

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

Кафедра экономической теории  
и национальной экономики

**Разработка стратегии развития интернет-бизнеса**

**АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ**

Студентки 5 курса 561 группы

38.03.01

код и наименование направления (специальности)

«Экономика»

профиль подготовки

экономического факультета

Мислаева Сулима Адлановича

фамилия, имя, отчество

Научный руководитель

к.э.н., доцент \_\_\_\_\_ О.В. Сенокосова

Зав. кафедрой

к.э.н., доцент \_\_\_\_\_ Е.В. Огурцова

Саратов 2025

## ВВЕДЕНИЕ

В условиях быстро меняющегося цифрового ландшафта и постоянно растущей конкуренции в интернет-пространстве, успешная реализация стратегии развития интернет-бизнеса становится одной из ключевых задач для компаний, стремящихся занять устойчивые позиции на рынке. Открытие новых возможностей в создании, продвижении и продаже товаров и услуг через интернет требует от предпринимателей не только инновационного подхода, но и глубокого понимания тенденций и особенностей цифровой экономики.

Актуальность темы "Разработка стратегии развития интернет-бизнеса" обусловлена значительным ростом объемов онлайн-продаж и увеличением числа потребителей, предпочитающих виртуальные покупки. Развитие технологий, таких как искусственный интеллект, большие данные и автоматизация, создает уникальные возможности для трансформации бизнес-процессов и повышения эффективности. В этих условиях правильная стратегия становится основой для достижения устойчивого конкурентного преимущества и удовлетворения потребностей потребителей.

Целью выпускной квалификационной работы является разработка стратегии развития интернет-бизнеса, учитывающей современные тренды и потребности целевой аудитории. Это потребует комплексного анализа текущего состояния интернет-рынка, выявления ключевых факторов успеха и разработки рекомендаций по их внедрению в практическую деятельность.

Для достижения указанной цели необходимо решить следующие задачи:

- определить сущность интернет-бизнеса;
- выявить факты, которые влияют на развитие бизнеса в интернете;
- определить подходы к бизнес-стратегиям в интернете;
- проанализировать тенденции развития интернет-бизнеса в России;
- изучить разработку стратегии интернет-бизнеса на примере

конкретной организации.

Объектом исследования выступает интернет-бизнес, как система современных бизнес-процессов, направленных на создание и реализацию товаров и услуг через интернет. Предметом исследования являются стратегии, методы и инструменты, используемые для оценки, планирования и реализации бизнес-процессов в области интернет-коммерции.

В результате проведенного исследования ожидается разработка практических рекомендаций, которые позволят компаниям эффективно адаптировать свои бизнес-модели к условиям цифровой экономики и максимально использовать возможности, предоставляемые интернет-технологиями.

## ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

Интернет-бизнес или электронный бизнес – по сути, это революционное явление в экономике. Подобные способы осуществления работы и ведения бизнеса весьма динамичны и обширны, а информация не ограничивается ни временем, ни пространством.

Интернет-бизнес, зародившийся в середине 1990-х годов с развитием Интернета, прошёл путь от первых проектов, таких как CompuServe, до гигантов электронной коммерции, Amazon и eBay, появившихся в 1995 году. Хотя зачатки интернет-бизнеса появились ещё в ARPANET (1969), настоящий расцвет начался в 1980-х годах с ростом числа пользователей.

Новый этап развития пришёлся на 2000-е годы и был отмечен распространением социальных сетей и новых технологий. Сегодня интернет-бизнес составляет значительную часть мировой экономики (объём рынка в 2024 году составил около 48%) и продолжает стремительно расти. Доступность интернета и технологий позволяет создавать и развивать бизнес с минимальными вложениями, работая из любой точки мира.

Актуальные тренды — переход к цифровым продуктам и услугам, а также более активное использование социальных сетей для маркетинга. Однако высокая конкуренция, необходимость обеспечения безопасности данных и защиты от мошенничества остаются ключевыми вызовами. В итоге успех в интернет-бизнесе зависит от способности адаптироваться к изменениям рынка, использовать новые технологии и создавать качественные продукты.

Говоря об электронном бизнесе, надо помнить, что это не один конкретный вид предпринимательской деятельности, а таких видов много и наиболее распространены следующие его направления:

- Информационная поддержка существующего неэлектронного бизнеса. Концепция: создание корпоративного сайта, содержащего

информацию о компании, ее товарах, услугах, ценах, сервисе, лицензиях и т.п.

