

[4, с. 81].

Пути оптимизации затрат на персонал организации могут быть: увязка кадровой политики со стратегией и приоритетами организации; формирование прозрачной и эффективной системы мотивации персонала; увеличение доли инвестиций в обучение персонала; увеличение затрат на развитие персонала для создания потенциала роста прибыли.

Реализация данных мероприятий позволит оказывать целенаправленное воздействие на затраты на персонал и сделать его полноценным инструментом кадровой политики организации.

Список использованных источников

1. Кибанов, А. Я. Основы управления персоналом: учебник. – 2-е изд., перераб. и доп. / А. Я. Кибанов. – Москва: ИНФРА-М, 2014. – 447 с.
2. Аудит и контроллинг персонала организации: учеб. пособие / под ред. П. Э. Шлендера. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Вузовский учебник, 2010. – 262 с.
3. Конвенция № 160 Международной организации труда «О статистике труда» [рус., англ.] (Принята в г. Женеве 25.06.1985 на 71-й сессии Генеральной конференции МОТ) [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.lawmix.ru/abro/11097>. – Дата доступа: 15.03.2022.
4. Управление человеческими ресурсами современной организации: теория и практика: монография / Ванкевич Е. В. [и др.]; под науч. ред. Е. В. Ванкевич. – Витебск: УО «ВГТУ», 2020. – 269 с.

УДК 330.341.1

ЭЛЕКТРОННЫЙ БИЗНЕС: ПОНЯТИЯ, МОДЕЛИ И РОЛЬ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

Зайцева О.В., к.э.н., доц., Шмарина В.А, маг.

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

Реферат. В статье рассмотрены существующие подходы к определению электронного бизнеса, дано авторское определение понятия «электронный бизнес», проанализированы модели и роль развития электронного бизнеса в современных условиях.

Ключевые слова: электронный бизнес, цифровая экономика, модели электронного бизнеса.

В условиях перехода цифровой экономики становится актуальным исследование реалий и перспектив развития электронного бизнеса. Необходимость четкого понимания проблем, потенциала бизнеса позволит определить основные его тренды.

Существует множество определений понятия электронного бизнеса, которые отражают разные точки зрения и соответствуют профессиональной подготовке и накопленному опыту авторов этих определений. Впервые термин «электронный бизнес» (electronic business) прозвучал в выступлении бывшего генерального директора IBM Луи Герстнера. Согласно определению специалистов компании IBM, электронный бизнес – это преобразование основных бизнес-процессов при помощи интернет-технологий [1]. Gartner Group электронный бизнес определяется как непрерывная оптимизация продуктов и услуг организации, а также производственных связей через применение цифровых технологий и использование Интернета в качестве первичного средства коммуникаций [2]. Энциклопедия интернет-бизнеса придерживается следующей трактовки: электронный бизнес – это любая деловая активность, использующая возможности глобальных информационных сетей для преобразования внутренних и внешних связей с целью создания прибыли [3].

Часто происходит путаница двух базовых понятий, таких как электронная коммерция и электронный бизнес. Однако под электронной коммерцией понимается технология, обеспечивающая полный замкнутый цикл операций, включающий в себя заказ товара (услуги), проведение платежей, участие в управлении доставкой товара (выполнение

услуги). Эти операции проводятся с использованием электронных средств и информационных технологий и обеспечивают передачу прав собственности или пользования одним юридическим (физическим) лицом другому.

Электронный бизнес (ЭБ) – форма ведения бизнеса, при которой его значительная часть выполняется с применением информационных технологий (это локальные и глобальные сети, специализированное программное обеспечение и т. д.). Электронный бизнес включает в себя продажи, маркетинг, финансовый анализ, платежи, поиск сотрудников, поддержку пользователей и партнерских отношений. Электронный бизнес (англ. – Electronic Business), е-бизнес – бизнес-модель, в которой бизнес-процессы, обмен бизнес-информацией и коммерческие транзакции автоматизируются с помощью информационных систем. Значительная часть решений использует интернет-технологии для передачи данных и предоставления веб-сервисов.

К основным видам электронного бизнеса, действительно приносящим прибыль, относятся: электронная коммерция; электронные аукционы; электронные банки; электронные указатели; электронные НИР и ОКР; электронные казино; электронный франчайзинг; электронное обучение; электронный маркетинг; электронные брокерские услуги; электронный менеджмент операционных ресурсов; электронный менеджмент поставок.

