

УДК 336

JEL коды: G19

08.00.10

Байсаева Малика Усамовна,

к.э.н., доцент, кафедра «Финансы и кредит» ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет», Грозный

Baysayeva Malika Usamovna,

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Department of Finance and Credit FBBOU VO "Chechen State University", Grozny

Эволюция цифровой экономики России и Рунет-магазины The Evolution of the Russian Digital Economy and Runet Shops

Аннотация

Развивающей цифровую экономику (успешно, в Топе-10) России нужны специалисты, аналитика, системный анализ, прогнозные модели в этой сфере. Данная работа посвящена аналитическому исследованию цифрового Рунет-рынка, проблемам и решениям рынка и Рунет-магазинов.

Ключевые слова: Рунет, интернет, Россия, магазин, эволюция, цифровая, экономика, решение, маркетинг, рассылки, безопасность, SCM.

Введение. Современное состояние эволюции цифровой экономики в РФ

Пленарная сессия Рунет-форума «РИФ» обосновала, что Рунет-вклад в российскую модель цифровой экономики – свыше 2 трлн.руб. РФ входит в Топ-10 лидеров (рейтинг DigitalSocietyIndex), она на 7-ом месте по вовлечению населения (по доступу к цифровой инфраструктуре, работе). Км 2020-му 85% получают точку доступа, 73,1 млн. (59% населения) используют мобильно интернет ежемесячно, более 5000 госпорталов (хотя и без единого стандарта), 3,81% ВВП – от мобильной экономики, \$500 млн. потрачено россиянами на мобильность в 2017-ом [14].

Порядка 700 ИТ-стартапов России, из которых 79% - в Москве. По оценкам Всемирного банка (WorldBank'sDoingBusinessIndex), объем венчурных инвестиций – \$125 млн. Аудитория e-commerce Рунет – 24 млн.чел. Инфраструктурный сегмент - 90,5 млрд. руб. (+17%), рынок SaaS – 10,5 млрд.руб. (+29%), облачного хостинга – 70,1 млрд.руб. (+17%) [21].



Рис. 1. Объем рынка интернет-торговли 2008-2018 гг., млрд рублей

Рунет-торговля – быстроразвивающаяся технологичная отрасль периода становления информационного общества, глобальных информационных потоков. При отсутствии государственной поддержки, существовании законодательных барьеров, Рунет-рынок все же развивался: не существует высоких барьеров, высоких издержек [12].

Предполагается, что с 2018 по 2020 гг. Рунет-торговля будет динамично расти (примерно на 25% ежегодно). Несмотря на непростую ситуацию, оборот Рунет-торговли должен составить более триллиона рублей, удваиваясь в 2020 г. [23]