– Организация продаж через Интернет-товаров или услуг существующего неэлектронного бизнеса. В сущности, это частичный перенос неэлектронного бизнеса в сеть Интернет. Концепция: создание интерактивного корпоративного сайта, предоставляющего клиенту всю необходимую информацию о компании и ее продукции, товарах и услугах; обеспечение возможности оформления клиентом online-заказа; создание системы доставки заказов или использование уже существующей, если таковая имеется; продвижение продукции товаров и услуг средствами сетевой рекламы.

– Создание интернет-компании, реализующей товары и услуги исключительно через Интернет. Концепция: создание интерактивного сайта, обеспечивающего работу с клиентами (online-заказы, каталоги товаров и услуг, прайс-листы, информация и т.п.); налаживание системы поставок и складской системы, если это необходимо; организация системы доставки заказов; подключение к системам приема платежей через Интернет.

– Создание интернет-компании, реализующей товары и услуги исключительно через Интернет. Концепция: создание интерактивного сайта, обеспечивающего работу с клиентами (online-заказы, каталоги товаров и услуг, прайс-листы, информация и т.п.); налаживание системы поставок и складской системы, если это необходимо; организация системы доставки заказов; подключение к системам приема платежей через Интернет.

– Продолжая развивать тему электронного бизнеса, важно отметить такое определение как «бизнес-модель». Бизнес-модель – это анализ и схематичное описание основных бизнес-процессов компании. Модель наглядно показывает: что, кому и как именно продавать, а также — насколько это выгодно.

– Бизнес-модель — это не бизнес-план. Построение модели не предполагает глубокого анализа и поэтому не может быть основанием для

принятия стратегических решений. Но бизнес-модель идеально подходит для быстрой оценки гипотез и выявления текущих рисков для компании. Она позволяет понять:

- как развивать компанию,
- как оптимизировать бизнес-процессы,
- какие ресурсы нужно привлечь для роста бизнеса.

Выделяют следующие *бизнес-модели*

B2B (business-to-business) – бизнес для бизнеса;

- B2C (business-to-consumer) – бизнес, ориентированный на конечного физического потребителя;

- C2C (business-to-consumer) – бизнес, обеспечивающий взаимодействие между большим количеством физических потребителей;

- C2B (business-to-business) – системы обработки ценовых заявок, по которым потребители хотели бы приобрести товары и услуги;

- B2A (business-to-administration) – бизнес, оперирующий сделками между частными компаниями и правительственными организациями (администрацией);

C2A (consumer-to-administration) – бизнес, построенный на организации взаимоотношений физических лиц и государственных служб.

Развитие бизнеса в интернете зависит от множества факторов, которые могут оказывать как положительное, так и отрицательное влияние на успех компании. Вот некоторые из ключевых факторов, влияющих на интернет-бизнес:

#### 1. Технологические факторы

- Инновации и новшества: Быстрые изменения в технологиях, такие как искусственный интеллект, машинное обучение и автоматизация, могут повысить эффективность бизнес-процессов и позволить разработать новые продукты и услуги.

- Интернет и мобильные технологии: Всеобъемлющая доступность интернета и популярность мобильных устройств позволяют бизнесу

достигать более широкой аудитории.

## 2. Рыночные факторы

- Состояние и динамика рынка: Конкуренция, уровень спроса и предложения, а также тренды на рынке, могут существенно влиять на стратегию бизнеса.

- Анализ целевой аудитории: Понимание потребностей и предпочтений клиентов позволяет разрабатывать более эффективные маркетинговые стратегии и предлагать соответствующие товары и услуги.

## 3. Социальные факторы

- Изменение потребительских привычек: Привычки и предпочтения потребителей меняются, и интернет-бизнес должен адаптироваться к этим изменениям.

- Влияние социальных сетей: Социальные платформы могут стать мощным инструментом для продвижения продуктов и взаимодействия с клиентами.

## 4. Экономические факторы

- Экономическая среда: Уровень доходов потребителей, инфляция и общее состояние экономики имеют значительное влияние на покупательскую способность и восприятие цен.

- Инвестиции и финансирование: Доступность капитала для расширения или внедрения новых технологий играет важную роль в росте интернет-бизнеса.

## 5. Правовые и регуляторные факторы

- Законодательство: Соответствие законодательным требованиям, таким как защита данных, налоговое регулирование и соблюдение прав потребителей, является необходимым условием для функционирования бизнеса.

- Лицензирование и сертификация: Некоторые виды деятельности могут требовать получения лицензий и сертификатов, что может повлиять на возможности ведения бизнеса.

## 6. Конкуренция

- Степень конкуренции: Наличие конкурентов и их стратегии могут как вдохновлять на внедрение инноваций, так и создавать давление для снижения цен или улучшения качества продукции.

