложения и через электронные торговые площадки.



В электронной торговле практически вдвое больше задействовано крупных предприятий, нежели средних. Малые и микропредприятия в наименьшей мере задействованы в электронной торговле.

В ЕС в среднем каждое 5-6-е предприятие вовлечено в электронную торговлю, при этом как крупные, так и МСП преимущественно в своей деятельности используют веб-продажи, нежели электронный обмен информацией (EDI). Подавляющая часть предприятий (85 %), осуществляя веб-продажи, используют собственные веб-сайты и приложения и менее половины предприятий (39 %) используют электронные торговые

площадки. Следует отметить, что в обрабатывающей промышленности предприятия практически в равной степени используют как веб-продажи, так и электронный обмен информацией (EDI). На электронную торговлю за пределы ЕС ориентировано лишь каждое 12–14-е предприятие от общего количества предприятий.

Таким образом развитие внутренней и экспортной электронной торговли должно рассматриваться как драйвер экономического развития в текущих социально-экономических условиях, а также как действенный инструмент расширения каналов сбыта продукции, прежде всего субъектов МСП. Это будет способствовать выходу на новый качественный уровень ведения предпринимательского дела.

Литература

1. Электронная торговля [Электронный ресурс] // Европейская Комиссия. — Режим доступа: <http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Glossary:E-commerce>. — Дата доступа: 06.03.2018.

2. База данных по электронной торговле стран ЕС [Электронный ресурс] // Eurostat. — Режим доступа: http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=isoc_ec_eseln2&lang=en. — Дата доступа: 06.03.2018.

А.А. Побожная, аспирант
БГЭУ (Минск)

МИРОВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗРАБОТКИ ОТЧЕТОВ В ОБЛАСТИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

Корпоративная социальная ответственность компаний (КСО) является обязательным условием их устойчивого развития. Следование принципам КСО предполагает предоставление всем заинтересованным сторонам достоверной и полной информации о результатах воздействия компании на общество и окружающую среду. Структурирование такой информации привело к созданию отчетов об устойчивом развитии (нефинансовых отчетов), которые представляют собой аналитический свод сведений о социально-эколого-экономических последствиях деятельности компании, а также включают ценности и модели управления организацией, демонстрируют связь между стратегией ее хозяйственной деятельности и приверженностью принципам устойчивой глобальной экономики.

На рис. 1 представлены значимые корпоративные кризисы в области КСО и в качестве ответа на них — хронология создания основных рекомендаций по составлению нефинансовой отчетности.

Наиболее популярным в мире стандартом подготовки нефинансовой отчетности является Руководство Global Reporting Initiative (GRI): из 250 крупнейших мировых компаний более 70 % используют рекомендации GRI.

Динамика количества составленных нефинансовых отчетов в различных странах (в процентах от 100 наиболее крупных компаний в каждой стране) представлена на рис. 2.

Республика Беларусь присоединилась к Глобальному договору ООН в 2006 г., публикация нефинансовых отчетов в различных модификациях была предпринята с 2012 г. Всего за этот период был опубликован 21 отчет по КСО.

Тенденция увеличения количества компаний, публикующих нефинансовые отчеты, продиктована, в первую очередь, осознанием топ-менеджментом преимуществ раскрытия информации о своей деятельности, которое способствует укреплению деловой