

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н. Г.
ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра экономической теории и
национальной экономики

**Специфика функционирования интернет-магазинов в современных
условиях**

АВТОРЕФЕРАТ МАГИСТЕРСКОЙ РАБОТЫ

Студента 2 курса 261 группы
Направления 38.04.01 «Экономика» профиля «Интернет-экономика»
экономического факультета
Тараскина Максима Олеговича

Научный руководитель
к.э.н., доцент

дата, подпись

Е.В. Порезанова

Заведующий кафедрой
к.э.н., доцент

дата, подпись

Е.В. Огурцова

Саратов 2024 год

ВВЕДЕНИЕ

В ходе написания выпускной квалификационной работы на тему «Специфика функционирования интернет-магазинов в современных условиях» была сформулирована следующая цель: определить пути совершенствования деятельности интернет-магазинов в современных условиях.

Для достижения поставленной цели были определены следующие задачи:

- изучить теоретическую базу организации деятельности интернет-магазинов.
- провести обзор крупнейших интернет-площадок на территории России, определить их ключевые характеристики и особенности функционирования.
- проанализировать тренды развития интернет-магазинов в перспективе 5 лет.
- выявить проблемы функционирования интернет-магазинов, ограничения и риски, которые мешают дальнейшему их развитию, как бизнесу, так и для отрасли электронной коммерции в целом.
- предложить пути совершенствования деятельности интернет-магазинов.

Актуальность работы обусловлена тем, что в настоящий период времени рынок электронной коммерции в России стремительно набирает обороты, однако научной и учебной литературы о специфике работы интернет-магазинов крайне мало, помимо этого, интернет-магазины испытывают ряд серьезных проблем различного характера, в связи с этим данная тема нуждается в детальной проработке и изучении.

Научная новизна исследования состоит в следующем:

1. Были систематизированы ключевые экономические показатели интернет-площадок, преимущества и недостатки, была проведена классификация по основным показателям функционирования интернет-магазинов (количество заказов, характер взаимоотношений

поставщиков и клиентов, тип коммерческого предложения, тип продуктов, характер охвата, выручка)

2. Определены основные проблемы функционирования интернет-магазинов в России.
3. Выявлены ключевые тенденции развития интернет-магазинов в перспективе пяти лет.
4. Проанализировав текущее состояние внедрения современных технологий на российских интернет-площадках, были предложены рекомендации по эффективному развитию интернет-магазинов.

Информационной базой работы выступают статистические данные ведущих российских компаний, имеющих отношение к сфере онлайн-ритейла: аналитические данные АКИТ (Ассоциации Компаний Интернет Торговли), исследования Data Insight (агентство, специализирующееся на исследованиях и аналитике в области Интернета), исследования профессоров Высшей Школы Экономики, а так же статистические данные одной из ведущих компаний в сфере интернет торговли – Яндекс.

Помимо этого, в качестве основных источников информации для изучения текущего состояния электронной коммерции в России были проанализированы и изучены: открытые судебные дела и материалы ФАС, касающиеся функционирования интернет-магазинов, открытые источники бизнес-форумов и СМИ, а также, был проведен обзор российских и зарубежных научных статей по теме функционирования интернет-магазинов.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

В рамках выполнения поставленных задач были предложены и рассмотрены классификации по основным показателям функционирования интернет-магазинов (количество заказов, характер взаимоотношений поставщиков и клиентов, тип коммерческого предложения, тип продуктов, характер охвата, выручка). В таблице 1 представлена классификация интернет площадок по различным критериям.

Таблица 1 – Классификация Интернет-магазинов по ключевым критериям

Критерий подразделения	Виды маркетплейсов		
Характер взаимоотношений поставщиков и клиентов	Бизнес для потребителей (B2C): основными клиентами являются физические лица, но поставки юридическим лицам также возможны (Ozon)	Потребители для потребителей (C2C): поставщики и клиенты являются преимущественно физическими лицами (Profi.ru)	Бизнес для бизнеса (B2B): поставщики и клиенты представляют собой юридические лица (B2B-платформы «Леруа-Мерлен», «М.Видео-Эльдорадо», «Мегафон»)
Тип коммерческих предложений	Торговые платформы («Ла Мода»)	Платформы, предлагающие услуги (Booking)	Комбинированные платформы, предлагающие как товары, так и услуги («Авито»)
Тип продуктов	Горизонтальные платформы, специализирующиеся на одном типе товаров или услуг («СитиМобил»)	Вертикальные платформы, предлагающие несколько видов товаров или услуг одной категории («Ситилинк»)	Мультипродуктовые платформы («СберМегаМаркет»)
Характер охвата	Национальные платформы, обслуживающие клиентов определенной страны (Wildberries)	Международные платформы, не учитывающие национальные особенности — язык, валюту и т.п. (Amazon)	Представительства международных платформ, принимающие во внимание национальную специфику (AliExpress Россия)

Источник: Панова, Е.А. Возможности маркетплейсов в развитии и повышении конкурентоспособности малых и средних предприятий / Е.А. Панова // Государственное управление. Электронный вестник. Выпуск № 89. 2021 г. С. 52-61 [2].