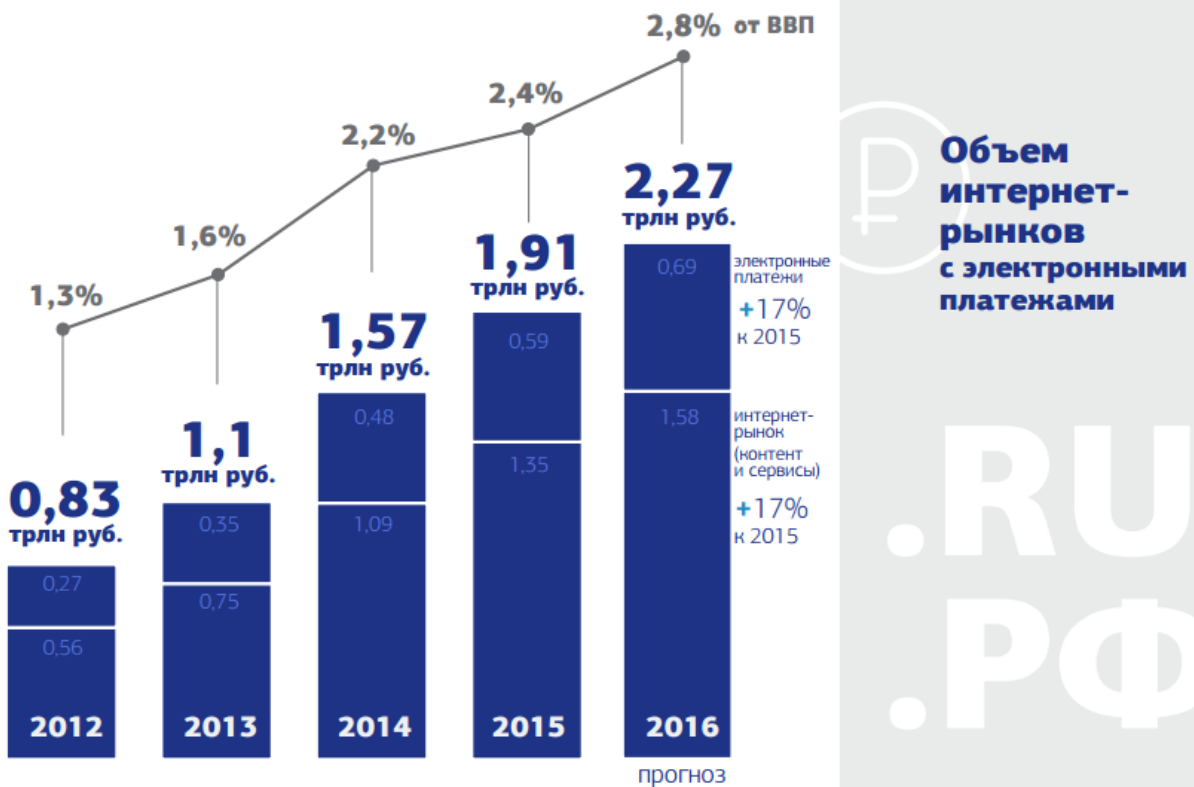


Рис. 2. Объем интернет-рынков с электронными платежами

Рунет–коммерция - многокатегориальна: запчасти для различных изделий, автомобили, бытовая техника, парфюмерия, предметы искусства, услуги обучения, медицины и др. Самыми быстроразвивающимися, по мнению InSales, стали основные категории: «Для дома», «Подарки», «Автозапчасти», «Стройматериалы», «Смартфоны и аксессуары». Средний чек Рунет-магазина (DataInsight) - 4050 руб. (за рубежом – 52 евро) [14].

Количество Рунет–пользователей старше 16 лет – более 85 млн.чел. У крупных Рунет-магазинов - ежедневно более 1000 заказов, у средних - более 50 заказов, у небольших - более 10 заказов. Микро-магазины - до 10 заказов. Прирост увеличился примерно на четверть, особенно, в категориях: «Электроника, бытовая техника», «Компьютеры», «Цветы». Закрылись «Детские товары» [7].

Рунет-рынок динамичен (+30% ежегодно по 2016 г.). Рост будет заменен снижением темпов (постепенно, по мере насыщения) рынка. В первом полугодии 2017-го рынок вырос на 22%, по сравнению с прошлогодним показателем, до 498 млрд. руб.

Что в Рунет сделано недавно? – Перечислим за 2016-2018 гг.:

- 1) схема перевода к 2020 году заказчиков-муниципалитетов с Windows на отечественную систему и пилотный проект для них на свободное ПО
- 2) критерии перевода в общественное за счет госбюджета объектов авторских прав и свободного к ним доступа;
- 3) стандарты веб-курсов, рейтинг онлайн-курсов, публикация в Рунет (в облачном хранилище) дипломных работ;
- 4) информационная госплатформа «Строительство», умные датчики («умные дома»), ГИС;
- 5) единый формат рейсов транспорта, реестр пунктов-остановок, продаж билетов;
- 6) цифровое доказательство в суде;
- 7) электронные торги;
- 8) ограничение доступа (Реестр) сайтов с противоправным контентом, ответственность за нарушения ЭЦП;
- 9) тестирование облачного доступа чиновников (идентификация-аутентификация);
- 10) АРМ таможенников, таможенных брокеров и др. [6, 25]

Особенно много усилий, новшеств – в сфере финансов, здравоохранении, скорой и поликлинической помощи, медиарынка и др.

