

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ
Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра экономической теории
и национальной экономики

Развитие бизнеса в сети интернет

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

Студента 4 курса 464 группы
направления 38.03.01 Экономика
профиль «Экономика предпринимательства»
экономического факультета
Корсакова Андрея Алексеевича

Научный руководитель
к.э.н., доцент _____

дата, подпись

В.В. Киушина

Заведующий кафедрой
к.э.н., доцент _____

дата, подпись

Е.В. Огурцова

Саратов 2020 год

Введение. На современном этапе наблюдается стремительное развитие интернет-индустрии. При этом предприятия, которые задействуют сеть интернет для осуществления своего бизнеса, получают возможность взаимодействовать с поставщиками и потребителями значительно быстрее. Кроме того, они быстрее увеличивают свой производственный потенциал. Согласно данным Бостонской консалтинговой группы, прибыль организаций, организующих бизнес через интернет, ежегодно увеличивается на 12,5%.

Следует отметить, что интернет-индустрия сильно отражается на развитии экономики. Интернет открывает уникальные возможности для предпринимательства. Так, например, расширяются географические границы потенциальной аудитории, формируются новые организационные связи с партнерами и др. Благодаря сети интернет, предприниматели добиваются высоких показателей, ориентируется на новые каналы сбыта, а также развивает новые модели ведения бизнеса в сети.

Также важным преимуществом сети интернет для бизнеса является повышение производительности организации, за счет упрощения коммуникации, ускорение бизнес-процессов, снижения транзакционных издержек и др.

Следует отметить, что проблема развития бизнеса в сети интернет на современном этапе весьма актуальна, так как преимущества, предоставляемые интернет-средой, интересны для каждого субъекта предпринимательства. Этим и обусловлена актуальность данного исследования.

Степень разработанности проблемы. Вопросы развития интернет-предпринимательства рассматриваются в трудах многих экономистов. Среди наиболее значимых можно выделить труды таких авторов, как Р.Р. Гайсина, О.Н. Горбунова, И.А. Денисенко, И.Ю. Жилина, К.Х. Зоидов, А.Л. Лазутина, О.Б. Мизякина, А.В. Олифинов, В.Ю. Сапрыкина, А.И. Сметанина, Н.Г. Устинова и др.

Цель исследования – проанализировать развитие бизнеса в сети интернет.

Поставленная цель предопределила ряд задач, которые необходимо решить в процессе исследования:

- рассмотреть основные формы ведения электронного бизнеса в сети интернет;
- охарактеризовать этапы развития моделей интернет-предпринимательства;
- провести сравнительный анализ интернет-предпринимательства России, Китая и США;
- изучить организационно-структурные характеристики виртуальных торговых площадок;
- провести анализ рентабельности и доходности виртуальных торговых площадок в России.

Объектом исследования выступает бизнес в сети интернет (интернет-предпринимательство).

Предметом исследования являются отношения, складывающиеся в процесс развития бизнеса в сети интернет.

При решении поставленных задач были использованы следующие методы исследования: сравнительный анализ, группировка, синтез, описание.

Структура исследования включает в себя введение, две главы, заключение, список использованных источников и приложения.

В первой главе рассматривается интернет как сфера предпринимательства. В частности, описываются основные формы ведения электронного бизнеса в сети интернет, характеризуются этапы развития моделей интернет-предпринимательства, а также сравнивается интернет-предпринимательство России, Китая и США.

Вторая глава исследования описывает организационно-структурные характеристики виртуальных торговых площадок, а также содержит анализ

рентабельности и доходности наиболее виртуальных торговых площадок в России.

В заключении представлены общие выводы по выпускной квалификационной работе.

Основное содержание работы. Основопологающей причиной трансформации экономики является бизнес в сети интернет (интернет-предпринимательство).

В экономической литературе можно выделить несколько подходов к исследованию этимологии и типологии бизнеса в сети интернет. В соответствии с одним из подходов, авторы трактуют интернет-предпринимательство как предпринимательскую деятельность, которая осуществляется только с применением сети Интернет. Так, по мнению О.Б. Мизякиной, бизнес в сети интернет определяется как «вид экономической деятельности международных компаний посредством компьютерных сетей, в частности, сети интернет, с целью получения прибыли».

