

В-третьих, для некоторых пользователей качественный, структурированный и визуально приятный сайт – показатель высокого уровня организации, и тем самым повышает шансы конвертации пользователя в покупателя.

Присутствие в социальных сетях – очень простой способ начать регулирование присутствия в Интернете для организации. Социальные сети в большей мере бесплатные, не требуют привлечения разработчиков и интуитивно понятные. Однако при стремлении организации вести страницы в социальных сетях на высоком уровне, их оформление, ведение и развитие может быть непростым. Так, к присутствию в социальных сетях относятся *SMM* (от англ. *Social Media Marketing* – маркетинг в социальных сетях [2]), который является сложным по своей структуре, постоянно развивается и требует привлечения специалистов.

Интернет-реклама – инструмент для увеличения интернет-присутствия организации. Реклама в сети встречается различных типов: баннерная, контекстная, нативная, рассылки, продакт-плейсмент и другие виды рекламы. Зачастую реклама в Интернете ведет на сайт или страницу в социальной сети. Тем самым реклама является вторичным элементом в развитии интернет-присутствия.

Любая организация так или иначе представлена в Интернете, но каждая организация может быть представлена в большей или меньшей степени, контентом лучшего или худшего качества. Развитие интернет-присутствия может принести организации весомое конкурентное преимущество, способствуя устойчивому развитию.

Список использованных источников

1. Валько, Д. В. Интернет-присутствие как концептуальная основа современного маркетинга / Д. В. Валько // Вестн. Совета молодых ученых и специалистов Челябинской области. – 2013. – № 1. – С. 59–63.

2. Кряжева, Ю. С. Использование social media marketing как инструмента продвижения компании / Ю. С. Кряжева // Формула менеджмента. – 2017. – № 1. – С. 5–11.

УДК 347.77

И. М. Вашко

*Академия управления при Президенте Республики Беларусь,
Минск, Беларусь, irina_vashko@mail.ru*

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ БАЗ ДАННЫХ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ БЕЛАРУСИ

Рассматриваются вопросы использования баз данных в Беларуси и их развития. Освещаются аспекты защиты и охраны баз данных. Исследуются возможности применения баз данных для анализа рынка.

Ключевые слова: база данных, охрана баз данных, исследование рынка, инновации на основе больших данных, развитие баз данных

USING DATABASES IN THE CONTEXT OF DIGITALIZATION OF THE BELARUSIAN ECONOMY

The issues of using databases in Belarus and their development are considered. The aspects of protection of databases are highlighted. The possibilities of using databases for market analysis are being investigated.

Keywords: database, database protection, market research, big data innovation, database development

В современных условиях базы данных являются необходимой основой для анализа и принятия решений как на уровне отдельных коммерческих и некоммерческих организаций и их объединений (холдингов, кластеров и др.), так и органов государственного управления. Базы данных применяются для получения новой аналитической информации, используемой при выработке управленческих решений, а также являются объектом коммерциализации.

Под большими данными (*big data*) понимается как структурированная, так и неструктурированная информация, значительная по объему, информативности, многообразию, которая обрабатывается с высокой скоростью благодаря инновационным разработкам в области программного обеспечения и современных технических средств.

В Беларуси принят ряд нормативных актов, регулирующих вопросы развития цифровой экономики, в том числе в области создания и защиты баз данных: Закон Республики Беларусь «Об информации, информатизации и защите информации», 10 ноября 2008 г. № 455-3 (с изм. и доп. от 01 июля 2017 г.), Декрет Президента Республики Беларусь, 21 декабря 2017 г. № 8 «О развитии цифровой экономики», Указ Президента Республики Беларусь, 9 декабря 2019 г. № 449 «О совершенствовании государственного регулирования в области защиты информации» и др. [1, 2, 3]. В стране реализуется Государственная программа развития цифровой экономики и информационного общества на 2016–2020 гг. [4].

В белорусском законодательстве база данных определяется как совокупность структурированной и взаимосвязанной информации, которая организована по определенным правилам на материальных носителях [1].

Значительное расширение применения баз данных, программного обеспечения в обработке информации, повышение требований к информационной безопасности обуславливает усиление внимания к защите информационных ресурсов. В стране сформирован концептуальный базис системы защиты данных, который включает в следующие компоненты:

- нормативные правовые акты, отражающие концепцию правового регулирования защиты данных;
- круг организаций, специализирующихся в области информационной безопасности и имеющих значительный опыт деятельности;
- международное сотрудничество, в том числе и в рамках СНГ, направленное на гармонизацию требований и взаимодействие в обеспечении защиты информации;
- программно-целевой подход в реализации приоритетов в развитии цифровой экономики в стране;

– обеспечение на промышленной основе производства ряда технических средств, обеспечивающих защиту данных.

Охрана баз данных обеспечивается в соответствии с требованиями к правовой охране объектов интеллектуальной собственности, которые являются объектами промышленной собственности и авторских и смежных прав. Эффективность и соразмерность предпринимаемых мер позволяет обеспечить защиту баз данных с учетом необходимости предоставления информационной свободы и обеспечения информационной безопасности.