Решения Рунет-бизнеса

Оснащение коммерческих учреждений новейшими ИКТ – процесс неоднородный. Где используют ИКТ, происходит это на разных платформах, используя различное ПО. По экспертным оценкам в коммерческих учреждениях – порядка тысячи различных ИС. В целом нет единого информационное веб-пространства бизнеса [24, 27].

Ведущие страны имеют политику объединенного информационного пространства бизнеса, «электронных правительств». Национальные программы ставят задачи: электронные реестры, стандарты, страхование, визуализация и др. [2, 8, 13]

Существуют платформы, решения от производителей ПО, есть помощь в продвижении в одном из студий-партнеров компании или от фрилансера. Важна

«направленность» решения на брэнд (узнаваем ли брэнд целевой аудиторией), изложение целевой установки, мысли доходчиво, аргументировано, вырабатывая навыки партнерства.

Важный «инструментарий» молодого Рунет-магазина – партнерство [10,16,20]. Оно окажет эффективную помощь и при мониторинге, маркетинге. Как АРМ – программно-аппаратная система для автоматизации профессиональных работ (скорость, полнота функций, интерактивность, функциональность, дружелюбность и др.). АРМ включает, например, информационные терминалы для регистрации, автоматизации взаимодействий, планирования, управления и др. [26, 28, 29]

Для эффективности предстоит решать много проблем, связанных с несовершенным законодательством, стандартизацией. Организация для компании гипермедийной Рунет-среды позволит обмениваться полной информацией, например, посылать дирекции не только заявления, но и отчеты. ИТ даст многое – от эффективной организации - до разработки новых интеллектуальных распределенных бизнес-систем, «электронного управления».

Важное решение – директ-маркетинг [1]. В чем суть метода? Метод - эффективный маркетинговый инструмент в сетях (компьютерных, телефонных), может обеспечить, до 30% дополнительных продаж в интернет-магазинах [15, 21].

В чем суть эффективности, которую показывает директ-маркетинг? - Общение с покупателями: послали потенциальному покупателю сообщение по e-mail, SMS и ждете ответных действий, заказов. Некоторые ассоциируют метод исключительно с простой (спамовой) рассылкой. Неверно! В метод могут быть включены служебные письма, например. Это – составляющие директ-маркетинга [3,5].

Для чего необходима клиентская БД директ маркетинга? - Для развития инфраструктуры своего бизнеса, предприятия важно иметь представительную клиентскую базу, для расширения БД и напоминания о себе также.

Можно сообщать (посылать-получать) информацию о:

- 1) покупке (оформление заказа, его отправка или прибытие);
- 2) товаре, спустя некоторое время после отправки (получения) соответствующего заказа;
- 3) днях рождения;
- 4) потенциальных клиентах, целевой аудитории (внимание – на постоянных клиентов, обычно от них поступает на порядок больше откликов);
- 5) новостях, скидках и акциях;
- б) маркетинговых исследованиях.

Основа директ-маркетинга - достоверная и представительная (репрезентативная) клиентская БД.

Другое важное решение Рунет-магазина – e-mail-маркетинг. Маркетинг по e-mail – активизация клиентов, нынешних, потенциальных [4, 9, 11]. Есть несложные, но основные правила активизации рассылок:

- 1) выдерживать этикет в сетях, не забывать при «пожалуйста», «спасибо», «зайдите к нам еще»;
- 2) подробно информировать о целевой продукции (услуге), сравнивать ее с аналогами, приводить позитивные отклики, ссылки;
- 3) ненавязчиво проситься в адресную книгу адресата, не забывать про тему («Subject»), персонализацию («From»);

4) рассылку вести по категориям, сближаясь с подписчиками, убеждая в своей надежности всячески, но не навязчиво, не следует назойливо и «хитро» переходить границу обмана, нереальных обещаний;

5) сообщение и по дизайну, и по содержанию, и по стилистике непохожие на аналогичные, особенно, у конкурентов;

6) стимулируйте адресата к совершению запланированного вами действия, как минимум, к переходу на сайт, страницу (а далее все - от искусства препровождения его на страницу заказа, например, с помощью, «узнать подробности можно здесь», «есть бесплатный материал для ознакомления», «найдется интересная аналитика», грамотной внутренней перелинковки);

7) установить грамотно регулярность рассылок, отслеживать;

8) выделить на видном местечке главной страницы необходимые ссылки;

9) не используйте нелегальные базы адресов (купленные, например) – возможны неприятности и потери;

10) используйте ненавязчиво недлинные опросы.