Еременко Ю.А. считает, что бизнес в сети интернет подразумевает «осуществление главных бизнес-процессов с помощью интернет технологий».

По мнению Горбуновой О.Н., под интернет-предпринимательством следует понимать «как бизнес, построенный на совместных действиях бизнес-процесса в лице бизнесмена и компьютера или другого средства связи обмена информацией».

Бабкин А.В., Чистякова О.В. придерживаются мнения, что интернет-предпринимательство – это «деятельность организации на основе интернет-технологий, в которой все бизнес-процессы автоматизированы».

Представители другого подхода придерживаются мнения, что бизнес в сети интернет подразумевает наличие бизнес-процессов, осуществляемых при задействовании телекоммуникационных и информационных технологий.

Представители третьего подхода считают, что, характеризуя интернет-предпринимательство, необходимо делать акцент на технологии и средства

ведения бизнеса. Так, по мнению Страусса Дж., Фроста Р., «бизнес в сети интернет – это «совокупность электронной коммерции, бизнес-аналитики управления взаимодействием с потребителями, управления логистикой и сбытом, а также информационной системой планирования».

На современном этапе мирового экономического развития можно выделить следующие ключевые направления использования интернет-средств в предпринимательстве (рисунок 1).



Рисунок 1 – Направления использования интернет-средств в предпринимательстве

Следует отметить, что бизнес в сети интернет формируется под влиянием определенных элементов цифрового рынка. Эти элементы представлены на рисунке 2.

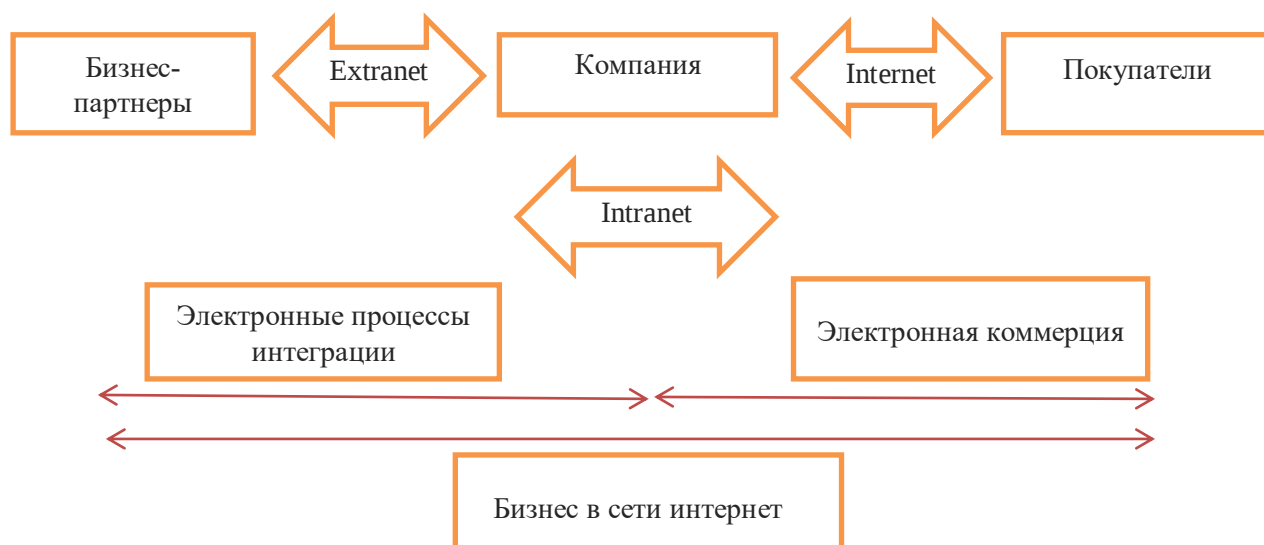


Рисунок 2 – Структура бизнеса в сети интернет

Следует отметить, что для каждого интернет-предприятия использование сети интернет несет определенные преимущества, которые представлены на рисунке 3.

