

Список использованных источников

1. Крупнейшая в рунете платформа для предпринимателей и высококвалифицированных специалистов малых, средних и крупных компаний [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vc.ru/u/1857549-aleksandra-zibarova/722307-10-luchshih-servisov-analitiki-marketpleysov-2024-goda>. – Дата доступа: 30.04.2024.
2. SkillBox Media [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://skillbox.ru/media/marketing/servisy-analitiki-marketpleysov-izuchaem-i-sravnivaem-pyat-populyarnykh-platform/> – Дата доступа: 30.04.2024.
3. Научно-исследовательская деятельность. Официальный сайт Белорусского национального технического университета. – Режим доступа: <https://bntu.by/ru/science>. – Дата доступа: 30.04.2024.
4. Сервис MarketGuru [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://marketguru.io/secrets/marketplejisy-nyuansy-raboty/servis-analitiki-marketplejsov/> – Дата доступа: 30.04.2024.
5. [Электронный ресурс] Национальный доклад по аналитическим центрам. Министерство экономики Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://energoeffect.gov.by/downloads/publishing/publishing_2021/20211130_rb.pdf. – Дата доступа: 30.04.2024.

УДК 339:004(5)

ОСОБЕННОСТИ СОЗДАНИЯ И РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОГО БИЗНЕСА В СТРАНАХ ВОСТОЧНОЙ АЗИИ

Константинова К. О., студ., Краенкова К. И., к.э.н., доц.

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

Реферат. В статье рассмотрены особенности создания и развития электронного бизнеса в странах Восточной Азии (Китай, Япония, Южная Корея). Восточная Азия представляет огромный и быстрорастущий рынок для электронного бизнеса, имея свои особенности и направления развития.

Ключевые слова: электронный бизнес, Восточная Азия, технологии, интернет.

Электронный бизнес является одним из наиболее динамично развивающихся секторов в мире, особенно в странах Азии, таких как Китай, Япония и Южная Корея. С развитием технологий и интернета, электронная коммерция становится все более значимой для бизнеса и потребителей, предоставляя новые возможности для торговли и обмена информацией.

В этих странах электронный бизнес начал свое развитие относительно недавно, с появлением Интернета в конце 20 века. Китай, Япония и Южная Корея быстро восприняли новые технологии и каждый по-своему внедрил их в уже имеющийся сектора экономики.

В таблице 1 представлена история развития электронного бизнеса в Китае.

Таблица 1 – История развития электронного бизнеса в Китае

Дата	Событие
1994	Установлено первое подключение к Интернету в Китае
1998	Появление первого китайского поисковика Соуху
1999	Создание Alibaba group (онлайн-торговая площадка для бизнеса – B2B)
2003	Alibaba group запустила Таобао, онлайн-рынок потребитель-потребитель (C2C)
2004	Alibaba запустила Alipay, платформу онлайн-платежей
2010	Alibaba Group запускает Aliexpress
2011	Tencent запускает Wechat, многоцелевое приложение для обмена сообщениями
2015	Pinduoduo, платформа групповых закупок, основана в Шанхае, Китай. Он быстро набирает популярность, предлагая товары со скидкой через социальные сети

Источник: составлено автором.

По данным таблицы 1 можно заметить, что китайские компании активно внедряли новые технологии и старались быть вне зависимости от западных технологий и компаний. Это привело к появлению сильных представителей электронного бизнеса, таких как Alibaba и Tencent.

В таблице 2 представлена история развития электронного бизнеса в Японии.

Таблица 2 – История развития электронного бизнеса в Японии

Дата	Событие
1994	Установлено первое подключение к Интернету в Японии.
1997	Хироши Микитани основал Rakuten, одну из крупнейших платформ электронной коммерции
2000	Возникновение Amazon Japan
2011	Создание Line (стилизуется как LINE) – приложение для смартфонов и ПК, средство моментального обмена сообщениями (текст, аудио- и видео-звонки, передача файлов)
2017	Группа Softbank инвестирует 10 миллиардов долларов в Alibaba, укрепляя связи между японскими и китайскими гигантами электронной коммерции
2023	Розничные торговцы экспериментируют с покупками в виртуальной реальности (VR), позволяя покупателям виртуально изучать продукты перед совершением покупки

Источник: составлено автором.

Из истории развития электронного бизнеса в Японии видно, что страна активно принимала участие в цифровой революции с момента установки первого подключения к Интернету в 1994 году. Это открыло новые возможности для развития онлайн-торговли в Японии. В целом, страна активно адаптируется к новым технологиям и стремится к постоянному совершенствованию онлайн-торговли.

В таблице 3 представлена история развития электронного бизнеса в Южной Корее.

