

Внедрение информационных технологий в государственное администрирование дает возможность реализации *e*-страхования и *e*-медицины. Также это способ не только улучшить качество услуг, но и предотвратить коррупционную составляющую, которая возникает при коммуникации «человек–человек».

Реализация *e*-администрирования есть решение одной из основных проблем при применении и распространены использования информационных услуг в Украине, а именно идентификация физического лица при использовании онлайн-услуг. Развитие и внедрение информационных технологий в публичном управлении должны иметь комплексный характер, т. е. учитывать и согласовывать информационные, организационные, правовые, социально-психологические, кадровые, образовательные, технические и другие составляющие.

Литература

1. О Национальной программе информатизации : Закон Украины от 01.08.2016 г. № 74/98-ВР. – Режим доступа: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/74/98-%D0%B2%D1%80#Text>.
2. О мерах по созданию электронной информационной системы «Электронное правительство» : Постановление Кабинета Министров Украины от 24 февр. 2003 № 208.
3. Фурашев, В. М. Электронное информационное общество Украины: взгляд в настоящее и будущее / В. М. Фурашев. – М. : Инжиниринг, 2005. – 164 с.
4. Публичное управление и администрирование / А. В. Скидан [и др.]. – Житомир, 2017. – С. 567–568.
5. Об электронных документах и электронном документообороте : Закон Украины от 22.05.03 № 851-IV. – Режим доступа: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2155-19#Text>.
6. «Дия»: Государственные услуги онлайн. Единый портал государственных услуг «Дия». – Режим доступа: <https://diia.gov.ua/>.

ФАКТОРЫ ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИИ ДЕЛОВЫХ УСЛУГ

И. Н. Чепик

Учреждение образования «Белорусский государственный экономический университет», г. Минск

Научный руководитель Г. В. Турбан, канд. экон. наук, доцент

За последние десятилетия большинство видов услуг были вовлечены в международную торговлю. Развитые страны зачастую имеют конкурентное преимущество в человеческом капитале, в технологических и других инновациях, которые способствуют интернационализации поставщиков деловых услуг и доминированию на внешнем рынке в краткосрочном периоде. Тем не менее, благодаря распространению цифровизации и других технологических и социально-экономических факторов, стремительно возрастает конкуренция со стороны развивающихся рынков. Это станет новой движущей силой в XXI в.

В контексте вовлечения субъектов в международную торговлю услугами и в процессы интернационализации деловой активности, работали Л. Велч и Р. Люстари, С. Таллман, Г. Ип, К. Браузерс, К. Гейссер, Р. Флетчер, а также отечественные ученые А. В. Данильченко, Д. Калинин, Г. А. Шмарловская, Л. Н. Давыденко.

В авторском понимании под *интернационализацией профессиональных и деловых услуг* понимается процесс возрастания вовлеченности поставщика в международную деятельность на территории поставщика или потребителя услуги или в виртуальной среде, с использованием экспортных, инвестиционных, контрактных способов выхода на внешние рынки или договора на оказание услуг внутри страны, с высокой степенью адаптации услуги к социокультурным, правовым и экономическим условиям среды.

На решение об интернационализации влияет совокупность *факторов*. В экономической литературе изучались внешние факторы, связанные с особенностями *внутреннего рынка* поставщика услуги. Д. Уильямс выделял такие факторы, как зрелость рынка, насыщение спроса, доминирование на рынке и усиление конкуренции [7]. На примере интернационализации японских сервисных предприятий Дж. Хаукрофт называл, в числе прочих, чрезмерное регулирование национального рынка деловых услуг (как фактор-толчок) и либеральную политику в этой области в другой стране (как фактор-притяжение) [4]. Р. Лаанти рассматривал в этом контексте программы поддержки экспорта услуг, предоставляемые государственными органами, национальными и международными организациями [5].

Другая группа ученых уделяла внимание факторам, связанным с *целевым рынком*. Дж. Боддевин первыми теоретически обосновали выбор целевого рынка (местоположения) поставщиков услуг. Согласно экономистам, на это влияет вид услуг, размер принимающего рынка, квалификация трудовых ресурсов, государственная политика и деловой климат. Впоследствии Дж. Даннинг добавляет к указанным факторам близость к иностранному потребителю и способность своевременно удовлетворять его запросы, компетенции поставщика, синергетический эффект и характеристики спроса на внешнем рынке [3].