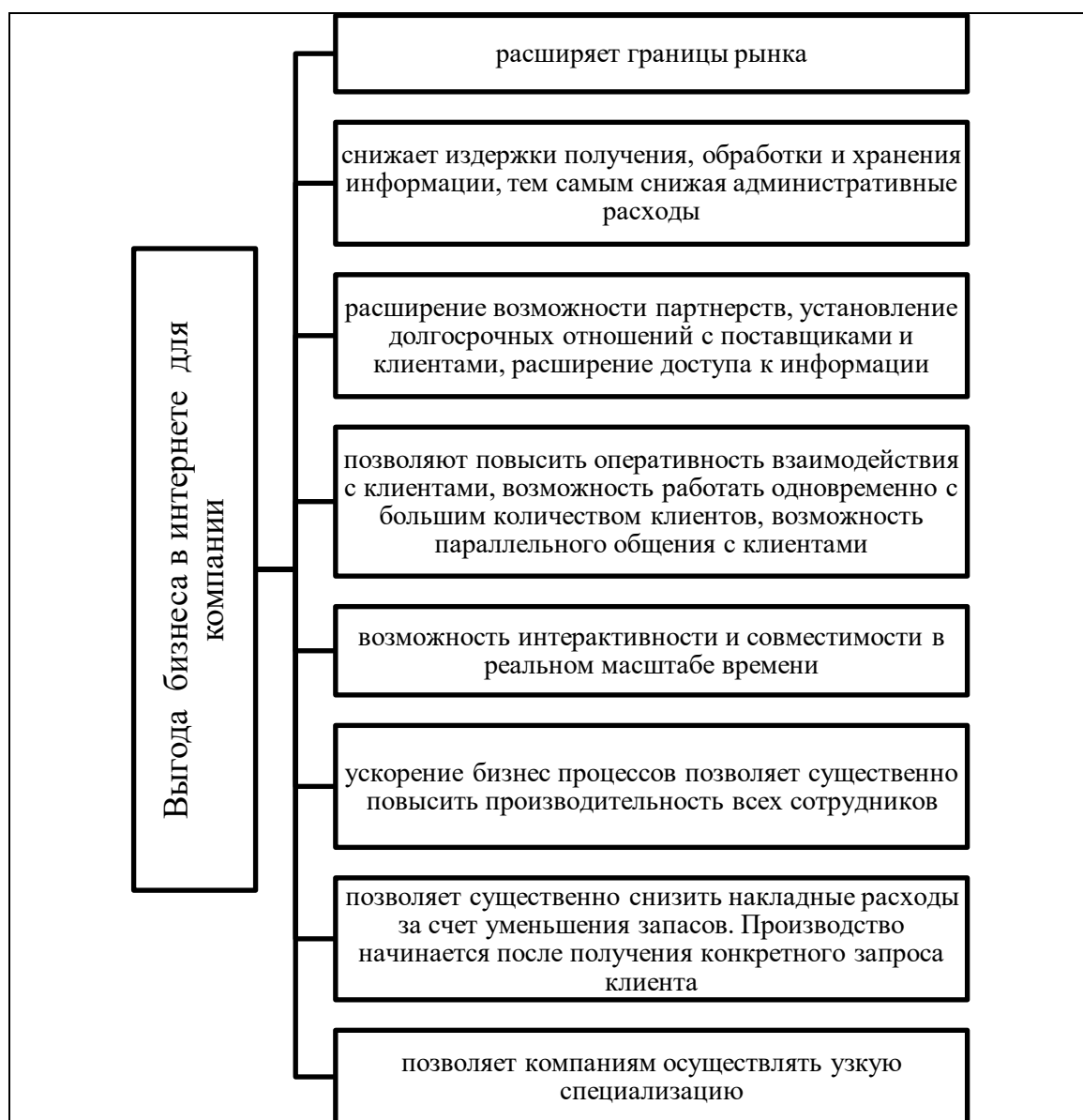


Рисунок 3 – Преимущества бизнеса в сети для компании

При этом переход к интернет-предпринимательству выгоден не только фирмам, но и потребителям товаров (услуг), а также всему обществу. Эти преимущества представлены на рисунке 4.



