

рия потребительского поведения и спроса. – СПб.: Экономическая школа, 1993. – С. 304–325.

2. Дубровин, И. А. Поведение потребителей : учебное пособие / И. А. Дубровин. – 5-е изд. – Москва : Дашков и К, 2022. – 310 с.

3. Меликян, О. М. Поведение потребителей : учебник / О. М. Меликян. – 5-е изд. – Москва : Дашков и К, 2020. – 280 с.

4. Сбоева, И. А. Поведение потребителей : учебное пособие / И. А. Сбоева. – Йошкар-Ола : ПГТУ, 2017. – 128 с.

УДК 338

ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА

*А. С. Митяшова, студент группы 10502121 ФММП БНТУ,
научный руководитель – старший преподаватель А. А. Подупейко*

Резюме – в статье предложена информация о цифровой экономике и ее характерных чертах. Также указаны базовые составляющие и проанализировано состояние ее развития.

Resume – the article offers information about the digital economy and its characteristic features. The basic components are also indicated and the state of its development is analyzed.

Введение. В наши дни существует множество технологий, которые создают как новые возможности, так и неизбежные трудности. Для того чтобы социально-экономический потенциал цифровых технологий был раскрыт в полной мере, при этом обходя всевозможные негативные последствия, следует качественно подходить к вопросу о международном сотрудничестве. Прогресс в цифровых технологиях в кратчайшие сроки привел к формированию грандиозного богатства, которое, как ни странно, имеется не у многих стран и компаний. Если такое положение будет сохраняться в отсутствии попыток изменить что-либо, то, вероятно, неравенство будет прогрессировать. Цифровая экономика станет работать во всеобщее благо при условии, что она будет носить инклюзивный характер.

Новейшие технологии неминуемо связаны с солидными преобразованиями на рынке труда (например, сокращение рабочих мест из-за внедрения в промышленный процесс искусственного интеллекта) [1]. Цифровая экономика требует принципиально новых знаний и мероприятий социальной защиты, а также качественного соотношения между работой и отдыхом.

Кроме того, цифровая экономика формирует новые риски (угрозы кибербезопасности, посягательство на неприкосновенность частной жизни и др.).

Цифровые технологии способствуют максимальному удовлетворению нужд всех ее участников за счет использования информации, в том числе персональной.

Основная часть. Понятие «цифровая экономика» подразумевает собой деятельность, которая базируется в цифровых технологиях. Она сопряжена с электронным бизнесом и электронной коммерцией, а также изготавливаемыми и сбываемыми ими цифровыми товарами и услугами. В основном, расчеты за услуги и товары такой экономики производятся цифровой валютой [2].

Цифровая экономика еще на ранних этапах своего развития именовалась как интернет-экономика или веб-экономика, так как напрямую зависит от подключения к сети.

Электронная экономика главным образом транслирует переворот в промышленной революции: переход от третьей к четвертой промышленной революции. Третья промышленная революция (цифровая) принадлежит переменам, которые пришлись на конец XX века с переходом от аналоговых механических и электронных приборов к цифровым. Четвертая же революция основывается на цифровой революции.

Данный термин отображает умение применять технологии в деятельности, которая не была возможна ранее. Так, например, разработка мобильных устройств существенно расширила охват интернета в обществе.

Цифровая экономика основывается на интеллектуальном потенциале, обладает генерацией новых научных исследований [2].

Сегодня, в век технологий, многие с недоверием относятся к искусственному интеллекту, так как считают, что он несет в себе опасность для человечества. Но, на данный момент, восстания робототехники бояться не стоит, как, напротив, нежелательной утечки информации в интернет.

В скором времени роботы охватят большую часть областей, работа в которых для нас давно уже стала привычной. Сейчас их применение можно заметить в процессе военных действий, в исследовательских работах, в медицине, в сельском хозяйстве и т. д. С одной стороны, внедрение техники в работу снизит количество рабочих мест. С другой стороны, это огромный толчок в освоении и облегчении многих сфер жизни.

Заключение. Цифровая экономика – новый вид экономических отношений, который успешно развивается. В скором времени может стать основным сектором в развитии экономической системы, роста и развития в целом. Это обусловлено тем, что она несколько преуспевает в быстроте оказания услуг и доставке товаров. Также преимуществом является то, что у такой экономики наиболее низкая цена производства и выполнения транзакций.

Электронная экономика уже выходит за границы хозяйственных процессов. Цифровизация проникает в социальные процессы, а также в работу правительственных организаций.

Конкуренция в этой среде будет только расти. Поэтому, будет необходима совместная работа правительства и бизнеса в дальнейшем развитии. Следует также учитывать риски и пытаться их нейтрализовать.

ЛИТЕРАТУРА

1. Цифровая экономика: краткий статистический сборник / Г. И. Абдрахманова, Л. М. Гохберг, А. В. Демьяненко и др. – М.: НИУ ВШЭ, 2018. – 96 с.
2. Ковалев, М. М. Цифровая экономика – шанс для Беларуси: монография / М. М. Ковалев, Г. Г. Головенчик. – Минск : Изд. Центр БРУ, 2018. – 327 с.

УДК 334

АНАЛИЗ ДАННЫХ В ПРОГНОЗИРОВАНИИ СПРОСА И ОПТИМИЗАЦИИ ПОСТАВОК НА ПРИМЕРЕ ОНЛАЙН-РИТЕЙЛЕРОВ

*М. П. Мищенко, студент группы 10502121 ФММП БНТУ,
научный руководитель – старший преподаватель А. А. Подупейко*

Резюме – в данной статье рассмотрены виды анализа данных для прогнозирования спроса и оптимизации поставок на примере онлайн-ритейлеров.

Resume – this article discusses the types of data analysis for demand forecasting and supply optimization using the example of online retailers.

Введение. В условиях быстро меняющихся требований современного рынка анализ данных становится все более важным аспектом ведения бизнеса любой сферы деятельности. Онлайн-ритейлеры, которые реализуют свои товары и услуги через интернет, также не являются исключением. Один из ключевых моментов ведения бизнеса в онлайн-сегменте – это прогнозирование спроса и оптимизация поставок. В этой статье рассматривается значение анализа данных в прогнозировании спроса и оптимизации поставок.

Основная часть. Прогнозирование спроса – это важный этап в планировании, так как позволяет ритейлерам понимать, какие товары и услуги будут востребованы клиентами в будущем. Онлайн-ритейлеры генерируют большое количество данных о своих клиентах и продуктах, далее используют различные методы анализа данных с целью прогнозирования спроса и нужд потребителей.

Один из таких методов – анализ временных рядов. В этом методе анализируются данные о продажах за прошлые периоды и на их основе строятся прогнозы спроса на будущее [1]. Другой метод – машинное обучение, позволяющее строить модели, которые могут прогнозировать спрос на основе различных факторов, таких как погода, сезонность, рекламные кампании и другие. Данный метод основан на применении искусственного интеллекта, обучение которого происходит за счет использования решений большого количества похожих задач.

Оптимизация поставок – это еще один важный аспект ведения бизнеса в онлайн-сегменте. Онлайн-ритейлеры должны обеспечивать своих клиентов качественными и необходимыми товарами и услугами вовремя