Преимущества, которые дает организация электронного бизнеса, очевидны и для продавцов, и для покупателей:

- ликвидируется геодеpendимость покупателя. С развитием электронного бизнеса можно совершать любые покупки в сети Интернет из любой точки мира, не ограничиваясь предложениями физических магазинов на территории нахождения покупателя;
- организация электронного бизнеса при правильном развитии принесет новых потребителей, которые узнают о компании через поисковые системы или рекламу в сети Интернет (возможность таргетирования рекламных компаний на конкретные географические зоны способствует распространению информации о товаре или услуге по всему миру);
- низкие затраты. Один из наиболее весомых преимуществ электронного бизнеса – относительно низкие затраты на его содержание, которые и позволяют предлагать рынку цены на товары и услуги ниже, чем у компаний, которые не ведут бизнес через онлайн-каналы либо ввиду наличия физических магазинов не могут устанавливать разные цены для онлайн- и офлайн-покупателей;
- онлайн-магазинам не требуется открытие физического магазина. Исключение составляют интернет-витрины, которые создаются для ознакомления потенциального покупателя с товаром;
- быстрый поиск продукта возможность сохранения списка покупок, его повтора или редактирования и исключение непредвиденных затрат;
- электронный бизнес дает возможность провести сравнение необходимого товара, используя информацию с сайта продавцов или торговых площадок и не тратить большого количества времени на поездки между физическими магазинами;
- электронный бизнес доступен в формате 24/7/365, а это значит, что покупатель может совершить покупку в любое удобное для него время;
- развивающиеся алгоритмы поиска бизнес-объектов таргетируют поиск прежде всего на территорию, в которой находится потенциальный потребитель, что дает больше возможностей и преимуществ для локального бизнеса.

Реализация электронного бизнеса имеет несколько форм, зависящих от партнеров по бизнесу (табл. 1).

Таблица 1 – Модели электронного бизнеса

Наименование	Государство (G)	Бизнес (B)	Гражданин (C)
Государство	G2G координация	G2B информирование и распродажа неликвидов	G2C
Бизнес	B2G снабжение	B2B электронная коммерция	B2C электронная коммерция
Гражданин	C2G налоги	C2B сравнение цен	C2C Аукционы

Источник: составлено автором.

Модели B2B и B2C являются основными в электронной коммерции, поскольку именно они обеспечивают большую часть транзакций в сети Интернет.

Бизнес для бизнеса (B2B) – это тот вид деятельности, когда две компании проводят бизнес-транзакции с помощью Интернета. Например, компания может поместить запрос на коммерческие предложения, получить текущие котировки от своих поставщиков, заключить контракт, получить или оплатить счета, опубликовать документы [3].

Бизнес для потребителя (B2C). Является наиболее популярной формой электронной коммерции на сегодняшний день. В этом случае деятельность нацелена на прямые продажи для потребителя. Один из самых крупных примеров B2C – это www.amazon.com, американский книготорговый сайт, услугами которого пользуются более 30 млн клиентов по всему миру [3].

Таким образом, электронным бизнесом называется любая деловая активность, использующая возможности глобальных информационных сетей для преобразования внутренних и внешних связей с целью создания прибыли.

Список использованных источников

1. Дёмина, А. В. / Электронный бизнес [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://metodichka.x-pdf.ru/15ekonomika/150994-6-av-demina-elektronniy-biznes-uchebnoe-posobie-dlya-studentov-obuchayuschih-sya-napravleniyu-podgotovki-380305-biznes-inform.php>. – Дата доступа: 15.04.2022.
2. Артюшина, Л. А., Троицкая, Л. А. / Информационные технологии электронного бизнеса. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [elektronnyi_biznes.pdf](#). – Дата доступа: 15.04.2022.
3. Кузнецова, О. А. / Электронный бизнес. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://repo.ssau.ru/handle/Uchebnye-posobiya/Elektronnyi-biznes-Elektronnyi-resurs-elektron-kurs-v-sisteme-distanc-obucheniya-Moodle-70222>. – Дата доступа: 17.04.2022.

УДК 658

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ СТРУКТУР В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Ванкевич Е.В., д.э.н., проф., Мирук К.О., студ.

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

Реферат. В статье рассмотрены основные тенденции развития организационных структур управления в современных условиях. На примере малой организации с общей численностью персонала 18 человек в результате диагностики ОСУ установлены пути совершенствования и предложены соответствующие мероприятия.

Ключевые слова: организационная структура, совершенствование, тенденции развития, сервис Platrum, маркетинг, коучинг.

Организационная структура управления определяет функциональные взаимоотношения между элементами системы, формализует разделение обязанностей, иерархию подчиненности и ответственности, необходимую специализацию. Чем меньше в структуре организации иерархических уровней, тем легче она приспосабливается к изменениям внешней среды, но существенно возрастает ответственность ее руководителей, что обуславливает высокие требования к уровню их подготовки.

Обоснованный выбор типа организационных структур зависит от взвешенного анализа многих факторов: возможность использования компьютерной техники для анализа структур, стратегии развития организации на исследуемый период, объемы выполняемых работ и, наконец, производственный опыт управленческого персонала.

Простейший и часто применяемый метод выбора организационной структуры – изучение структур успешно развивающихся родственных организаций. Другой метод – разработка новой структуры осуществляется на основе рекомендаций профессиональных консультантов и экспертов. Реже применяются методы структуризации целей и