Рисунок 4 - Преимущества бизнеса в сети интернет для клиентов и общества

На современном этапе сформировались следующие основные бизнес-модели интернет-предпринимательства:

- B2B («бизнес-бизнес», взаимодействие между компаниями для осуществления торгово-закупочной деятельности через сеть интернет);
- B2C («бизнес-клиент», прямая реализация товара потребителю);
- B2G («бизнес-государство», осуществление системы электронных госзакупок);
- G2B («государство-бизнес», информационные порталы государственных органов, системы электронных закупок).

Бизнес-модели интернет-предпринимательства, в свою очередь, включают различные элементы, основные из которых представлены на рисунке 5.

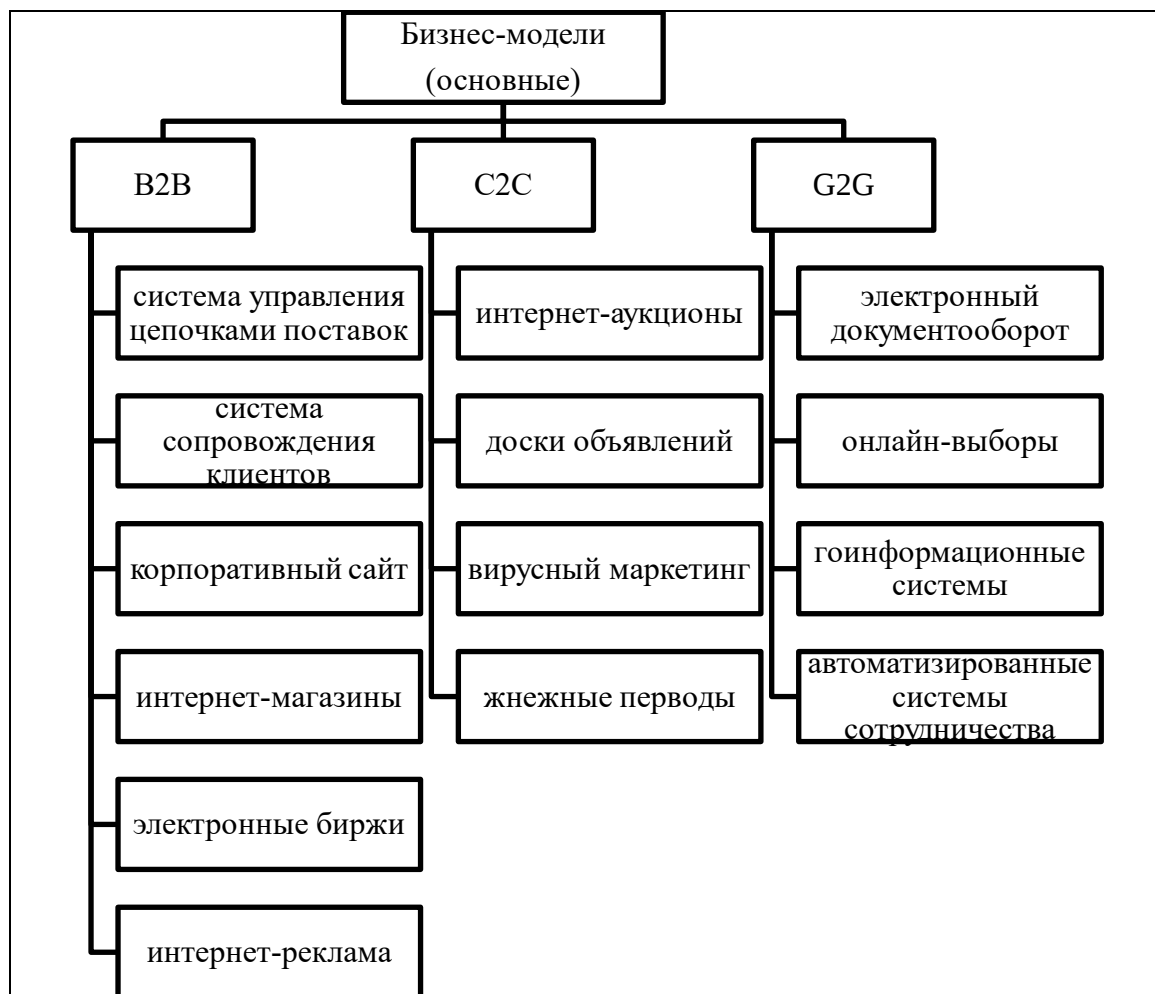


Рисунок 5 – Структура бизнес-моделей интернет-предпринимательства

Важно отметить, что функционирование любой бизнес-модели невозможно без наличия четкого организационно-экономического механизма, который подразумевает совокупность