Согласно данным таблицы 1, существуют различные виды интернет-магазинов по характеру взаимоотношений между поставщиком и клиентом: B2C, C2C, B2B. Помимо этого площадки можно разделить по типам коммерческих предложений, по типам продуктов и характеру охвата пользователей.

В ходе написания ВКР были проанализированы основные экономические показатели рынка интернет-торговли.

На рисунке 1 представлены показатели рынка Интернет-торговли за период 2016 – 2023 годов.



Рисунок 1 – Объем рынка интернет-торговли в РФ в 2016 – 2023г.г. [1]

Как следует из рисунка 1 суммарно 100 крупнейших онлайн-магазинов России доставили за 2023 год 5,05 млрд заказов, что в 7 раз превышает показатели 2020 года. Согласно данным, представленным на рисунке 1, объем продаж в рублях в сумме по Топ-100 вырос на 44% до 7,1 трлн рублей. В период с 2016 года по 2023 год выручка компаний из топ-100 увеличилась почти на 7 млрд. рублей, что говорит о постоянном и стремительном росте интернет торговли в России.

На рисунке 2 представлены этапы развития рынка интернет-магазинов в России.



Рисунок – 2 Развитие рынка интернет-магазинов в России [3]

Как свидетельствуют данные рисунка 2, на текущий момент рынок интернет-торговли в России находится на третьем этапе развития. Отечественные маркетплейсы, контролирующие две трети всех онлайн-заказов, активно развиваются. Они запускают собственные торговые марки, монетизируют свой трафик и ищут новые пути роста, включая развитие смежных сервисов для управления работой на маркетплейсах.

В свете расширения торговых платформ, на следующем этапе развития российского рынка электронной коммерции ожидается, что предприниматели будут переходить от работы на одной платформе к работе на нескольких. Таким образом, они смогут увеличить свой трафик, не ограничиваясь одним источником. В ближайшие годы можно ожидать усиления тенденции мультиплощадок и мультиплатформенности.

Кроме того, в ближайшем будущем прогнозируется активное развитие нишевых маркетплейсов. Крупные интернет-магазины, обладающие глубокими знаниями в определенной области, становятся экспертами и собирают на своих площадках все больше информации и опыта. Они превращают себя в маркетплейсы, привлекая сторонних продавцов из той же ниши.

В ходе анализа современных проблем функционирования интернет-магазинов было определено, что наиболее чувствительными проблемами являются: нормативно-правовое регулирование деятельности интернет-площадок, а именно, отсутствие нормативно-правового оформления этих специфических взаимоотношений в России. В такой ситуации любой участник конкретной торговой операции может стать жертвой. Это можно рассматривать как реальную угрозу для развития маркетплейсов в стране. Также стоит отметить проблему с продажей контрафактной продукции.

Помимо этого, был выделен ряд других проблем, которые мешают развитию интернет-магазинов в стране:

- Ухудшение качества инвестиционного климата в торговой сфере России;

- Нестабильность валютного курса российского рубля в отношении основных иностранных валют;
- Прекращение или нарушение прежних глобальных цепей поставок;
- Рост инфляции;
- Высокие ставки на эквайринг.

Определив основные проблемы функционирования интернет-магазинов, были рассмотрены перспективные цифровые решения, которые уже используются крупными игроками рынка в России, а также решения, которые используются в зарубежной практике, но еще не нашли своего применения в российском рынке онлайн ритейла.

Внедрение финтех инструментов в российский бизнес в 2023 году стремительно набирает обороты. Финтех-технологии становятся все более популярными и востребованными в современном бизнесе. Возможность быстрого и удобного доступа к различным финансовым инструментам позволяет компаниям существенно экономить время и ресурсы, а также улучшать качество обслуживания своих клиентов.