Таблица 3 – История развития электронного бизнеса в Южной Корее

Дата	Событие
1995	Установлено первое подключение к Интернету
1998	Основание Auction Co – Онлайн-аукционная компания
1999	Появление первого корейского поисковика Naver
2000	Запускается платформа онлайн-торговли Gmarket
2010	Корпорация Какао представляет приложение kakatalk приложение для обмена сообщениями
2011	Основана Coupang, одна из крупнейших компаний электронной коммерции
2018	В Южной Корее наблюдается значительный рост трансграничной электронной коммерции благодаря таким платформам, как Coupang Global и 11Street Global

Источник: составлено автором.

По таблице 3 видно, что в течение этих лет появились такие успешные компании, как Auction Co, Gmarket, Naver, Какао и Coupang, которые стали лидерами в сфере онлайн-торговли и электронной коммерции. Значительный рост трансграничной электронной коммерции в последние годы показывает, что корейские компании не останавливаются на внутреннем рынке, а стремятся к международному развитию.

На историю развития электронного бизнеса в Восточной Азии оказали влияния:

1. Уровень проникновения Интернета.

В таблице 4 представлены показатели уровня проникновения Интернета в Китае, Японии и Южной Корее.

Таблица 4 – Уровень проникновения Интернета, %

	2000	2013	2014	2015	2020	2021	2022	2023	2024
Китай	1,8	42,0	45,0	48,4	59,0	65,2	70,9	73,2	76,4
Япония	37,5	90,6	89,7	90,9	92,0	93,0	94,0	82,9	84,9
Южная Корея	41,1	84,8	84,3	85,0	96,0	97,0	98,0	97,6	97,2

Источник: <https://datareportal.com/>.

На основании предоставленных данных можно сделать следующие выводы: за последние годы в Китае наблюдался значительный рост проникновения Интернета. Он начался с низкого уровня в 1,8 % и постепенно увеличивался, достигнув 76,4 %. В Японии относительно высокий уровень проникновения Интернета: он начинается с 37,5 % и постепенно увеличивается до 84,9 %. Южная Корея имеет самый высокий уровень проникновения Интернета среди трех стран. Он начинался с 41,1 % и постоянно увеличивался, достигнув 97,2 %.

2. Государственная поддержка.

Правительство Китая реализовало различные инициативы по поддержке электронного бизнеса, такие как план действий «Интернет Плюс», целью которого является интеграция Интернета с традиционными отраслями промышленности. Кроме того, правительство предоставило финансовую поддержку и налоговые льготы для содействия росту электронного бизнеса. Правительство Японии запустило «Проект создания цифровой Японии» для поддержки развития электронного бизнеса. Этот проект направлен на улучшение цифровой инфраструктуры, продвижение электронной коммерции и содействие инновациям в цифровой экономике. Правительство Южной Кореи реализовало инициативу «Креативная экономика», целью которой является содействие сближению технологий и промышленности. Эта инициатива включает поддержку электронного бизнеса посредством программ финансирования, налоговых льгот и реформ регулирования.

3. Правовое регулирование.

С 1 января 2019 г. вступил в силу Закон КНР «Об электронной коммерции», определяющий основные правила продажи товаров и оказания услуг через интернет. Закон распространяется на все виды электронной коммерции всех предпринимателей в сфере электронной коммерции (продавцы товаров на площадках для электронной коммерции и в социальных сетях, а также сайты и сети, создающие условия для продажи товаров и оказания услуг. Также имеются законы: «О защите прав и интересов потребителей», «О договорах», «Об электронной подписи», «О вещных правах», «Об ответственности за нарушение прав», «Об электронной торговле». В Японии действуют следующие законы: «О защите персональных данных», «Электронные коммерческие операции», «О цифровых подписях», «О защите авторских прав». В Южной Корее правовое регулирование электронного бизнеса строится на следующих законах: «О электронной коммерции», «О конфиденциальности и информационной безопасности», «О защите прав потребителей», «Об электронной подписи».

4. Развитие экономики.

В таблице 5 представлен показатель развития экономики в странах Восточной Азии.

Таблица 5 – Рейтинг стран по номинальному ВВП в текущих ценах, млрд. долл.

Страна	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Китай	13368,0	14140,1	15269,9	16579,1	17952,1	19407,7	20978,9
Япония	4971,8	5154,5	5413,1	5592,3	5796,0	6019,2	6259,5
Южная Корея	1720,5	1629,5	1626,6	1702,1	1789,9	1884,1	1988,1

Источник: составлено автором.

Таким образом, в Китае наблюдался сильный и последовательный экономический рост (показатели ВВП показывают устойчивый рост с 13 368,073 в 2018 году до 20 978,968 млрд. долл. в 2024 году), в Японии (показатели ВВП увеличились с 4 971,767 млрд. долл. в 2018 году до 6 259,581 млрд. долл. в 2024 году) – средний, а в Южной Корее (показатели ВВП показывают небольшое снижение с 1720,489 млрд. долл. в 2018 году до 1988,109 млрд. долл. в 2024 году.) – более медленный.