Эмпирические исследования в этой области проводили Д. Най, К. Рэй, С. Кришнан, В. Терпстра, К. Юу, С. Кунду, Ф. Котрактор. Ученые рассматривали примеры интернационализации компаний банковского сектора, рекламных агентств, гостиничного бизнеса. Тем не менее, данные ограничены поставщиками услуг на территории США и некоторыми другими развитыми странами. С развитием сетевой теории интернационализации ученые рассматривали влияние сетевых партнеров, конкурентов, текущих и потенциальных потребителей услуг как фактора выбора целевого рынка. Согласно Н. Ковьелло и другим авторам, взаимодействие в сети является существенным для предприятий, оказывающих консалтинговые и инжиниринговые услуги, IT-компаний, поставщиков финансовых услуг [2].

Внутренние факторы поставщика описаны в исследованиях А. М. Ругмана: размер компании, продолжительность функционирования на рынке, наличие собственности за границей, успех НИОКР и рекламной кампании. Например, по мере роста инвестиций в инновации, рекламу растет степень проникновения сервисного предприятия на внутреннем и региональном рынке. Размер предприятия обуславливает потенциал для роста хозяйственной деятельности и достижения эффекта масштаба за счет выхода на внешний рынок. Годы деятельности поставщика определяют информированность и квалификацию менеджмента, способность проникнуть на иностранные рынки за счет опыта ведения бизнеса. Наличие собственности за рубежом рассматривается как источник финансовых ресурсов и как источник приобретения международного опыта [1].

Среди глобальных факторов, влияющих на интернационализацию деятельности предприятий в сфере услуг К. Лавлок, Г. Ип называют следующие: стандартизация потребительских предпочтений и вызванное экономическим ростом и создание среднего класса во многих странах; наличие глобальных покупателей в лице предприятий, интернационализировавших свои операции и предрасположенных к продолжению сотрудничества со своими национальными поставщиками услуг; создание всемирной системы телекоммуникаций; создание возможностей для экономии на масштабах деятельности; снижение издержек на транспортные расходы; развитие во многих странах материальной и кадровой базы, обеспечивающей специализацию в

области знаниеемких услуг; стремление использовать конкурентные преимущества, воплощенные в способах организации производства услуг [6].

Цифровизация, как один из глобальных факторов, накладывает существенный отпечаток на интернационализацию профессиональных и деловых услуг, преимущества которой очевидны: эффективное управление рисками и географически распределенными компаниями; расширение трансграничной поставки профессиональных деловых услуг; сокращение зарубежных активов и коммерческого присутствия; снижение стоимости адаптации услуг к новым рынкам, расширение деятельности без значительных инвестиций; упрощение принятия решений об интернационализации, выбора потребителя и иностранного партнера, прогнозирования спроса; возможности для экономии от масштаба и расширения перечня профессиональных деловых услуг.

Среди факторов, специфических для сектора, можно выделить конкурентное давление на внутреннем рынке и появление здесь глобальных игроков; возможность стандартизировать и поставить знаниеемкую услугу посредством информационно-коммуникационных технологий; вероятность высвобождения специалистов высокой квалификации из неэффективных государственных производств; степень интернационализации субъектов отрасли, возможность кластерного строения и интернационализации в сети; рост спроса на деловые услуги со стороны развивающихся экономик, стимулирующих импорт наукоемких услуг; неоднородный характер и индивидуализация услуг в изучаемой группе, что препятствует разработке единых инструментов регулирования, предполагает высокие затраты на поиск информации для оказания такой услуги. В этой связи в выигрыше оказываются крупные поставщики деловых услуг, которые все же могут использовать преимущества экономии от масштаба.

В подсектор деловых услуг в Республике Беларусь относят профессиональную, научную и техническую деятельность экономических субъектов, которые оказывают услуги в области права, бухгалтерского учета, рекламы, исследования рынка и консультирования по вопросам управления, архитектуры, инженерных изысканий, технических испытаний и анализа. Факторы, способствующие интернационализации и характерные преимущественно для белорусских поставщиков деловых услуг, заключаются в увеличении специалистов со знанием иностранного языка, высокой доли специалистов с высшим образованием, в росте опыта межкультурного взаимодействия и аутсорсинга учетных функций у малых предприятий (до 70 % из числа опрошенных); в расширении IT-консультирования и аудита для предприятий промышленности, торговли, строительства. Препятствующие интернационализации факторы – риск утечки интеллектуальных данных, клиент принимает риски неопределенности качества услуг; дефицит высококвалифицированных поставщиков услуг, другие факторы, связанные с деловой средой и регулированием.