Эти самые «первые» и самые простые, но эффективные правила для развертывания e-mail маркетинга. Начали рассылку, но все уходит «в пустоту» пока? - Не прекращайте ее, с некоторой рассылки результат (эффект) появится, система заработает [17-19].

Не потеряло актуальности и решение – SCM. Важны практические меры по продвижению Рунет-магазина. Для каждого, поддерживающие коммерческие и финансовые цели. Необходимо иметь релевантную систему SCM, избавляющую от отсутствия заказа в магазине, осуществляющего автообновление базы товаров.

Не стоит забывать и решения по защите безопасности Рунет-магазина.

Заключение

Рунет–коммерция, цифровая экономика в России – быстроразвивающаяся сфера информационного общества. В условиях глобализации информационных потоков необходима государственная поддержка (законодательная в том числе). Рунет-рынок развивается: не существует высоких барьеров, высоких издержек, необходимы прогнозные модели, аналитические интеллектуальные системы [22].

Данную работу предполагается развивать дальше.

Литература

1. Алиев Р.И. ПРОДВИЖЕНИЕ, РАСКРУТКА БИЗНЕС-САЙТА // Электронный мультидисциплинарный научный журнал с порталом международных научно-практических конференций Интернетнаука. 2017. № 12. С. 47-51.
2. Алиев Р.И. РАСКРУТКА БИЗНЕС-САЙТА И ОШИБКИ SEO-ПРОДВИЖЕНИЯ // Экономика. Бизнес. Информатика. 2017. Т. 3. № 4. С. 357-360.
3. Алиев Р.И. СИСТЕМНЫЙ АНАЛИЗ ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТА ПЕРСОНАЛА ИТ-КОМПАНИИ // Электронный мультидисциплинарный научный журнал с порталом международных научно-практических конференций Интернетнаука. 2016. № 10. С. 18-31.
4. Артемьев Д.Г., Килина К.А. Особенности определения успеха интернет-проектов // Менеджмент и бизнес-администрирование. 2015. № 1. С. 88-109.
5. Бекмурзаев И.Д. ОСОБЕННОСТИ И ВОЗМОЖНОСТИ ИЗВЕСТНЫХ МЕТОДОВ УПРАВЛЕНИЯ // Экономика. Бизнес. Информатика. 2017. № 1. С. 17-21.
6. Бутурлакина Е.В. Система управления виртуальными организациями // Инновации и инвестиции. 2013. № 7. С. 204-207.
7. Волостнов Б.И. Цифровое машиностроение: принципы создания и перспективы развития интеллектуальных производств // Проблемы машиностроения и автоматизации. 2018. № 1. С. 4-37.