5. Культурные характеристики.

Китайские потребители имеют высокий уровень доверия к платформам электронной коммерции и более охотно делают покупки в Интернете. Культура удобства и популярность мобильных платежных систем способствовали росту электронного бизнеса в Китае. Японские потребители отдают предпочтение традиционным обычным магазинам и ценят личное общение. Однако молодое поколение все больше увлекается электронной коммерцией, а культурные сдвиги постепенно влияют на рост электронного бизнеса. Южнокорейские потребители отдают предпочтение онлайн-покупкам из-за удобства и конкурентоспособных цен. Культура динамичного образа жизни и широкое распространение смартфонов способствовали росту электронного бизнеса.

Таким образом, Китай является чрезвычайно привлекательным рынком для ведения электронной коммерции из-за большого населения и быстро растущего среднего класса. В стране хорошо развита инфраструктура электронной коммерции. Однако рынок высококонкурентен, и иностранный бизнес может столкнуться с проблемами. Япония также является растущим рынком для электронной коммерции благодаря технологически развитой инфраструктуре и высокому уровню использования Интернета. Однако проникновение на рынок иностранному бизнесу может быть затруднено из-за культурных различий и предпочтения отечественных брендов. Южная Корея имеет один из самых высоких показателей проникновения Интернета в мире. В стране есть технически подкованное население, которое открыто для онлайн-покупок. Кроме того, правительство реализовало политику поддержки роста электронной коммерции. Однако конкуренция может быть интенсивной, и иностранный бизнес может столкнуться с проблемами, связанными с языковыми барьерами и культурными различиями.

Список использованных источников

1. Южная Корея [Электронный ресурс] / VisaSam.ru – Режим доступа: <https://visasam.ru/countries/yujnaya-koreya> – Дата доступа: 14.04.2024.
2. Япония [Электронный ресурс] / VisaSam.ru – Режим доступа: <https://visasam.ru/countries/japoniya> – Дата доступа: 14.04.2024.
3. Китай [Электронный ресурс] / VisaSam.ru – Режим доступа: <https://visasam.ru/countries/kitai> – Дата доступа: 14.04.2024.
4. Рейтинг экономики развитых стран мира в 2023–2024 году [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://visasam.ru/emigration/vybor/ekonomika-stran-mira-2.html> – Дата доступа: 14.04.2024.
5. Рейтинг стран мира по ВВП в текущих ценах в 1980-2024 гг. [Электронный ресурс] / Business Forecast – Режим доступа: <https://businessforecast.by/partners/rejting-stran-mira-po-vvp-v-tekushih-cenah-v-1980-2024-gg/> – Дата доступа: 14.04.2024.
6. Отношения Китая, Японии и Южной Кореи [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://vovworld.vn/ru-RU/комментарии/отношения-китая-японии-и-южной-корее-сотрудничество-остается-основной-тенденцией-480561.vov> – Дата доступа: 14.04.2024.
7. Цифровые технологии в Китае [Электронный ресурс] / DATAREPORTAL – Режим доступа: https://datareportal.com/digital-in-china?utm_source=Reports&utm_medium=PDF&utm_campaign=Digital_2023&utm_content=Country_Link_Slide – Дата доступа: 14.04.2024.
8. Цифровые технологии в Японии [Электронный ресурс] / DATAREPORTAL – Режим доступа: https://datareportal.com/digital-in-japan?utm_source=Reports&utm_medium=PDF&utm_campaign=Digital_2023&utm_content=Country_Link_Slide – Дата доступа: 14.04.2024.
9. Цифровые технологии в Южной Корее [Электронный ресурс] / DATAREPORTAL – Режим доступа: https://datareportal.com/digital-in-southkorea?utm_source=Reports&utm_medium=PDF&utm_campaign=Digital_2023&utm_content=Country_Link_Slide – Дата доступа: 14.04.2024.

УДК 004.056:316.3

КИБЕРБЕЗОПАСНОСТЬ КАК ОСНОВА УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ОБЩЕСТВА

***Мицкевич К. А., студ., Токарь Г. М., студ., Шкредов Г. И., студ.,
Краенкова К. И., к.э.н., доц.***

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

Реферат. В статье рассмотрены вопросы кибербезопасности, приведены виды киберугроз, проанализированы статистические данные о фишинговых сайтах и сделаны выводы. В рамках борьбы с киберпреступностью предложена система цифрового обучения, основанная на методе геймифицированного обучения. Обоснована необходимость разработки мобильного приложения «Я Secure», которое направлено на обучение основам кибербезопасности различных групп населения, сочетающее в себе