- Уникальное торговое предложение (USP): Способность выделиться на фоне конкурентов, предлагая уникальные продукты или услуги, может существенно повлиять на успех.

## 7. Инфраструктура

- Логистика и цепочка поставок: Эффективная система поставок и логистика критично важны для успешной работы интернет-магазинов и других онлайн-бизнесов.

- Платежные системы: Разнообразие доступных и удобных способов оплаты может увеличить уровень конверсии и доверие клиентов.

## 8. Культура и психология

- Культурные различия: Понимание культурных особенностей и предпочтений целевой аудитории может помочь в разработке более таргетированных маркетинговых стратегий.

- Психология покупателей: Понимание мотивации и поведения потребителей обеспечивает возможность создания эффективных предложений и кампаний.

Эти факторы важно учитывать при разработке стратегии интернет-бизнеса, чтобы максимизировать его потенциал и адаптироваться к изменяющимся условиям рынка.

## АНАЛИЗ ОРГАНИЗАЦИИ НА ПРИМЕРЕ ВЕБ-СТУДИИ КЭПТ

Компания «Кэпт» является крупной и успешной группой компаний, которая занимается различными видами деятельности. Основными направлениями ее работы являются производство и продажа товаров, оказание услуг, а также инвестиционная деятельность.

Одним из ключевых принципов работы компании является постоянное развитие и совершенствование. Группа компаний «Кэпт» постоянно внедряет новые технологии и методы работы, чтобы улучшить качество своей продукции и услуг, а также повысить эффективность бизнес-процессов.

Основные направления деятельности:

1. Девелопмент недвижимости. «Кэпт» активно занимается строительством жилых комплексов, офисов и торговых площадей, включая как масштабные проекты, так и небольшие объекты.

2. Инвестиции в недвижимость. Компания ищет возможности для инвестирования в перспективные проекты, а также предоставляет услуги по управлению активами.

3. Услуги по управлению недвижимостью. «Кэпт» предлагает услуги по администрированию и управлению объектами недвижимости, что включает в себя техническое обслуживание, бухгалтерию, работу с арендаторами и т.д.

4. Строительство и проектирование. Компания осуществляет собственное строительство, а также предоставляет услуги по проектированию объектов недвижимости.

Таблица 1- PESTEL-анализ

| Фактор                | Описание                                                                                                                                                                                                                      |
|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Политические факторы  | Законодательные изменения в области интернет-рекламы и защиты данных пользователей могут повлиять на работу студии.<br>Государственная поддержка малого бизнеса может предоставить субсидии или гранты для развития компании. |
| Экономические факторы | Уровень доходов населения влияет на спрос на услуги веб-разработки.<br>Инфляция и колебания валютных курсов могут влиять на стоимость услуг и материалов.                                                                     |

|                         |                                                                                                                                                                                                    |
|-------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Социальные факторы      | Изменения в предпочтениях потребителей влияют на востребованность различных типов сайтов и приложений. Рост интереса к цифровому образу жизни увеличивает потребность в услугах веб-разработчиков. |
| Технологические факторы | Развитие новых технологий и платформ позволяет предлагать клиентам более современные решения. Автоматизация процессов разработки может снизить затраты и повысить эффективность работы.            |
| Экологические факторы   | Влияние экологической политики государства на использование ресурсов и производство может быть минимальным, так как веб-студия работает преимущественно с цифровыми продуктами                     |
| Правовые факторы        | Регулирование авторских прав и интеллектуальной собственности важно для защиты разработок студии. Соблюдение законодательства о защите персональных данных клиентов является обязательным          |

Таблица 3 - SWOT-анализ

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Сильные стороны</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Высокий уровень профессионализма команды.</li> <li>-Наличие портфолио успешных проектов.</li> <li>-Гибкость в работе с клиентами и адаптация под их потребности</li> </ul> <p><b>Возможности</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Расширение клиентской базы за счет выхода на новые рынки.</li> <li>-Использование современных технологий для улучшения качества услуг.</li> <li>-Сотрудничество с другими компаниями для совместных проектов</li> </ul> | <p><b>Слабые стороны</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Ограниченные ресурсы для масштабирования бизнеса.</li> <li>-Зависимость от ключевых сотрудников.</li> <li>-Недостаточная узнаваемость бренда на рынке</li> </ul> <p><b>Угрозы</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Высокая конкуренция на рынке веб-разработки.</li> <li>-Появление новых игроков с более привлекательными условиями.</li> <li>-Экономическая нестабильность, которая может привести к снижению спроса на услуги.</li> </ul> |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Для более глубокого анализа внешней среды веб-студии «КЭПТ» можно провести количественные расчеты, позволяющие объективно оценить конкурентную позицию компании, рыночные тенденции и эффективность маркетинговых стратегий.

