

Ненормативное определение рода словесных стимулов французского языка составило 10 %. Ошибочные ответы во французском языке детерминированы в первую очередь языковой формой существительного, отсутствием четко выраженных морфологических и/или словообразовательных показателей рода, неоднозначностью соотнесения окончаний и суффиксов с грамматическим родом. При определении рода слов русского языка ошибки обусловлены главным образом их семантическим значением, ассоциативными связями с представителями мужского или женского пола.

**А. Н. Русак**

## РАЗВИТИЕ ИНТЕРНЕТ-ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В новых экономических условиях развития общества возрастает значение информационной инфраструктуры, в которой важную роль играют информация и знания. Предпринимательская деятельность приобретает новые формы и черты. По мере внедрения и распространения новейших информационных технологий происходит как создание новых предприятий, ориентированных только на интернет-бизнес, так и использование традиционными предприятиями элементов интернет-предпринимательства. Каждый начинающий интернет-предприниматель, основываясь на анализе ценностных предложений, создает индивидуальный проект с индивидуальной стратегией и системой получения дохода, используя интернет-технологии как инструмент для привлечения клиентов, осуществления сделок продажи в интернет-магазинах, а также создания информационных, контентных сайтов.

Развитие получает предпринимательство в сегменте С2С (различные шеринг-сервисы и платформы, электронные доски объявлений; электронные аукционы, реклама в соцсетях). Этот процесс в сегменте В2В (охватывающего создание специализированных интернет-магазинов; отраслевых интернет-порталов) сдерживается отсутствием полноценно функционирующего электронного документооборота, а также механизма использования электронной цифровой подписи.

Создание новых бизнес-предложений, позволяет использовать такие технологии для бизнеса, как Customer-to-Machine (С2М), Machine-to-Customer (М2С), Machine-to-Machine (М2М), объединяющие клиентов и информационные технологии с целью дальнейшей автоматизации бизнес-процессов.

Совершенствование информационных технологий способствовало активизации бизнеса в сегменте В2С. В Республике Беларусь на 01.01.2019 г. зарегистрировано 19,4 тыс. интернет-магазинов, за 2018 г. их количество увеличилось на 20 % (для сравнения, 16,5 тыс. интернет-магазинов – в 2015). Лидирующую позицию по количеству зарегистрированных интернет-магазинов по состоянию на 01.01.2018 г. занимает Минск и Минская

область (79,41 % от общего числа интернет-магазинов). Доля интернет-торговли в розничном товарообороте на начало 2018 г. составляла 3,4 % (при общемировом показателе доли интернет-торговли – 7 %). По сравнению с данными зарубежной статистики объемы онлайн-покупок все еще незначительны для сферы торговли Беларуси.

Необходимым является совершенствование механизма регулирования интернет-бизнеса, учитывающего интересы как предпринимателей, так и государства. Факторами, способствующими развитию интернет-предпринимательства являются: поддержка на законодательном уровне предпринимателей; расширение перечня товаров, разрешенных для реализации; развитие интернет-магазинов в союзе с интернет-площадками. Для этого, в частности, может быть создана система действующего механизма применения электронного документооборота; средств индивидуальной защиты данных, цифровой идентификации.

В связи с постоянным развитием интернет-технологий, портрет интернет-покупателя также меняется. Доступ к Интернету имеют 73,5 % домашних хозяйств (среднее значение этого показателя в мире составляет 52,3 %). Сегодня в Беларуси услугами Интернета пользуется 74 % населения в возрасте 6–72 г., из них 73 % заходят в Сеть ежедневно. Отмечается тенденция увеличения числа интернет-пользователей – потенциальных покупателей, использующих мобильные онлайн-технологии, в связи с чем наблюдается трансформация потребления. Условно покупателей можно разделить на онлайн-покупателей; оффлайн-покупателей; и покупателей, сочетающих онлайн- и оффлайн-взаимодействие. Характерным является изменение потребительского поведения: желание покупателей синхронизировать традиционные формы покупки с возможностями интернет-технологий.