инструментов воздействия на участников бизнес-процессов, гармонизирующую их экономические интересы и обеспечивающую качественное совершенствование предпринимательского потенциала субъектов хозяйствования.

Целью такого механизма является создание дополнительных условий для развития интернет-предпринимательства путем использования электронных ресурсов в качестве элементов продвижения и интернет-пространства в качестве интегрированной торговой площадки.

К субъектам организационно-экономического механизма интернет-предпринимательства относятся: юридические лица, физические лица и государство (рисунок 6).

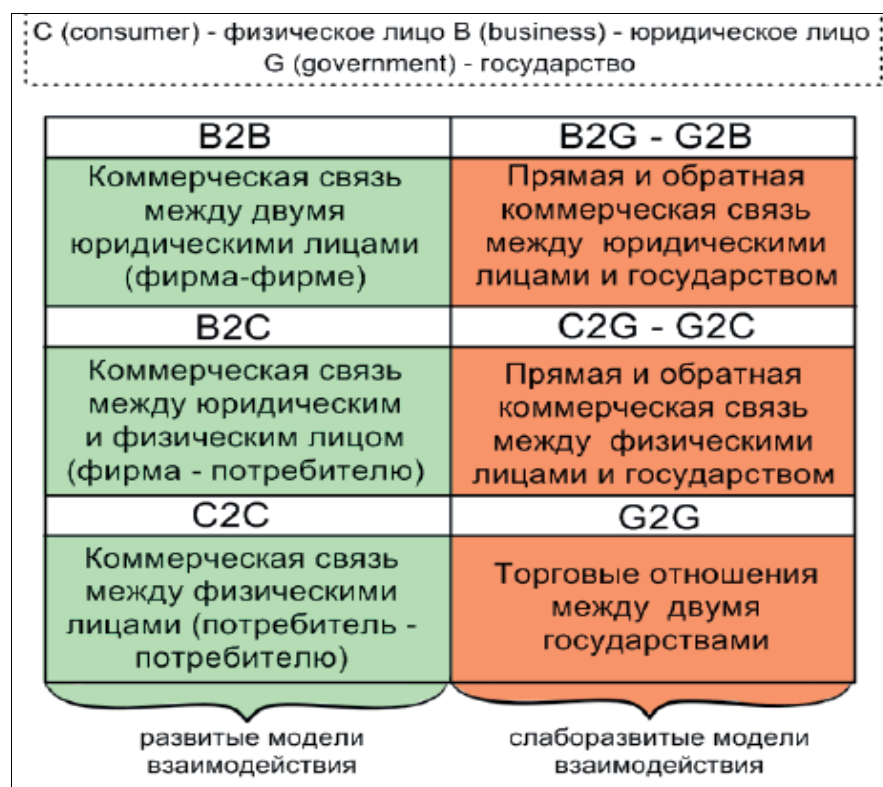


Рисунок 6 - Типы взаимодействия субъектов организационно-экономического механизма развития интернет-предпринимательства

Интернет-предпринимательство это глобальный феномен, получивший распространение уже в большинстве стран мира, но в каждом регионе она имеет собственную специфику и отличительные особенности.

