



ՈՌԲԵՐՏ ԲԱԲԱՅԱՆ

ՀՊՏՀ կոմերցիայի և բիզնեսի կազմակերպման
ամբիոնի ասիստենտ, տնտեսագիտության թեկնածու

ԺԱՄԱՆԱԿԱԿԻՑ ԲԻԶՆԵՍ ՄՈԴԵԼՆԵՐԻ ԶԱՐԳԱՑՄԱՆ ԱՌԱՆՁՆԱՀԱՏԿՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԸ ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅՈՒՆՈՒՄ

Հոդվածում ուսումնասիրվում են Հայաստանի Հանրապետությունում էլեկտրոնային բիզնեսի հիմնական տեսակներն ու մոդելները: Որոշակիացվում և վերլուծվում են ժամանակակից տնտեսության ծնավորման գործընթացի վրա ներազդող հիմնական գործոնները, որոնք մեծ մասամբ հիմնվում են զննան, վաճառքի և ծառայությունների մատուցման մեքենայացման առօրյա հիմնական գործողությունների վրա այնպիսի ազդեցացված տնտեսական սուբյեկտների համար, որոնք են՝ տնային տնտեսությունները, բիզնեսը, բանկային ոլորտը և պետությունը: Մանրամասնորեն դիտարկվում են բոլոր էլեկտրոնային բիզնես մոդելները:

Հիմնաբառեր. բիզնես մոդել, էլեկտրոնային բիզնես, էլեկտրոնային առևտուր, տեղեկատվական տնտեսություն, համացանցային տեխնոլոգիաներ

JEL: M2, M20, M21

Ներկայում էլեկտրոնային բիզնեսն ընկալվում է որպես գործարարության կազմակերպման մոդել, որը փոխակերպում է ընկերության հիմնական բիզնես գործընթացները համացանցային տեխնոլոգիաների ներդրման միջոցով՝ ուղղված ընկերության գործունեության արդյունավետության բարձրացմանը: Նշված պայմաններում էլեկտրոնային բիզնես մոդելների զարգացումը դառնում է ազգային տնտեսության շարժիչ ուժերից մեկը: Բիզնես մոդելը վերլուծական գործիք, գործարարության առկա տեսակից տարբերվող ձև է,

որը վերացական նկարագիր է տալիս արդյունահանմանն ուղղված տնտեսական, ձեռնարկատիրական գործունեությանը, որն էլ, իր հերթին, ուղղված է շահույթի մեծացմանը¹: Միևնույն ժամանակ, բիզնես մոդելը համարվում է բիզնեսի տրամաբանությունը, նպատակները և ակնկալվող արդյունքները արտացոլող բարդ օբյեկտի՝ բիզնես համակարգերի ուսումնասիրման հայեցակարգային գործիք: Էլեկտրոնային բիզնեսի ընդհանուր ծավալում յուրաքանչյուր բիզնես մոդելի մասնաբաժինը շատ դժվար է որոշել: Ժամանակակից էլեկտրոնային բիզնես մոդելների դասակարգումը ներկայացված է աղյուսակում:

Աղյուսակ 1

Ժամանակակից էլեկտրոնային բիզնես մոդելների դասակարգումը²

	Կառավարություն (G)	Բիզնես (B)	Տնային տնտեսություններ (C)
Կառավարություն (G)	G2G Համակարգում	G2B Տեղեկատվության և ակտիվների վաճառք	G2C
Բիզնես (B)	B2G Մատակարարում	B2B Էլեկտրոնային առևտուր	B2C Էլեկտրոնային առևտուր
Տնային տնտեսություններ (C)	C2G Հարկեր	C2B Գների համեմատում	C2C Աճուրդներ

- B2B (business-to-business) մոդելի օրինակ են էլեկտրոնային առևտրային հարթակները՝ էլեկտրոնային բորսաները, էլեկտրոնային աճուրդները,
- B2C (business-to-customer) մոդելի օրինակ են էլեկտրոնային խանութները,
- C2C (customer-to-customer) մոդելի օրինակ է էլեկտրոնային հասարակությունը,
- ամբողջական մեքենայացման B2B2C մոդելն իր արտահայտությունն է գտել կորպորատիվ տեղեկատվական և հաղորդակցական համակարգերում,
- G2B, G2C (government-to-business, government-to-customer) մոդելներն ընկած են պետությունը՝ բիզնեսի և սպառողների համար կամ էլեկտրոնային կառավարության հիմքում³:

Ըստ UNCTAD-ի գնահատականների՝ համաշխարհային կազմակերպությունների միջև իրականացվող էլեկտրոնային առևտուրը (B2B) 2017 թ. հասել է 25.3 տրլն դոլարի. (B2B)-ին բաժին է ընկնում 22.4 տրլն դոլար, իսկ B2C-ին՝ 2.9 տրլն դոլար, ընդ որում, դրա երեք քառորդը նվազման կարգով բաժին է ընկնում ԱՄՆ-ին, Մեծ Բրիտանիային, Հյուսիսային Իռլանդիային,

¹ Տե՛ս **Сагитов Э.В., Калиева Ж.А.**, Современное представление “бизнес-модели” в контексте укрепления конкурентоспособности продукции фирм в условиях экономического кризиса, Международная научно-практическая конференция “Уральская горная школа – регион”, Екатеринбург, 11–12 апреля 2016, Изд-во УГТУ, 2016, էջ 620:

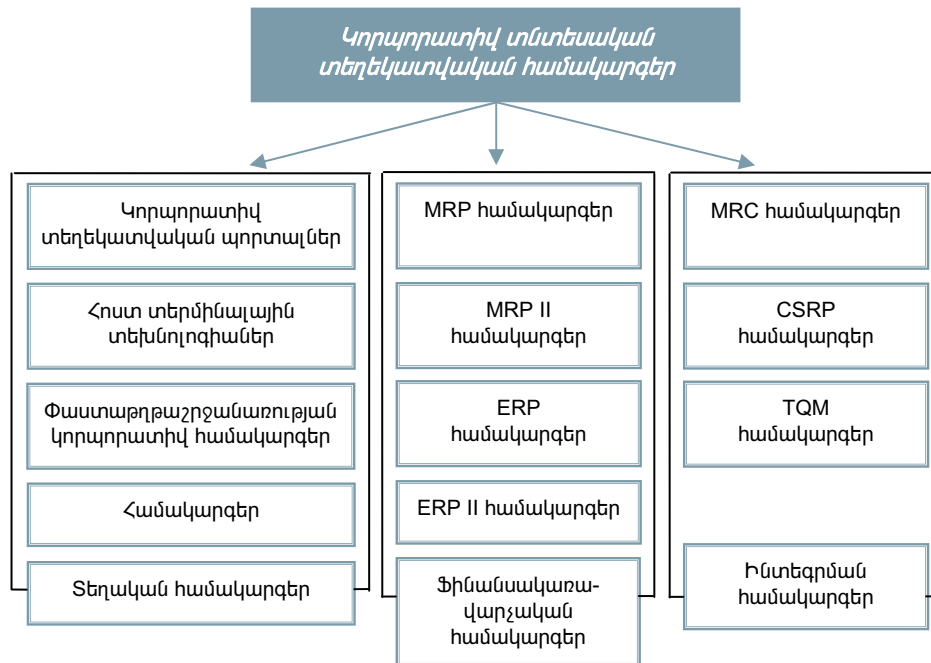
² Տե՛ս **Алексахин А.Н., Рудакова О.В.**, Тенденции развития систем электронного бизнеса в России, Вестник ОрелГИЭТ, № 4(34), 2015, էջ 100:

³ Տե՛ս **Аюшиева Е.Б.**, Электронный бизнес в России, Вестник Восточно-Сибирской государственной академии культуры и искусств, № 2(5), 2013, էջ 75–76:

Ճապոնիային և Չինաստանին: Կազմակերպությունների և սպառողների միջև (B2C) իրականացվող էլեկտրոնային առևտրի գործարքների համաշխարհային ծավալը կազմում է 2.9 տրլն դոլար⁴: Չնայած վերջինս դեռևս ծավալներով էականորեն զիջում է B2B մոդելին, սակայն, ըստ էության, նշված հատվածն ավելի արագ է աճում:

Ներկայացնենք հայաստանյան թվային տնտեսության մեջ էլեկտրոնային բիզնես մոդելների զարգացման առանձնահատկությունները:

«Հայաստանի փոխակերպման օրակարգ 2018–2030 թթ.» փաստաթղթի կենսագործումը միտված է թվային փոխակերպման միջոցով Հայաստանը աշխարհում մրցունակ, մարդկային ռեսուրսների և նորարարության համար գրավիչ էկոհամակարգ ունեցող երկիր դարձնելուն, իսկ թվային տնտեսության անցումն ապահովելու առումով անհրաժեշտ է կենտրոնանալ էլեկտրոնային բիզնեսի կառավարման հետևյալ ուղղությունների յուրացման ու մասշտաբայնացման վրա. ա) բիզնես – բիզնես (B2B), բ) բիզնես – հաճախորդ (B2C), գ) հաճախորդ – հաճախորդ (C2C), դ) հաճախորդ – բիզնես (C2B), ե) բիզնես – կառավարություն (B2G), զ) կառավարություն – բիզնես (G2B):



Պատկեր 1. B2B համակարգը. կորպորատիվ տնտեսական տեղեկատվական համակարգեր

Ֆինանսական գործարքների փաստացի ծավալներով ամենամեծը B2B (business-to-business) մոդելն է: Այս մոդելի կիրառությունը նպատակ ունի հաղորդակցման ամենատարբեր էլեկտրոնային միջոցների օգնությամբ (բջջային ցանց, համացանց) ապահովելու կազմակերպությունների փոխգործակցությունը: Այս համակարգի գլխավոր առանձնահատկությունն այն է, որ

⁴ Տե՛ս UNCTAD, Information Economy Report 2017: Digitalization, Trade and Development, http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/ier2017_en.pdf, էջ 27(29.01.2018):

երկու համակարգերի միջև տվյալների փոխանակումն ամբողջությամբ մեքենայացված է, ինչն էլ նշանակում է, որ կողմերը լիովին ավտոմատացված են կառավարման համակարգերով (կորպորատիվ պորտալներ, CRM, MRP, MRP II, ERP, ERP II, MPC, CSRP, TQM համակարգեր)⁵:

Նշված համակարգերը հնարավորություն են ընձեռում զգալիորեն նվազեցնելու գործարքի ծախսերը, արագ արձագանքելու ընկերության նյութական պաշարների և ռեսուրսների անհրաժեշտ փոփոխություններին, արդյունավետ պլանավորելու մատակարարման ժամանակացույցը և առաքման եղանակները, ներդնելու վճարման մեքենայացված հաշվարկային ռեժիմ, այսինքն՝ էլեկտրոնային բիզնես մոդելների զարգացման խնդիրները լուծել մարքեթինգային և լոգիստիկ գործիքների ներդրման միջոցով:

Հայաստանում ներկայումս զարգանում են B2B և B2C էլեկտրոնային բիզնես մոդելները: Արտասահմանյան էլեկտրոնային խանութներից հնարավոր էր գնումներ կատարել դեռևս 2000-ական թվականների սկզբից, մինչդեռ Հայաստանում էլեկտրոնային առևտուրը նոր իրողություն է. այստեղ էլեկտրոնային խանութները սկսել են ակտիվորեն գործել 2008 թվականից, 2013 թ. ՀՀ Կառավարությունը հաստատեց «էլեկտրոնային առևտրի զարգացման ծրագիրը», որն ուղղված է էլեկտրոնային առևտրի զարգացմանը և օժանդակում է Հայաստանի Հանրապետությունում տեղեկատվական ենթակառուցվածքի շուկայում ժամանակակից պահանջների համապատասխանության խնդրի լուծմանը: Էլեկտրոնային առևտրի առավելությունն այն է, որ թույլ է տալիս մատակարարման ծախսերը կրճատել 20-30%-ով⁶:

ՀՀ էլեկտրոնային առևտրի ծավալները 2008–2015 թթ. զգալիորեն աճել են՝ 0.91 մլրդ դրամից հասնելով 20.6 մլրդ դրամի⁷: Ըստ ծրագրային ապահովման և ծառայությունների ոլորտի ընկերությունների մասնագիտացման ուղղությունների ուսումնասիրության՝ «Ինտերնետային հավելվածներ և էլեկտրոնային առևտուր» գծով մասնագիտացումը 2015 թ. կազմում էր 4%, իսկ 2017 թ.՝ 7.4%⁸: Հայաստանում B2B մոդելը ներառում է՝