8. Голова А.Г. Инструменты современного рынка // Энергия: экономика, техника, экология. 2015. № 5. С. 54-63.
9. Гришин А. Б. МАРКЕТИНГ В СОЦМЕДИА И ФИНАНСОВЫЙ УСПЕХ В2В-КОМПАНИИ. // Электронный мультидисциплинарный научный журнал с порталом международных научно-практических конференций Интернетнаука. 2018. Т. 4. № 1. С. 28-36.
10. Джереффи Г. Международное хозяйство и экономическое развитие // Экономическая социология. 2004. Т. 5. № 5. С. 35-62.
11. Заенчковский А.Э., Какатунова Т.В. Технологии виртуализации инновационной инфраструктуры // Вестник экономики, права и социологии. 2012. № 4. С. 45-51
12. Калимуллин Т.Р. Современный стратификационный анализ // Экономическая социология. 2004. Т. 5. № 5. С. 102-133.
13. Климанов Д.Е., Третьяк О.А. Бизнес-модели: основные направления исследований и поиски содержательного фундамента концепции // Российский журнал менеджмента. 2014. Т. 12. № 3. С. 107-130.
14. Кузин Д.В., Ядова Н.Е. Инновации в бизнес-коммуникациях и проблемы менеджмента // Управленческие науки. 2016. № 1. С. 51-60.
15. Литвинов Н.Н. Вопросы систематизации терминологии в сфере брендинга и рекламы // Реклама: теория и практика. 2015. № 6. С. 368-388.
16. Мальшева И.А. Розничный интернет-бизнес // Экономическая социология. 2004. Т. 5. № 5. С. 83-92.
17. Марченко М.В. Принципы управления дебиторской задолженностью в секторе корпоративной интернет-торговли // Ученые записки Российской Академии предпринимательства. 2013. № 35. С. 139-143.
18. Науразова Э.А., Шамилев С.Р. ДЕТЕРМИНИРОВАННАЯ МОДЕЛЬ ВЕБ-РЕКЛАМИРОВАНИЯ // Экономика. Бизнес. Информатика. 2016. № 3. С. 59-70.
19. Науразова Э.А., Шамилев С.Р. МОДЕЛЬ ИНФОРМАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В РАСПРЕДЕЛЕННЫХ СЕТЯХ // Экономика. Бизнес. Информатика. 2016. № 4. С. 27-37.
20. Никоненко А.Г. Формирование виртуальных организаций // Вестник Университета (Государственный университет управления). 2007. № 4. С. 114-124.
21. Плахова Л.В., Мурских Д.Е., Звягинцева Ю.А. Социально-экономическая природа виртуальных организаций // Вестник ОрелГИЭТ. 2017. № 3 (41). С. 38-47.
22. Плиева З.Р. Виртуальное управление в инновационных инфраструктурах // Инноватика и экспертиза: научные труды. 2009. № 1. С. 83-88.
23. Сухарев М.В. Социальные антиинституты // Экономическая социология. 2004. Т. 5. № 5. С. 63-73.
24. Тумаева Т.М., Малыгина Л.П. Постоянное улучшение системы менеджмента качества на основе анализа результатов самооценки // Научно-методический электронный журнал Концепт. 2015. Т. 13. С. 51-55.
25. Хохлявин С.А. Соблюдение стандарта ИСО/МЭК 17021:2006 - гарантия доверия к сертификации систем менеджмента // Методы оценки соответствия. 2007. № 1. С. 38-41.
26. Чесноков Д.Е. Конкурентная разведка на рынке В-2-В // Индустриальный и b2b маркетинг. 2008. № 4. С. 280-287.
27. Шамилев С.Р. АДАПТИВНОЕ ТЕСТИРОВАНИЕ - СИСТЕМНАЯ ПЕДАГОГИЧЕСКАЯ И ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ ЗАДАЧА // Экономика. Бизнес. Информатика. 2017. Т. 3. № 5. С. 474-496.
28. Шамилев С.Р. БАНКИ, ПРОЦЕНТЫ, ПЛАТЕЖИ, МОДЕЛИ // Экономика. Бизнес. Информатика. 2017. Т. 3. № 3. С. 283-289.
29. Шамилев С.Р. ЭВОЛЮЦИОННЫЙ ПОДХОД К ОЦЕНИВАНИЮ СЛОЖНОСТИ ПРОГРАММ И ИХ КОМПЛЕКСОВ // Экономика. Бизнес. Информатика. 2017. Т. 3. № 6. С. 573-599.

References

1. Aliev R.I. PROMOTION, SPHERE OF BUSINESS SITE // Electronic multidisciplinary scientific journal with the portal of international scientific and practical conferences Internet science. 2017. No. 12. P. 47-51.
2. Aliev R.I. DESIGN OF BUSINESS SITE AND ERRORS OF SEO-PROMOTION // Economy. Business. Computer science. 2017. Т. 3. № 4. P. 357-360.
3. Aliev R.I. SYSTEM ANALYSIS OF TIME MANAGEMENT OF IT COMPANY PERSONNEL // Electronic multidisciplinary scientific journal with the portal of international scientific and practical conferences Internet science. 2016. № 10. P. 18-31.
4. Artemyev DG, Kilina K.A. Features of determining the success of Internet projects // Management and business administration. 2015. No. 1. P. 88-109.
5. Bekmurzaev I.D. FEATURES AND OPPORTUNITIES OF KNOWN MANAGEMENT METHODS // Economics. Business. Computer science. 2017. № 1. P. 17-21.