Сравнивая интернет-предпринимательство в разных странах, можно отметить, что доля такого бизнеса в общем обороте государства в разных странах различна (рисунок 7).

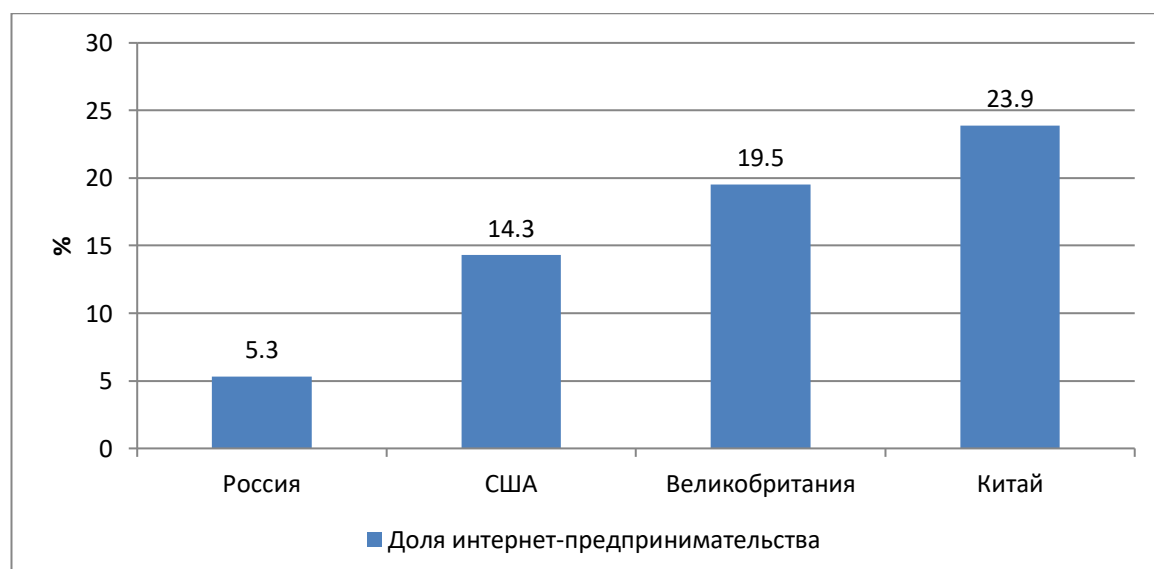


Рисунок 7 – Доля интернет-предпринимательства в общем обороте
страны в 2019 году, %

Проанализируем основные тенденции развития электронного бизнеса в разрезе стран. Так, в Великобритании онлайн-покупатели предпочитают забирать товары в специальных центрах выдачи. Кроме того, широко распространена модель «click and collect», которая расшифровывается как «заказал онлайн – забери офлайн».

Германия занимает второе место по обороту рынка электронной коммерции в Европе, что обусловлено увеличением спроса на различные объекты недвижимости со стороны продавцов с узкой специализацией, ведущих деятельность в интернете.

В Австралии наблюдается стремительный рост автоматизации онлайн-торговли. Системы автоматизации представляют собой облачный сервис или программный комплекс, предназначенный для решения задач, связанных с анализом данных для веб-сайтов и интернет-магазинов. Кроме того, популярностью пользуется модель использования услуг компаний-посредников, осуществляющих выдачу и возврат товаров.

Оптовая торговля в США составляет приблизительно 30% от всего бизнеса в сети. Это происходит за счет того, что торговые представители открывают крупные распределительные центры в пределах основных городов, а рядом с небольшими городами – склады средних размеров. Это дает возможность доставлять товар клиентам в день оформления заказа.

В Китае предусмотрены льготы для субъектов электронного бизнеса в размере от 20 до 70% покрытия всех затрат, а также формирование платформ с низким по стоимости трафиком. Большинство продавцов имеют свой собственный виртуальный магазин на соответствующей платформе и сами несут ответственность за доставку.