Развитие интернет-предпринимательства невозможно без повышения уровня цифровой грамотности населения. Анализируя состояние отечественного рынка образовательных услуг для отдельных целевых групп, можно констатировать отсутствие комплексного подхода к системе дополнительного образования в сфере цифровой экономики в соответствии с современными реалиями. Цифровая грамотность все еще является развивающейся концепцией, в которую постоянно должны вноситься изменения. Количество пользователей Интернета увеличивается, однако анализ возрастной структуры абонентов свидетельствует, что в настоящее время, как и в предыдущие годы, сохраняется актуальность вопроса увеличения количества абонентов в возрастной группе старше 65 лет. Распределение населения по возрастным группам в Республике Беларусь в 2018 г. представлено следующим образом, все население – 9 491 823 чел., из них: в возрасте 60–64 г. – 621 451 человек; 65–69 лет – 499 210 человек, 70 лет и старше – 920 451 человек. Доступ к Интернету по возрастной группе 65–72 г. в 2017 г. имели 27,9 % пользователей (22,6 % в 2016 г.; 18,4 % в 2015 г.; 16,3 % в 2014 г.; 9,1 % в 2013 г.). Достаточно низкая доля интернет-пользователей среди людей старше 65 лет отличает Республику Беларусь от стран Евросоюза, что связано также с личными установками и предпочтениями граждан.

Среди основных причин недостаточной востребованности программ обучения среди лиц старшего поколения можно выделить: психологические и эмоциональные препятствия, отсутствие интереса; технические барьеры, недостаточная осведомленность о возможностях устройств; отсутствие доверия, опасение за собственную безопасность; неуверенность населения в своих знаниях в области цифровой экономики; отсутствие знаний о широком спектре возможностей, предоставляемых цифровыми технологиями и другие. Социально-экономические возможности использования цифровых сервисов не освещаются в достаточной степени, что требует проведения мероприятий, способствующих повышению осведомленности о преимуществах получения новых знаний и использования технологий.

Интернет-предпринимательство становится одним из приоритетных направлений бизнеса также и для современной молодежи, которая заинтересована в интернет-бизнесе и активно пользуется его услугами. Расширение перечня дисциплин по этому направлению в университетах позволит повысить информированность молодежи в отношении развития малого предпринимательства в интернет-пространстве, что является важной задачей в условиях построения информационного общества.

Уровень образовательных программ и методы обучения необходимо адаптировать под потребности целевой аудитории. Таким образом, можно говорить о выделяющихся противоречиях: нарастающие требования к повышению уровня цифровой грамотности населения и достаточно низкий уровень ее сформированности. Развитие цифровой грамотности населения не может происходить отдельно от согласования с системой образования, социальными параметрами и культурными ценностями общества. Реализацию программ развития цифровой грамотности населения в различных специализированных областях может осуществляться: на базе высших и средних учебных заведений как разработка программ дополнительного профессионального образования, вовлекая студентов и преподавателей; на корпоративном уровне, на базе отдельных предприятий как проявление социальной ответственности бизнеса.

В настоящее время, когда в условиях цифровизации, реструктуризации подвергаются целые отрасли экономики, бизнесу надо переопределять свои позиции, если он стремится создать эффективную интернет-бизнес-модель. Преимуществами интернет-предпринимательства можно считать: создание площадки для реализации возможностей независимо от расположения в географическом пространстве, нейтрализуя фактор расстояния и времени; быструю реакцию на спрос; открытие широких возможностей по рекламе продукции на динамично растущем рынке интернет-рекламы; создание новых бизнес-моделей и схем, новых возможностей ведения бизнеса, новых продуктов и услуг; удовлетворение потребностей покупателей, посредством персонализации товаров и услуг; скорость и оперативность в сотрудничестве и взаимодействии с помощью интернет-технологий.

Поддержка интернет-инициатив на законодательном уровне будет способствовать внедрению инноваций, формирующих благоприятные условия для успешного развития бизнеса.