При разработке бизнес-концепций и бизнес-моделей организаций базы данных используются:

- для анализа состояния отрасли экономики и моделей отраслевых изменений;
- анализа рынка: сбора данных о конкурентах, определения потребителей, расчета и проверки емкости рынка;
- определения рисков и конкурентных преимуществ, связанных с продвижением и реализацией продуктов, их характеристиками [5, с. 141–142].

В результате анализа рынка определяются:

- потенциальные потребители создаваемых инновационных продуктов;
- существующий в настоящее время спрос вероятных потребителей (виды покупаемой продукции, работ, услуг), виды продаж предлагаемой на рынке продукции и услуг, рекламные информационные каналы;
- частота покупок потенциальными потребителями, способы приобретения необходимой продукции, работ, услуг;
- возможности удовлетворения потребностей потенциальных покупателей.

Для анализа рынка продукции, работ, услуг определяются виды и объем необходимой для анализа информации. Оценка информационных потребностей позволяет ограничить объем информации и снизить затраты на ее сбор и обработку, определить возможные виды анализа. В практике для большинства видов анализа и прогнозов используется простая описательная статистика. Получение детальной подробной характеристики первичного потребителя позволяет планировать маркетинговую деятельность и определить круг клиентов. Характеристика потребителей (организаций) содержит следующие данные: размер, годовой доход, потребители, место расположения и др. Информация о клиентах (физических лицах) включает данные: возраст, доход, образование, покупательские предпочтения, места, способы покупок и др.

Основными аспектами исследования целевого рынка продуктов являются: демографические характеристики рынка; ключевые характеристики потребителей; результаты изучения предпочтений потребителей; объемы и периодичность покупок потребителями; основные отличия от конкретных конкурентов.

Для прогнозирования спроса применяются: тестирование покупателей, изучение спроса на аналогичные продукты и его динамики, экспертная оценка. Триангуляция рассматривается как наиболее эффективный подход к оценке спроса на новый продукт, предполагает исследование инновационного продукта с трех различных точек зрения (объемы продаж, рыночные каналы, продавцы, потенциальные покупатели), получение информации о требуемых технических свойствах нового продукта, цене, распространении, обслуживании.

Доступ к базам данных, возможность их использования позволяют значительно сократить трудоемкость сбора и обработки данных и повысить достоверность полученных результатов, снизить риски при реализации принимаемых решений.

В современной практике широко используются инновации, внедряемые на основе анализа больших данных (*data driven information, DDI*), что дает возможность оценить перспективы их коммерциализации [6, с. 132–135]. Результаты анализа позволяют определять перспективные научные исследования, перспективные инновационные продукты и бизнес-инновации, повысить производительность труда.

Можно отметить прогрессивные подходы, реализуемые в Беларуси, в отношении защиты и правовой охраны баз данных, их коммерциализации, в том числе на основе лицензирования, и др. Происходит развитие использования прогрессивных инструментов (блокчейн, смарт-контракт, токен, криптоплатформы), услуг центров обработки данных, построения распределенных сетей доставки и дистрибуции цифрового контента технологий облачных вычислений и др. [2]. Использование технологий блокчейн позволяет обеспечивать учет и защиту данных на основе использования серверов, каждый из которых распределен по сети, структурировать юридические схемы, обеспечивающие высокую защиту баз данных.

В цифровой экономике, развивающейся на основе использования баз данных, обеспечивается более эффективное решение неструктурированных проблем, глубокая аналитическая работа с новой информацией, используемой для выработки решений, значительное снижение трудоемкости решения нестандартных задач.

Можно отметить следующие проблемные вопросы, требующие решения:

- обеспечение доступности баз данных, их открытости в условиях глобализации;
- охрана и защита данных и информации;
- активизация инструментов развития и использования больших баз данных: финансовых, технологических, инфраструктурных, коммерческих и др.

Список использованных источников

1. Об информации, информатизации и защите информации [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь : 10 нояб. 2008 г., № 455-З : с изм. и доп. от 11 мая 2016 г. № 362-З // ЭТАЛОН. Законодательство Респ. Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2020.
2. О развитии цифровой экономики [Электронный ресурс] : Декрет Президента Респ. Беларусь, 21 дек. 2017 г., № 8 // ЭТАЛОН. Законодательство Респ. Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2020.
3. О совершенствовании государственного регулирования в области защиты информации [Электронный ресурс] : Указ Президента Респ. Беларусь, 9 дек. 2019 г., № 449 // ЭТАЛОН. Законодательство Респ. Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2020.
4. Об утверждении Государственной программы развития цифровой экономики и информационного общества на 2016–2020 годы [Электронный ресурс] : постановление Совета Министров Республики Беларусь, 23 марта 2016 г., № 235 // ЭТАЛОН. Законодательство Респ. Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2020.
5. *Вашко, И. М.* Экономика инноваций : пособие / И. М. Вашко, А. Д. Луцевич, Г. З. Суша. – Минск : Акад. управления при Президенте Респ. Беларусь, 2015. – 340 с.
6. *Богдан, Н. И.* Инновационная политика / Н. И. Богдан. – Минск : Четыре четверти, 2019. – 308 с.