Под виртуальной торговой площадкой (ВТП) подразумевается интернет-платформа, которая объединяет различные сообщества покупателей и продавцов и предоставляет им сведения о продуктах и услугах, а также

возможность взаимодействовать друг с другом, задействуя технические возможности платформы.

В таблице 1 более подробно приведены основные параметры анализа, а также сравнительные показатели компаний Market.yandex.ru, Alibaba.com, Amazon.com, Ebay.com. на основе различных классификаций виртуальных торговых площадок и их функциональных элементов.

Таблица 1 - Сравнительная характеристика механизма виртуальных торговых площадок на примере Market.yandex.ru, Amazon.com, Ebay.com и Alibaba.com

Показатель	Market.yandex.ru	Alibaba.com	Amazon.com	Ebay.com
Тип ВТП	Вертикальная	Вертикальная	Вертикальная	Горизонтальная
Тип транзакционного механизма	Фиксированная цена	Фиксированная цена	Фиксированная цена	Фиксированная цена, аукцион
Наличие агрегированного каталога товаров	Да	Да	Да	Да
Наличие агрегированного каталога продавцов	Да	Да	Нет	Да

Можно отметить, что тип ВТП рассматриваемых торговых площадок одинаковый у компаний Market.yandex.ru, Alibaba.com, Amazon.com – они имеют вертикальный тип ВТП. Компания Ebay.com имеет горизонтальный тип.

При этом все эти компании работают по фиксированной цене. А Ebay.com также задействует аукционы.

В каждой рассматриваемой компании присутствует агрегированный каталог товаров. Агрегированный каталог продавцов имеется у всех компаний, кроме Ebay.com.

Далее рассмотрим функции рассматриваемых виртуальных торговых площадок (таблица 2).

Таблица 2 – Функции виртуальных торговых площадок на примере Market.yandex.ru, Amazon.com, Ebay.com и Alibaba.com

Функции	Market.yandex.ru	Alibaba.com	Amazon.com	Ebay.com
Наличие отзывов (оценки) о продукте от других пользователей	Да	Да	Да	Нет
Наличие отзывов (оценки) о продавцах от других пользователей	Да	Да	Да	да
Гарантия платежа	Нет	Да	Да	Да
Гарантия безопасности транзакций	Нет	Да	Да	Да
Кто может совершить покупку	Любой пользователь	Любой пользователь	Только зарегистрированный пользователь	Любой пользователь

В первую очередь данный сравнительный анализ показывает, что по большей части параметров выбранные четыре компании схожи. Это дает право предположить правильность определения данных компаний как виртуальных торговых площадок. Но некоторые различия все же присутствуют. Ebay.com в наибольшей степени отличается от трех других исследуемых площадок, в первую очередь отличной системой ценообразования, позволяющей потенциальным покупателям самостоятельно назначать цены или, наоборот, участвовать в аукционе.

Площадку Market.yandex.ru отличает от остальных отсутствие гарантий оплаты и безопасности платежа – данная функция полностью переносится на сторону продавцов, присутствующих на площадке.

Рассмотрев организационно-структурные характеристики виртуальных торговых площадок, можно проанализировать их рентабельность и доходность.

Можно сделать вывод, что на протяжении исследуемого периода наблюдается не стабильная динамика основных показателей деятельности

ВТП Market.yandex.ru. Так, в 2018 году по сравнению с 2017 годом наблюдается прирост выручки компании на 38358,9 млн. долл., а в 2019 году, наоборот, ее снижение (на 1558,0 млн. долл.).

Можно сделать вывод, что рентабельность продаж Market.yandex.ru на протяжении исследуемого периода изменяется не стабильно. В 2018 году наблюдается ее увеличение, а в 2019 году – снижение. Как следствие, в 2019 году прибыльность деятельности виртуальной торговой площадки снижается.

Можно сделать вывод, что выручка ВТП Alibaba.com в 2018 году увеличивается по сравнению с предыдущим годом на 104512,4 млн. долл., а в 2019 году, наоборот, снижается (на 23780,0 млн. долл.).

