



Тема курсовой работы: «Развитие интернет бизнеса в России»

Теоретическая глава курсовой работы:

1 Теоретические аспекты интернет бизнеса

1.1 Понятие интернет бизнеса , его преимущества и недостатки

1.2 Характеристика идей для бизнеса в сети интернет

1 Теоретические аспекты интернет бизнеса

1.1 Понятие интернет бизнеса , его преимущества и недостатки

Онлайн-бизнес – это совокупность всех видов человеческой деятельности, направленных на получение прибыли посредством удовлетворения потребностей пользователей в сети Интернет. Это направление появилось в конце 20 века и за короткий промежуток времени завоевало значительную долю рынка. [4]

Следует отличать понятия электронного бизнеса и электронной коммерции. Электронный бизнес- это преобразование основных бизнес процессов при помощи интернет технологий. Электронная коммерция- это составной элемент, подсистема электронного бизнеса. Электронная коммерция(e-commerce) --это любые формы деловой сделки, которая проводится с помощью информационных сетей. [5]

К подсистемам электронного бизнеса, кроме электронной коммерции, также относятся: электронный документооборот; обмен информацией (электронная почта); управление ресурсами компании (материальными, финансовыми, человеческими и др.); корпоративные web-представительства, интегрированные с другими подсистемами компании; взаимодействие с клиентами и партнерами; глобальный поиск данных, сбора и совместного использования знаний. [21]

Интернет бизнес-это один из эффективных инструментов создания и развития бизнеса. Интернет бизнес имеет две формы: интернет-бизнес как основа создания бизнеса; интернет-бизнес- как дополнительный инструмент развития существующего традиционного бизнеса. [21]

Ведение электронного бизнеса подразумевает заключение договоров и контрактов, управление закупками через Интернет, создание программного обеспечения и цифровых товаров, формирование и обработку заказов, их доставку, продажи и маркетинг, аудит финансовой деятельности, поиск сотрудников и поддержку партнерских отношений, а также взаимодействие с клиентами.

Электронный бизнес представляет собой любую транзакцию, совершенную посредством сети связанных между собой компьютеров, по завершении которой происходит передача права собственности или права пользования вещественным товаром или услугой.

Обычно электронный бизнес представляют состоящим из следующих основных составляющих:

-электронная торговля или электронная коммерция (e-commerce);

- электронные закупки (e-procurement);
- электронное обслуживание заказчиков (e-care for customers);
- электронное обслуживание деловых партнеров (e-care for Business Partners);
- электронное обслуживание служащих (e-care for employees);
- электронное обслуживание влиятельных лиц (e-care for influencers). [9]

В электронном бизнесе наиболее заметную роль в настоящее время играют электронная торговля и электронные закупки.

Электронная торговля (электронная коммерция) - система заключения с использованием электронных средств массовых коммуникаций предусмотренных действующим законодательством Российской Федерации сделок, направленных на приобретение и осуществление прав и обязанностей (покупка и продажа товаров, предоставление и получение услуг), в том числе в сфере предпринимательской деятельности, а также переговоры в связи с заключением таких сделок, оформляемые путем обмена электронными документами.

Электронные закупки связаны с закупочной деятельностью государственных и иных структур на основе решений электронной торговли. Системы электронных закупок обычно предоставляют предприятиям, организациям, правительственным учреждениям следующие ключевые возможности:

- подготовку и проведение электронных тендерных торгов;
- подготовку отчетов о результатах проведенного электронного тендера;
- ведение прайс-листов и досье поставщиков;
- проведение мониторинга цен и маркетинговых исследований;
- обеспечение необходимой информацией государственных органов, контролирующих ведение закупочной деятельности;
- поддержку оперативной связи с поставщиками.

Субъектами электронного бизнеса являются организации, фирмы, компании, учреждения и др. , финансовые институты, в том числе банки, биржи, а также покупатели и потребители услуг. [9]

Финансовыми институтами сетевой экономики являются системы «клиент-банк» (предоставление банковских услуг предприятиям), системы «home banking» (предоставление банковских услуг частным лицам) и системы межбанковского сектора (на основе стандартов SWIFT или услуг клиринговых компаний).

Системы «клиент-банк» обычно предоставляют следующие основные возможности: удаленное обслуживание клиентов, предоставление персонального банковского офиса;

централизованное управление распределенными финансовыми ресурсами клиентов; сопровождение и обеспечение электронных сделок между участниками электронного торгового терминала (ЭТТ); торговля акциями российских предприятий, работа на зарубежных рынках ценных бумаг и др.

В рамках системы финансового мониторинга клиент получает комплексную консолидированную информацию об остатках и движениях средств на счетах своих региональных подразделений, филиалов, дочерних структур в реальном времени.