Процесс интернационализации деловой активности является объектом исследования ученых на протяжении последних лет, тем не менее, в контексте деловых услуг данный аспект недостаточно изучен. Интернационализация является высокорискованной стратегией развития компании профессиональных деловых услуг и зависит от ряда факторов, которые можно систематизировать в группы: факторы глобализации, специфические для отрасли, для страны-экспортера и принимающей страны и поставщика деловой услуги. Цифровизация воздействует на интернационализацию с точки зрения доступности необходимых ресурсов, получения навыков и знаний о зарубежных рынках и других положительных аспектов. Поэтому в будущих исследованиях представляется важным проанализировать зависимость выбора целевого рынка, способа, страте-

гии и скорости интернационализации сервисного поставщика от применения ИКТ, от особенностей цифровой среды, в которой действует экономический агент.

Л и т е р а т у р а

1. Данильченко, А. В. Интернационализация деловой активности стран и компаний / А. В. Данильченко, Е. В. Бертош, О. Ф. Малашенкова. – Минск : БГУ, 2015. – 151 с.
2. Coviello, N. E. Internationalization of service SMEs: An integrated perspective from the engineering consulting sector / N. E. Coviello // *Journal of International Marketing*. – 1999. – № 7 (4). – P. 42–66.
3. Dunning, J. H. The competitive advantage of countries and multinational enterprise activity in strategic management in a global economy / J. H. Dunning. – New York : John Wiley & Sons, 1997. – 8 p.
4. Bank regulation and the process of internationalization: a study of Japanese bank entry into London / J. B. Howcroft [et al.] // *The Service Industries Journal*. – 2010. – Vol. 30, № 930 (8). – P. 1359–1375.
5. Laanti, R. How well do traditional theories explain the internationalization of service MNEs from small and open economies? – Case of national telecommunication companies / R. Laanti // *Management International Review*. – 2009. – Vol. 49. – P. 121–144.
6. Lovelock, C. H. Developing global strategies for service businesses / C. H. Lovelock, G. S. Yip // *California Management Review*. – 1996. – Vol. 38, № 2. – P. 64–86.
7. Williams, D. E. Retailer internationalization: an empirical study / D. E. Williams // *European Journal of Marketing*. – 1992. – Vol. 26, № 8/9. – P. 8–24.

К ВОПРОСУ О ПРАВОВОМ ОБЕСПЕЧЕНИИ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Н. В. Шабловский

*Учреждение образования «Белорусский государственный
экономический университет», г. Минск*

Научный руководитель Д. В. Петрович, канд. юрид. наук, доцент

В настоящее время мировая экономика в целом и экономика Республики Беларусь в частности находятся в состоянии трансформации, в том числе вследствие глобальной цифровизации, под которой понимается концепция экономической деятельности, основанная на цифровых технологиях, внедряемых в разные сферы жизни и производства. В этой связи регламентация в цифровой сфере становится на сегодняшний день одной из важнейших задач гражданского права.

В Республике Беларусь общими источниками нормативного правового регулирования цифровой экономики являются Гражданский кодекс Республики Беларусь [3] (в частности, статья 1 данного кодекса исключает из сферы предпринимательской деятельности майнинг и приобретение, отчуждение цифровых знаков (токенов)), Налоговый кодекс Республики Беларусь [6] (например, в статье 324 речь в том числе идет о цифровых знаках (токенах)) и т. д. Кроме того, принят ряд специальных законодательных документов: Декрет Президента Республики Беларусь «О развитии цифровой экономики» (Декрет № 8) [8], Указ Президента «О цифровых банковских технологиях» [9], «Стратегия развития информатизации в Республике Беларусь на 2016–2022 годы» [11], «Государственная программа «Цифровое развитие Беларуси» на 2021–2025 годы» [2] и др. Разработка и принятие вышеперечисленных нормативных и правовых актов позволили расширить возможности в сфере развития цифровых технологий в нашей стране. В частности, Декрет № 8 создал благоприятные условия, что проявилось «...в существенном – на 10,5 % в реальном выражении – увеличении в 2018 году налоговых платежей в расчете на одного работника, а также увеличении доли рассмотренных платежей в выручке на 1,5 процентного пункта по сравнению с 2017 годом» [1].