Можно сделать вывод, что рентабельность продаж Alibaba.com на протяжении исследуемого периода снижается. Как следствие, прибыльность деятельности виртуальной торговой площадки снижается.

Можно сделать вывод, что выручка виртуальной торговой площадки Ebay.com в 2018 году выросла на 236,0 млн. долл. (11,7%), а в 2019 году, наоборот, снизилась на 217,0 млн. долл. (9,6%).

Можно сделать вывод, что рентабельность продаж Ebay.com в 2017 году имеет отрицательно значение. Как следствие, компания в этом году была нерентабельной и получило убыток.

Можно сделать вывод, что выручка виртуальной торговой площадки Amazon.com в 2018 году увеличилась на 11930,0 млн. долл. (19,7%), а в 2019 году, наоборот, снизилась на 12683,0 млн. долл. (17,5%).

Можно сделать вывод, что рентабельность продаж Amazon.com стабильно увеличивается. Как следствие, деятельность компании можно считать прибыльной.

Заключение. Подводя итог проеденному исследованию, можно сделать ряд выводов:

1. Интернет-предпринимательство следует определять, как вид предпринимательской деятельности, который связан с осуществлением

транзакций при использовании информационно-коммуникационных технологий для получения прибыли.

Бизнес в сети интернет имеет преимущества для разных категорий. При этом следует учитывать, что происходит постоянное расширение границ сети интернет, а также изменение электронных носителей информации. В связи с этим дальнейшее развитие интернет-предпринимательства неизбежно.

2. На современном этапе сформировались множество бизнес-модели интернет-предпринимательства, например, B2B, B2C, B2G, G2B и др.

Активное использование интернет-технологий в качестве инструментария развития предпринимательства способствует быстрому вхождению на рынок объекта хозяйственной деятельности.

Организационно-экономический механизм совершенствования бизнес-проекта в рамках интернет-пространства позволяет систематизировать процессы становления и развития предпринимательства в электронной среде.

3. Отечественные электронные торговые площадки пока находятся на начальной стадии формирования своих бизнес-процессов, и, несмотря на разнообразные попытки повышения их доходности, лишь немногие из них могут рассматриваться в качестве эффективных организаторов торговли в сети интернет.

4. Несмотря на то, что в Российской Федерации наблюдается положительная тенденция развития рынка электронной коммерции, существует ряд проблем, препятствующих раскрытию ее полного потенциала на мировом рынке. Разработка эффективной стратегии развития рынка электронной коммерции, решение технических вопросов, повышение доверия населения к онлайн-торговле, оптимизация механизмов логистики и эффективности работы почтовых служб, а также систем оплаты позволят повысить уровень развития рынка отечественного электронного бизнеса.

Эффективность развития электронного бизнеса подтверждается данными о росте доходности субъектов предпринимательской деятельности за счет снижения издержек и формирования интегрированных цепочек

добавленной стоимости. Процессы развития электронного бизнеса в мире и в Российской Федерации в частности отражают устойчивую тенденцию к переходу субъектов предпринимательской деятельности в электронную среду.

5. Под виртуальной торговой площадкой (ВТП) подразумевается интернет-платформа, которая объединяет различные сообщества покупателей и продавцов и предоставляет им сведения о продуктах и услугах, а также возможность взаимодействовать друг с другом, задействуя технические возможности платформы.

6. В работе были рассмотрены организационно-структурные характеристики виртуальных торговых площадок на примере Market.yandex.ru (Россия), Amazon.com (США), Ebay.com (США) и Alibaba.com (Китай).

Сравнительный анализ четырех виртуальных площадок, с одной стороны, позволяет выделить их общие характеристики, с другой стороны, позволяет наглядно продемонстрировать возможные источники дополнительной ценности в электронной коммерции на примере реальных компаний России, Китая и США.

Стоит отметить, что различия и сходства данных виртуальных компаний не определяются страной их происхождения, а скорее отвечают реальным потребностям их целевых аудиторий: поиск наиболее оптимального предложения, возможность покупателей влиять на финальную цену, бесплатная доставка, быстрая логистика, удобство оплаты и т.д.