Основные достоинства системы с позиций клиента:

- централизованное управление ресурсами предприятия;
- контроль в реальном времени за движением средств;
- упорядочивание финансовой информации по регионам, подразделениям, структурам компании;
- интеграция с финансовыми приложениями компании. [6]

В рамках ЭТТ банки осуществляют расчеты в режиме реального времени, гарантируют заключаемые между участниками электронные сделки, хранят коммерческую информацию о переговорах, проходивших перед заключением сделки, сами электронные сделки и этапы их исполнения.

Наиболее важными преимуществами использования ЭТТ являются следующие:

- повышение эффективности работы сбытовых и снабженческих служб предприятий-участников ЭТТ;
- сопровождение электронных каталогов продукции;
- обеспечение процесса проведения тендеров на поставку продукции;
- расширение круга клиентов и партнеров;
- интеграция с системами электронных расчетов банка;
- интеграция с системами автоматизации работы компаний.

Если говорить о физических лицах, то следует подчеркнуть, что сегодня в российском сегменте сети Интернет действуют свыше сотни банков, использующих различные системы. Эти системы проводят взаимную аутентификацию банка и клиента, обеспечивают при обработке транзакций гарантированный уровень безопасности: все данные шифруются с использованием сильных криптографических алгоритмов и «длинных» ключей, осуществляется контроль целостности передаваемой информации. Системы содержат механизмы электронной цифровой подписи ЭЦП клиента под всеми финансовыми документами, ведут контрольные архивы и журналы событий. [6] [1]

Несмотря на то, что бизнес в Интернете – весьма привлекательная перспектива, кроме преимуществ он также имеет и свои недостатки. Рассмотрим подробнее. К преимуществам бизнеса в сети Интернет относятся:

1) Минимальные финансовые вложения. По сравнению с другими видами бизнеса, порог вхождения очень низок. Существуют виды деятельности, которые совсем не требуют финансовых инвестиций, например продвижение в социальных сетях, консалтинг либо блогинг. К тому же, множество площадок позволяет создать сайт абсолютно бесплатно. В этом случае страдает качество и перечень инструментов для работы ограничен.

2) Мировой канал трансляции. Так как Интернет – всемирная паутина, привлечь клиентов можно практически с любого уголка планеты. Велика вероятность, что продукт найдет своих покупателей среди масштабной аудитории виртуального мира.

3) Самостоятельное управление временем. Каждый вправе сам определить, сколько ему времени стоит уделять бизнесу. Это зависит лишь от планов предпринимателя и желания продвигаться.

4) Множество партнеров. Также как и клиентов, партнеров в Интернете найти гораздо проще, ведь для заключения сделки нет необходимости в физическом присутствии.

5) Широкий выбор сферы деятельности для самореализации. В интернете каждый пользователь сможет найти свое призвание: бизнес-коучинг, реклама, программирования, психология, – а каждый потребитель – свой контент.

6) Возможность автоматизации деятельности. Так как работа в Интернете проводится через определенные компьютерные программы, это позволяет автоматизировать многие процессы и тем самым сэкономить финансовые ресурсы.

7) Высокий уровень сервиса. Удобство в выборе способов оплаты и доставки, а также доступности информации о товаре, в том числе от реальных потребителей. [4]

Рассмотрим недостатки онлайн-бизнеса:

1) Изоляция. Далеко не каждый может работать вне коллектива, самостоятельно.
2) Недосказанность при коммуникации. Объяснить штатным сотрудникам, что от них требуется значительно проще, нежели удаленным. В Интернете высок риск недопонимания, невыполнения и краткосрочности сотрудничества.

3) Высокий уровень конкуренции. Множество преимуществ, в частности большая аудитория и непрерывная активность, привлекает в Интернет много предпринимателей, что значительно повышает конкуренцию в борьбе за потенциального клиента.

4) Мошенничество и преступность. Анонимность интернет-пользователей высока. Это привлекает в сеть преступников, которых зачастую сложно отличить от реальных партнеров.

5)Сложность в получении займов из-за отсутствия реальных активов. [4]

Итак, выше были рассмотрены понятия интернет- бизнеса и электронной коммерции, основные составляющие и субъекты электронного бизнеса; его преимущества и недостатки. Для того, чтобы дать характеристику основных идей для бизнеса в сети интернет, перейдем к следующему параграфу исследования.

1.2 Характеристика идей для бизнеса в сети интернет

В настоящее время бизнес в сети интернет может развиваться по многим направлениям, это и создание и оптимизация сайтов, интернет-магазины, услуги репетиторства, разработка приложений, инфобизнес, коучинг, маркетинг и продвижение и другое. При этом, к инструментам электронной коммерции относятся: интернет-магазин, интернет-аукцион, интернет-биржа, корпоративный веб- сайт, корпоративный информационный портал. Характеристика основных инструментов электронной коммерции представлена в таблице А.1 (ПРИЛОЖЕНИЕ А). [21]

Рассмотрим кратко характеристику основных видов бизнеса в сети интернет.