Важно отметить, что использование финтех-технологий не ограничивается только крупными компаниями. Даже небольшие стартапы могут использовать эти инструменты для оптимизации своих процессов и повышения эффективности работы. Кроме того, развитие финтех-технологий способствует созданию новых рабочих мест и стимулирует экономический рост. В целом, это очень перспективное направление, которое будет продолжать развиваться в ближайшие годы.

Сегодня финансовые технологии — это, прежде всего, готовые IT-разработки, предназначенные для автоматизации вашего бизнеса. Всё уже готово, владельцу бизнеса остаётся только обратиться к разработчику, который поможет выбрать и настроить необходимые опции, исходя из потребностей конкретного бизнеса, начиная от простых онлайн-платежей и заканчивая созданием сложных мобильных приложений.

Платёжные онлайн-инструменты больше не являются дополнительной опцией, теперь они стали базовой необходимостью для любого вида бизнеса, будь то крупный банк или начинающий интернет-магазин.

Помимо внедрения финтех-инструментов, одним из основных векторов развития любого бизнеса является активное внедрение механизмов искусственного интеллекта, а также машинного обучения в свои бизнес-процессы.

Итак, в ходе написания ВКР были рассмотрены наиболее эффективные способы применения технологий ИИ и машинного обучения, которые помогут интернет-магазинам оптимизировать бизнес-процессы, а также увеличить доходность бизнеса.

1. Создание человеко-ориентированной поисковой системы
2. Персонализированные рекомендации по покупкам
3. Динамическое ценообразование с помощью механизмов ИИ
4. Прогнозирование спроса.

Таким образом, проанализировав ключевые цифровые технологии, был сделан вывод о том, что использование предложенных технологий машинного обучения, искусственного интеллекта и финтех инструментов является одними из наиболее перспективных методов оптимизации бизнес-процессов и отличным инструментом для повышения продаж, сокращения издержек, анализа спроса потребителей, персонализации предложений пользователям, а также повышение уровня безопасности для защиты данных и транзакций.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе написания выпускной квалификационной работы были выполнены поставленные задачи:

- изучена теоретическая база организации деятельности интернет-магазинов.
- проведен обзор крупнейших интернет-площадок на территории России, определены их ключевые характеристики и особенности функционирования.
- подробно проанализированы тренды развития интернет-магазинов в перспективе 5 лет.
- выявлены проблемы функционирования интернет-магазинов, ограничения и риски, которые мешают дальнейшему их развитию, как бизнесу, так и для отрасли электронной коммерции в целом.
- предложены пути совершенствования деятельности бизнеса интернет-площадок, обозначена перспективность развития отрасли электронной коммерции.

В ходе подробного анализа современных проблем развития и функционирования интернет-магазинов в России, можно сделать вывод о том, что на сегодняшний день, нормативно-правовое регулирование деятельности интернет-площадок остается одной из наиболее актуальных тем, ввиду сильной конкуренции, имеет место быть: недобросовестное ведение бизнеса, нарушение антимонопольного законодательства, ввоз и продажа контрафактной продукции и так далее. Необходимо также менять государственную политику, поощряя сотрудничество с банками и технологическими компаниями, что может привести к увеличению инвестиций и созданию стабильной среды для электронной коммерции. Регулирование должно обеспечивать защиту личных данных и информационную безопасность, а также борьбу с незаконными операциями, сохраняя при этом баланс с поддержкой инноваций и роста.

Для сохранения конкурентоспособности интернет-магазинам следует развиваться в нескольких ключевых направлениях:

1. Улучшение пользовательского опыта: Создание интуитивно понятного интерфейса, ускорение загрузки страниц и оптимизация для мобильных устройств.
2. Персонализация: Использование данных о покупателях для предложения персонализированных рекомендаций и предложений.
3. Расширение ассортимента: Предложение эксклюзивных товаров и услуг, которые недоступны или сложно найти в других местах.
4. Омниканальность: Интеграция с различными платформами и социальными сетями для обеспечения единого покупательского опыта.
5. Логистика и доставка: Ускорение и удешевление процесса доставки, включая возможность бесплатной и быстрой доставки.
6. Поддержка клиентов: Внедрение эффективных систем поддержки, включая чат-ботов и круглосуточную службу поддержки.
7. Безопасность: Усиление мер безопасности для защиты данных клиентов и транзакций.
8. Устойчивость и экологичность: Реализация экологически чистых упаковок и логистики, а также поддержка устойчивого производства.

Одними из ключевых инструментов, которые могут помочь интернет-площадкам в достижении вышеупомянутых направлений являются: активное использование искусственного интеллекта, машинного обучения, а также внедрение финтех механизмов.