#### 1. Анализ конкурентов с помощью метода доли рынка

Доля рынка рассчитывается по формуле:

$$D_p = \frac{R}{TR} \times 100,$$

где  $D_p$  – доля рынка (%),

$R$  – выручка компании (млн руб.),

$TR$  – совокупная выручка рынка (млн руб.).

Результат: если рынок оценивается в 100 млн руб., а выручка «КЭПТ» — 5

млн руб., то доля рынка составит 5%.

## 2. Анализ динамики рынка с помощью темпов роста

Темп роста (%) рассчитывается по формуле:

$$T_p = \frac{y_1 - y_0}{y_0} \times 100,$$

где  $y_1$  – выручка в текущем году (млн руб.),

$y_0$  – выручка в прошлом году (млн руб.).

Результат: если рынок вырос с 90 млн руб. до 100 млн руб., темп роста составит 11,1%. Как рассчитали если данные по выручке не приводились в работе?

## 1. Анализ конкурентоспособности рассчитывается через индекс концентрации $CR_4$ :

$$CR_4 = S_1 + S_2 + S_3 + S_4,$$

Где  $S$  – доли крупнейших предприятий

Крупнейшие 4 компании занимают 70% рынка, рынок высококонкурентный.

## 4. Оценка окупаемости рекламных вложений (ROAS) вычисляется по формуле:

$$ROAS = \frac{TR}{TC},$$

Где  $TR$  – доходы от рекламы (тыс. руб.),

$TC$  – затраты на рекламу (тыс. руб.).

Результат: при затратах на рекламу 50 тыс. руб. и доходе 250 тыс. руб.,  $ROAS = 5$ .

## 5. Прогноз спроса с использованием индекса сезонности

Индекс сезонности  $I_s$  рассчитывается по формуле:

$$I_s = \frac{\bar{y}_i}{\bar{y}},$$

Где  $\bar{y}_i$  – среднемесячный спрос в периоде,

$\bar{y}$  - среднегодовой спрос.

Результат: если в декабре выручка 1.5 млн руб., а среднемесячная — 1 млн руб., индекс = 1.5 (пик спроса).

6. Анализ экономической устойчивости рассчитывается через рентабельность продаж ROS (%) по формуле:

$$ROS = \frac{\pi}{R} \times 100,$$

где  $\pi$  – прибыль (млн руб.),

R – выручка (млн руб.).

Результат: если выручка 5 млн руб., а прибыль — 1 млн руб., то ROS = 20%.

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Стратегическое планирование является неотъемлемой частью успешного функционирования компании в условиях быстро меняющейся цифровой среды. Мы проанализировали основные тенденции рынка, конкурентную позицию, целевую аудиторию и факторы успеха, что позволило выделить ключевые направления для роста и развития.

Результаты исследования позволили сформулировать основные аспекты стратегии, включая:

1. **Определение уникального предложения.** Создание и внедрение конкурентоспособных продуктов и услуг, которые удовлетворяют потребности целевой аудитории и выделяются среди аналогов.

2. **Развитие онлайн-присутствия.** Увеличение видимости компании в сети через оптимизацию сайта, использование SEO и контентного маркетинга, а также активную работу в социальных сетях.

3. **Инновационные технологии.** Интеграция новых технологий, таких как AI, Big Data и облачные решения, для повышения эффективности бизнес-процессов и улучшения клиентского опыта.

4. **Улучшение взаимодействия с клиентами.** Внедрение CRM-систем и других инструментов для управления взаимодействием с клиентами с целью повышения их удовлетворенности и лояльности.

5. **Аналитика и мониторинг результатов.** Создание системы мониторинга ключевых показателей эффективности для оценки результата и дальнейшей корректировки стратегии.

Важной задачей на будущий период является адаптация к изменениям внешней среды и потребительским привычкам, что требует постоянного анализа рынка и гибкости в методах реализации стратегии.

В заключение следует отметить, что разработанная стратегия является живым документом, который требует регулярного пересмотра и актуализации в зависимости от динамики развития интернет-бизнеса,

технологий и изменений в потребительских предпочтениях. Успешная реализация предложенных стратегий позволит не только улучшить конкурентные позиции компании, но и обеспечить ее устойчивое развитие в долгосрочной перспективе.