1)Создание и оптимизация сайтов. Спрос на создание сайтов растет ежедневно. Все больше предпринимателей и юридических лиц уходит в онлайн сферу, понимая, что масштабирование необходимо. Создание и оптимизация веб сайтов – современное направление, требующее постоянного развития. Конкуренция в этой сфере высокая, но спрос все равно превышает предложения. Разработка сайтов – это дистанционный бизнес. Заказчика не беспокоит, где находится исполнитель и как много он тратит времени на задачу.

2)Интернет-магазин. Один из наиболее распространенных способов ведения бизнеса в Интернете посредством продажи товаров через онлайн-площадки.

Конкуренция большая, особенно в крупных городах. В относительно небольших населенных пунктах хорошо развиты Ozon, Wildberries и другие маркетплейсы

3) Дропшипинг. Этот способ напоминает интернет-магазин, но в отличие от него, здесь нет необходимости фактически хранить у себя предлагаемую продукцию. Склад не нужен, важно лишь подобрать товар и надежных поставщиков, а затем создать собственную площадку для сведения поставщиков и потребителей. [18] [23]

4)Фриланс. Популярный вид ведения бизнеса по предоставлению услуг. Востребованы дизайнеры, копирайтеры, программисты. Первых клиентов можно найти на специализированных биржах.

5)Блог. Блог-это создание интересного текстового либо видео-контента, способного привлечь определенную аудиторию. Увеличив посещаемость блога, получить дополнительную прибыль можно размещая на площадке тематическую рекламу.

Каналов для развития блога в социальной сети много: Инстаграм; Ютуб; Дзен; ВК.

б) Услуги репетиторства. Репетиторство часто ассоциируется именно с подготовкой к ЕГЭ, однако уроки музыки и рисования, актерского мастерства и вокала – это тоже, по сути, может быть онлайн бизнесом.

7)Разработка приложений. Популярность этого вида бизнеса обусловлена постоянной потребностью в мобильных утилитах.Рынок мобильных приложений стабильно растет ежедневно. Последние несколько лет мобильные приложения играют большую роль в жизни любого пользователя смартфона или планшета. Приложений существует огромное количество – некоторые из них хорошо скачиваются в AppStore или GooglePlay, принося своим разработчикам достойную прибыль. [18] [23]

8) Инфобизнес. Этот вид бизнеса представляет собой реализацию онлайн-курсов либо вебинаров, электронные книги и другое.

9) Коучинг. Данный способ бизнеса представляет собой одно из направлений инфобизнеса по обучению людей конкретной деятельности.

10) Маркетинг и продвижение. Сфера интернет-маркетинга активно набирает популярность и дает возможность каждому подобрать что-то для себя. Перспективных областей множество, например smm, SEO, email-маркетинг, поисковая реклама, контент-маркетинг, аудит онлайн-площадок и другие.

11) Тестирование. Объектом деятельности может стать любой вид продуктов либо услуг.

12)YouTube-канал. Благодаря этой площадке для размещения уникального контента многие люди зарабатывают большие деньги, что обеспечивает высокий уровень конкуренции, поэтому данный вариант больше подходит для креативных людей. [18] [23]

Итак, выше кратко были рассмотрена характеристика некоторых видов бизнеса в сети Интернет. На самом деле их намного больше. По направлениям , коммерческая деятельность в сети Интернет делится на четыре направления: B2B (бизнес-бизнес); B2C (бизнес-потребитель); B2G (бизнес-государство); G2B (государство- бизнесу). Более подробно характеристика категорий электронной коммерции представлена в таблице Б2.

(ПРИЛОЖЕНИЕ Б). [21] В продолжении темы, важно отметить, что развитие электронного бизнеса в целом положительно влияют на развитие экономики России и информационного общества. Благоприятный внешний фон будет только способствовать развитию этого рынка. Для того, чтобы оценить современное состояние и перспективы развития российского рынка сети Интернет, перейдем к практической главе исследования.