- Ազրեզացման մոդել. էլեկտրոնային միջավայր է, որտեղ ընկերությունը ձեռք է բերում նյութատեխնիկական ապահովվածություն:
- Առևտրի կենտրոնացման մոդել. կայքում այն տեղն է, ուր գործնականում համախմբված են գրեթե բոլոր վաճառողներն ու գնորդները:
- Հայտարարությունների ցանկ. կառուցվածք է, որտեղ գնորդներն ու վաճառողները հայտարարություն են տարածում այն ամենի վերաբերյալ, ինչը կարող է հետաքրքրել երկուստեք:
- Աճուրդի մոդել. ցանցային միջավայր է, որտեղ ներկայացվում են մրցակցային հայտեր՝ պայմանագիր կնքելու համար:
- Բրոքերային կայքը հանդես է գալիս որպես վաճառողի և գնորդի

⁵ Տե՛ս **Назаров А.А., Иванова В.И.**, Электронная торговля как инструмент повышения качества взаимодействия государства, бизнеса и общества, OECOMOMIA ET JUS, изд.: Чувашский государственный университет имени И.Н. Ульянова (Чебоксары), №2, 2016, էջ 5:

⁶ Տե՛ս Հայաստանի Հանրապետությունում էլեկտրոնային առևտրի զարգացման, ցանցային պատրաստվածության և տեխնիկական հագեցվածության ծրագրին և ծրագրի իրականացման միջոցառումների ժամանակացույցին հավանություն տալու մասին, Քաղվածք ՀՀ Կառավարության նիստի արձանագրությունից, 19 սեպտեմբերի 2013 թ. (№ 37), <http://www.arlis.am/>

⁷ Տե՛ս ՀՀ ԿԲ, Պարբերականներ, <https://www.cba.am/am/SitePages/ppperiodicals.aspx>, (12.02.2018):

⁸ Տե՛ս ՏՀՏ ոլորտը Հայաստանում, 2017, Հայաստանում տեղեկատվական և հեռահաղորդակցության տեխնոլոգիաների ոլորտի հետազոտություն. file:///C:/Users/HG%20%20Computers/Downloads/2017-ICT-Industry-Report_arm%20(2).pdf, էջ 58 (29.01.2018):

միջնորդ, այսինքն՝ պատվեր ստանալ մեկ ընկերությունից և դա փոխանցել մեկ այլ ընկերության:

- Ընկերության կորպորատիվ կայք. այլ գործընկերների հետ կապ հաստատելու միջոց է:
- Առցանց խանութները կարող են լինել կորպորատիվ կայքի մի մասը կամ գոյություն ունենալ առանձին:
- Գնումների ծառայություն. հնարավորություն է ընձեռում ծեռնարկությանը՝ կատարելու գնումներ սեփական համացանցային կայքի միջոցով:

Համացանցային մարքեթինգի սկզբունքներից է գնման և վաճառքի սկզբունքը, ըստ որի՝ համացանցում իրականացվող գործողությունների ուղղությունները երկուսն են՝ B2B և B2C: Նշվածներից առաջինը կապված է մեծածախ առևտրի կամ առևտրային արդյունաբերության հետ, իսկ B2C-ն՝ մանրածախ առևտրի հետ:

B2B2C մոդելները հնարավորություն են տալիս ընկերություններին, օգտագործելով B2C մոդելը, մեծացնել շահույթը: Ընկերություններն իրենց բիզնեսը օպտիմալացնելու և բարելավելու համար, օգտագործելով B2B և B2C մոդելները, հնարավորություն են ստանում մեծացնելու եկամուտները և կրճատելու ավելորդ ծախսերը, ինչպես նաև ընդլայնելու իրենց գիտելիքներն առևտրային դաշտի վերաբերյալ՝ գործադրելով այլ ընկերությունների փորձը:

C2C և C2B2C մոդելները թույլ են տալիս սպառողներին փոխգործակցել ինքնուրույն: Այս մոդելներն օգնում են կարգավորել եկամտի հոսքը, իսկ սպառողները հնարավորություն են ունենում վաճառելու և գնելու ամբողջովին նոր ուղղությամբ:

«Բիզնեսը տնային տնտեսությունների համար» (B2C) համակարգերը մասնագիտացված էլեկտրոնային առևտրային հարթակներ են, որոնց միջոցով վերջնական օգտագործողներին ներկայացվում են ապրանքներ ու ծառայություններ:

Հայաստանում այս էլեկտրոնային բիզնես մոդելի զարգացումը կապված է բնակչության բարեկեցության, պաշտոնական և ստվերային եկամուտների աճի մակարդակի և երկրի տնտեսության ընդհանուր զարգացման հետ: Հայաստանում նշված մոդելի զարգացման հաջողության հիմնական բաղադրիչները հետևյալ ենթակառուցվածքային տարրերն են՝ ապրանքների ստացման և առաքման կետերի մատչելիություն, տրանսպորտային ենթակառուցվածքների զարգացման մակարդակ (ճանապարհային ենթակառուցվածքներ՝ երկաթուղային տրանսպորտ, օդային տրանսպորտ), փոստային, առաքման ծառայությունների աշխատանք, էլեկտրոնային դրամ և վճարային համակարգեր:

Առցանց խանութներում էլեկտրոնային պատուհանների ներդրման ցածր ծախսերի շնորհիվ էլեկտրոնային առևտուրը մեծ պահանջարկ ունի վերջնական սպառողների հետ փոխգործակցող վաճառողների շրջանում, որը հնարավորություն է տալիս անհատականացված հարաբերություններ հաստատելու գնորդի հետ անձնական աշխատասենյակից, հետադարձ համակարգի միջոցով և անձնակազմի տեխնիկական աջակցությամբ, որը, իր հերթին, թույլ է տալիս անհրաժեշտ ապրանքներն արագ որոնել գտիչ համակարգ ունեցող կայքի միջոցով:

Իհարկե, Հայաստանում էլեկտրոնային առևտրի զարգացման հնարավորությունները դեռևս սպառված չեն: Մինչ օրս ընկերությունները չեն կարո-

ղանում լիարժեքորեն մրցակցել, քանի որ իրենց գործունեության մեջ չեն օգտագործում համացանցային տեխնոլոգիաներ և էլեկտրոնային առևտրային գործիքներ: Հայկական ընկերությունների մեծ մասը գիտակցում է այս իրողությունը և ակտիվորեն իրացնում է շուկայի այս հատվածը, չնայած այն բանին, որ Հայաստանում այնքան էլ զարգացած չեն էլեկտրոնային առևտրի ենթակառուցվածքները (հիմնականում աչքի են ընկնում անհավասար կարգավորմամբ, ճանապարհային ենթակառուցվածքների անբավարար զարգացմամբ):

«Հայաստանի փոխակերպման օրակարգ 2018–2030 թթ.» ծրագրի համաձայն՝ բիզնես – կառավարություն (B2G) և կառավարություն – բիզնես (G2B) մոդելների զարգացման համար անհրաժեշտ է կատարելագործել թվային տնտեսության կամ էկոհամակարգի իրավական հիմքերը, դրա հիմնական ինստիտուտների գործունեությունը, մասնավորապես՝ ամրապնդել և կատարելագործել թվային տնտեսության օրենսդրական կարգավորումը, որը վերաբերում է էլեկտրոնային գործարքի սուբյեկտին, նրա պատասխանատվությանը, էլեկտրոնային գործարքի օբյեկտին, էլ-փաստաթղթերին, էլեկտրոնային փաստաթղթաշրջանառությանը, թվային միջավայրում իրավախախտումներին, էլեկտրոնային միջավայրում առանձնահատուկ իրավական գործելակարգերի կիրառմանը, բանացանցի տեխնիկական սարքերից ավտոմատ հավաքագրվող թվային տվյալների կարգավիճակին:

G2C, C2G (government-to-customer, customer-to-government) մոդելները ընկած են էլեկտրոնային կառավարության հիմքում, որի ռազմավարական նպատակն է աջակցել և պարզեցնել կառավարումը շահագրգիռ բոլոր կողմերի՝ կառավարության, քաղաքացիների և բիզնեսի համար: Տեղեկատվական հաղորդակցական տեխնոլոգիաների (S<S) օգտագործումը կարող է համախմբել բոլոր երեք կողմերին և պարզեցնել գործընթացներն ու աշխատանքները:

Հայաստանի Հանրապետության Կառավարության պաշտոնական կայքը՝ www.gov.am-ը, յուրօրինակ պորտալ է, որտեղ կարելի է ծանոթանալ ՀՀ Կառավարության գործունեության արդյունքներին, օրենսդրական նախաձեռնություններին, բաժանորդագրվել նորություններին: Կառավարության կայքում տեղադրված հղումների միջոցով կարելի է հետևել նախարարությունների, Կառավարությանն առընթեր մարմինների, ՀՀ մարզերի պաշտոնական վեբ կայքերին, ուր ներկայացված է տվյալ կառույցի վերաբերյալ տեղեկատվությունը: Քաղաքացիների և Կառավարության միջև երկկողմանի հարաբերությունները կարող են ներառել հարկերի վճարումը, նույնականացման քարտերի, ծննդյան վկայականների, անձնագրերի ստացումը, լիցենզիաների վերաթողարկումը կամ այլ տիպի՝ քաղաքացուց դեպի կառավարություն (C2G) հարաբերությունները:

G2C, C2G մոդելները կենսագործվում են www.e-gov.am կայքի միջոցով և հնարավորություն են տալիս իրականացնելու հետևյալ գործառնությունները՝

- էլեկտրոնային վիզաների ստացում (www.mfa.am/e/Visa/),
- ARCA էլեկտրոնային վճարումների համակարգի ներդրում (www.e-payments.am).
- «Mulberry» փաստաթղթերի էլեկտրոնային կառավարման համակարգին անցում.
- էլեկտրոնային ստորագրություն (www.ekeng.am).
- Փաստաթղթի և դիմումի ընթացքին էլեկտրոնային եղանակով հե-

տևելու հնարավորություն բիզնեսի և քաղաքացիների համար.

- Հարկային հաշվետվությունների ներկայացման էլեկտրոնային համակարգ (www.file-online.taxservice.am).
- Էլեկտրոնային թույլտվություններ և լիցենզիաներ (արտոնագրեր).
- Բիզնեսի էլեկտրոնային գրանցում (www.eregister.am).
- Նույնականացման քարտեր (ID-cards) և կենսաչափական անձնագրեր.
- Մտավոր սեփականության գործակալության էլեկտրոնային հայտերի ընդունման համակարգ (www.my.aipa.am).
- Մտավոր սեփականության գործակալության տեղեկատվական որոնման համակարգ.
- ՂԱՀԿ էլեկտրոնային աճուրդի համակարգ (achurd.harkadir.am).
- Պայմանագրերի կիրարկում (Armenian E-Notary Information System (AENIS) համակարգ).
- Հայաստանի իրավական տեղեկատվության էլեկտրոնային համակարգ (www.arlis.am).
- Անշարժ գույքի կադաստրի էլեկտրոնային համակարգ (www.e-cadastre.am).
- Ինտերնետով հրապարակային ծանուցման պաշտոնական կայք
- Դատական տեղեկատվական էլեկտրոնային համակարգ (www.datalex.am):

Էլեկտրոնային բիզնես մոդելների զարգացման տեսանկյունից կարևոր է նաև գործարար միջավայրում առաջացած վեճերի լուծմանն ուղղված մեխանիզմների մշակումը: Այսպես՝ 2017-ին գործարկվեց «Բիզ Պաշտպան» (www.bizprotect.am) էլեկտրոնային հարթակը, որը հնարավորություն է տալիս բիզնես ներկայացուցիչներին հայտնելու բիզնես ոլորտում հանդիպած կոռուպցիոն ռիսկերի և այլ հարակից խնդիրների մասին՝ միաժամանակ ապահովելով դիմողների անվտանգությունը: Հարկ է նշել նաև, որ այս եղանակով ստացված տեղեկությունները օգտագործվելու են նաև բիզնես ոլորտում նոր քաղաքականություն մշակելու և համապատասխան բարեփոխումներ առաջարկելու համար:

Այսպիսով՝ վերջին տասնամյակում Հայաստանի Հանրապետությունում էլեկտրոնային բիզնես մոդելների զարգացման դրական միտում է նկատվում, որը կապված է միջազգային հաջող փորձի ներդրման և «Հայաստանի փոխակերպման օրակարգ 2018–2030 թթ.» ծրագրի կենսագործման հետ: «Հայաստանի թվային փոխակերպման օրակարգ 2030» շրջանակային փաստաթղթի վերջնական տարբերակում նշվում է, որ «թվային ցատկ» կոչվող առաջին փուլի շրջանակում նախատեսվում է իրականացնել ենթակառուցվածքների լայնածավալ զարգացմանը և կառավարման բոլոր ոլորտներում միասնական թվայնացման միջավայրի ձևավորմանն ուղղված ծրագրեր: Մանրամասներ են ներկայացվել պետական կառավարման համակարգերի միջև փոխգործելիության հարթակի ձևավորման, թվային ծառայությունների մատուցման միասնական կենտրոնների ստեղծման, թվային վիճակագրության և այլ ոլորտներում նախատեսվող ծրագրերի վերաբերյալ. ակնկալվում է «մեկ պատուհանի» սկզբունքով գործող ծառայությունների ընդլայնում:

Օգտագործված գրականություն

1. Հայաստանի Հանրապետությունում էլեկտրոնային առևտրի զարգացման, ցանցային պատրաստվածության և տեխնիկական հագեցվածության ծրագրին և ծրագրի իրականացման միջոցառումների ժամանակացույցին հավանություն տալու մասին, Քաղվածք ՀՀ Կառավարության նիստի արձանագրությունից, 19 սեպտեմբերի 2013 թ., № 37, <http://www.arlis.am/>
2. ՀՀ ԿԲ, Պարբերականներ. <https://www.cba.am/am/SitePages/ppperiodicals.aspx>, (12.02.2018):
3. S&S ոլորտը Հայաստանում, 2017, Հայաստանում տեղեկատվական և հեռահաղորդակցության տեխնոլոգիաների ոլորտի հետազոտություն, file:///C:/Users/HG%20%20Computers/Downloads /2017-ICT-Industry-Report_arm%20(2).pdf, (29.01.2018):
4. Алексахин А.Н., Рудакова О.В., Тенденции развития систем электронного бизнеса в России, Вестник ОрелГИЭТ, № 4(34), 2015.
5. Аюшиева Е.Б., Электронный бизнес в России, Вестник Восточно-Сибирской государственной академии культуры и искусств, № 2(5), 2013.
6. Назаров А.А., Иванова В.И., Электронная торговля как инструмент повышения качества взаимодействия государства, бизнеса и общества, OECONOMIA ET JUS, изд.: Чувашский государственный университет имени И.Н. Ульянова (Чебоксары), № 2, 2016.
7. Сагитов Э.В., Калиева Ж.А, Современное представление “бизнес-модели” в контексте укрепления конкурентоспособности продукции фирм в условиях экономического кризиса, Международная научно-практическая конференция “Уральская горная школа – регионам”, Екатеринбург, 11-12 апреля 2016 г., Изд-во УГГУ, 2016.
8. UNCTAD, Information Economy Report 2017: Digitalization, Trade and Development. http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/ier2017_en.pdf, (29.01.2018).

РОБЕРТ БАБАЯН

Ассистент кафедры коммерции и организации бизнеса АГЭУ,
кандидат экономических наук

Особенности развития современных бизнес-моделей в Республике Армения. – В статье исследуются основные виды и модели электронного бизнеса в Республике Армения. Определяются и анализируются основные факторы, влияющие на процессы формирования современной экономики, в большей степени базирующейся на автоматизации основных рутинных операций по покупке, продаже и оказанию услуг таким агрегированным экономическим субъектам, как домашнее хозяйство, бизнес, банковская сфера и государство. Подробно анализируются все электронные бизнес-модели.

Ключевые слова: бизнес-модель, электронный бизнес, электронная коммерция, информационная экономика, интернет-технологии.

JEL: M2, M20, M21

ROBERT BABAYAN

Assistant at the Chair of Commerce and Business
Organization at ASUE, PhD in Economics

Peculiarities of Contemporary Business Models Development in the Republic of Armenia. – The article examines the main types and models of e-business in the Republic of Armenian. It identifies and analyzes the main factors influencing the process for the formation of modern economy which is largely based on basic automation of routine operations for purchasing, selling and providing services to such aggregated economic agents as households, business, banking and government. All electronic business models are thoroughly analysed.

Keywords: business model, e-business, e-commerce, information economy, internet technology.

JEL: M2, M20, M21