ЛИТЕРАТУРА

- 1) Антипина П.В. Электронная коммерция: учеб. пособие/ П.В. Антипина. – Иркутск: Изд. дом БГУ, 2020;
- 2) Арокина В.И. Социальные сети – инструмент маркетинга Экономика и бизнес: теория и практика. – 2021. – № 2-1 (72) – С. 18-20;
- 3) Аналитика АКИТ [Электронный ресурс]// Официальный сайт-Электрон. дан.-М, 2010-2020гг.-URL: <https://akit.ru/wp-content/uploads/2021/02/Аналитика-АКИТ-2020.pdf>(дата обращения: 01.05.2021)
- 4) Бизнес в Интернете: Основные виды и преимущества[Электронный ресурс] // Электрон. дан.-М, -URL: <https://blog.oy-li.ru/biznes-v-internete-osnovnye-vidy-i-preimushhestva/>(дата обращения: 28.04.2021)
- 5) Верлуп Е.В., «Состояние и перспективы развития интернет-бизнеса в Российской Федерации», журнал Проблемы экономики и менеджмента № 3 (55) – 2016 (с.39-43);
- 6) Гаврилов Л.П. Электронная коммерция: учебник и практикум для вузов/Л.П.Гаврилов-3-е изд., доп.- Москва: Издательство Юрайт, 2021
- 7) Горбунова О.Н., Горбунова Ю.И. «Проблемы и перспективы развития электронной торговли в России» журнал SOCIAL-ECONOMIC PHENOMENA AND PROCESSES Т. 11, № 8, 2016 (с.23-28);
- 8) Депутатова Е.Ю., Перельман М.А. Особенности продвижения товаров и услуг в розничной торговле в современных условиях// Экономика и бизнес: теория и практика. – 2021. – № 1-1 (71) – С. 94-98;
- 9) Изранцев В.В. Сетевая экономика. Электронное учебное пособие. [Электронный ресурс] // Электрон. дан.-М, -URL: <http://eos.ibi.spb.ru/>) (дата обращения: 30.04.2021)
- 10) Интернет-маркетинг/ Жильцова О.Н. [и др.]. Москва: Издательство Юрайт, 2020;
- 11) Исаева А.В. «Перспективы роста рынка электронной коммерции» журнал Финансовая аналитика: проблемы и решения №4 2016 (с.16–23).
- 12) Крутинин Ю.В. Электронная коммерция: электронное учебное пособие/ Ю.В. Крутинин – Екатеринбург, 2018;
- 13) Коваленко А.Е., 2018 «Обзор состояния рынка интернет-рекламы и технологий интернет-маркетинга Российской Федерации», журнал Экономические науки №2(27) июнь 2018 (с.287-293);
- 14) Кожура А.Е. Монополистическая конкуренция в интернет-пространстве // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2016. – №7. – С. 36-41;

- 15) Какие возможности открывает онлайн-бизнес в 2021 году [Электронный ресурс] // Электрон. дан.-М, -URL:<https://delen.ru/onlayn-biznes/vozmozhnosti-onlajn-biznesa.html>(дата обращения: 29.04.2021)
- 16) Не только пандемия: почему торговля переходит в онлайн [Электронный ресурс] // Электрон. дан.-М, -URL: <https://www.gazeta.ru/business/2021/04/05/13548128.shtml> (дата обращения: 05.05.2021)
- 17) Онлайн бизнес: 16 идей интернет-бизнеса, прибыльных в 2021 году [Электронный ресурс] // Электрон. дан.-М, -URL: <https://www.openbusiness.ru/biz/business/business-online/>(дата обращения: 05.05.2021)
- 18) Онлайн бизнес: 16 идей интернет-бизнеса, прибыльных в 2021 году [Электронный ресурс] // Электрон. дан.-М, -URL: <https://www.openbusiness.ru/biz/business/business-online/>(дата обращения: 29.04.2021)
- 19) Плаксин С., Абдрахманова Г., Ковалева Г. «Интернет-экономика в России: подходы к определению и оценке» журнал Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» ФОРСАЙТ Т. 11 № 1 2017 (с.55-65);
- 20) Романович В.К. Процесс разработки программ повышения лояльности клиентов / В.К. Романович, Е.В. Захарова // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2016. – №10. – С. 94-97;
- 21) Синяева И.М. «Инструменты электронного бизнеса в сфере услуг маркетинга» Вестник экономической безопасности №4 2018 (с.256-258);
- 22) Электронная коммерция в 2021 году. Как пандемия влияет на онлайн-рынок? [Электронный ресурс] // Электрон. дан.-М, -URL: <https://vc.ru/trade/243482-elektronnaya-kommerciya-v-2021-godu-kak-pandemiya-vliyaet-na-onlayn-rynok/>(дата обращения: 30.04.2021)
- 23) 50 идей бизнеса в Интернете, чтобы зарабатывать без привязки к месту [Электронный ресурс] // Электрон. дан.-М,- URL: <https://beeidea.ru/biznes-idei/onlajn-v-internete/> (дата обращения: 05.05.2021).

ПРИЛОЖЕНИЕ А. Основные инструменты электронной коммерции

ПРИЛОЖЕНИЕ Б. Категории электронной коммерции

ПРИЛОЖЕНИЕ В. Рынок интернет торговли в России. Итоги 2020 года.

Аналитические данные. Ассоциация компаний интернет торговли (АКИТ).