6. Buturlakina EV *The system of management of virtual organizations // Innovations and investments*. 2013. No. 7. P. 204-207.
7. Volostnov B.I. *Digital engineering: principles of creation and prospects for the development of intellectual production // Problems of mechanical engineering and automation*. 2018. № 1. P. 4-37.
8. The head of A.G. *Instruments of the modern market // Energy: economics, technology, ecology*. 2015. № 5. P. 54-63.
9. Grishin AB *MARKETING IN SOTSMEDIA AND FINANCIAL SUCCESS OF THE B2C-COMPANY. // Electronic multidisciplinary scientific journal with the portal of international scientific and practical conferences Internet science*. 2018. T. 4. № 1. S. 28-36.
10. Jerreff G. *International economy and economic development // Economic Sociology*. 2004. T. 5. № 5. P. 35-62.
11. Zaenchkovsky A.E., Kakatunova T.V. *Technologies of Virtualization of Innovative Infrastructure // Bulletin of Economics, Law and Sociology*. 2012. № 4. P. 45-51
12. Kalimullin TR *Modern stratification analysis // Economic sociology*. 2004. T. 5. № 5. P. 102-133.
13. Klimanov DE, Tretyak O.A. *Business models: the main directions of research and the search for a meaningful foundation of the concept // Russian Journal of Management*. 2014. T. 12. № 3. P. 107-130.
14. Kuzin DV, Yadova N.E. *Innovations in business communications and problems of management // Administrative sciences*. 2016. № 1. P. 51-60.
15. Litvinov N.N. *Questions of the systematization of terminology in the sphere of branding and advertising // Advertising: theory and practice*. 2015. № 6. P. 368-388.
16. Malysheva I.A. *Retail Internet Business // Economic Sociology*. 2004. T. 5. № 5. P. 83-92.
17. Marchenko M.V. *Principles of management of accounts receivable in the sector of corporate Internet trade // Uchenye zapiski Rossiyskoy Academy of Entrepreneurship*. 2013. No. 35. P. 139-143.
18. Nauryzova E.A., Shamilev S.R. *DETERMINED MODEL WEB-ADVERTISING // Economics. Business. Computer science*. 2016. № 3. P. 59-70.
19. Naurozova E.A., Shamilev S.R. *MODEL OF INFORMATION SECURITY IN DISTRIBUTED NETWORKS // Economics. Business. Computer science*. 2016. № 4. P. 27-37.
20. Nikonenko AG *Formation of virtual organizations // Bulletin of the University (State University of Management)*. 2007. № 4. P. 114-124.
21. Plakhova LV, Murskikh DE, Zvyagintseva Yu.A. *The social and economic nature of virtual organizations // Vestnik OrelGiET*. 2017. No. 3 (41). Pp. 38-47.
22. Plieva Z.R. *Virtual management in innovative infrastructures // Innovation and expertise: scientific works*. 2009. № 1. P. 83-88.
23. Suharev M.V. *Social anti-institutions // Economic sociology*. 2004. T. 5. № 5. P. 63-73.
24. Tumayeva TM, Malygina L.P. *Continuous improvement of the quality management system based on the analysis of the results of self-assessment // Scientific and methodical electronic journal Concept*. 2015. P. 13. P. 51-55.
25. Khokhlyavin S.A. *Compliance with ISO / IEC 17021: 2006 - guarantee of confidence in the certification of management systems // Methods for assessing compliance*. 2007. № 1. P. 38-41.
26. Chesnokov D.E. *Competitive intelligence in the market B-2-B // Industrial and b2b marketing*. 2008. № 4. P. 280-287.
27. Shamilev S.R. *ADAPTIVE TESTING - SYSTEM PEDAGOGICAL AND TECHNOLOGICAL PROBLEMS // Economics. Business. Computer science*. 2017. T. 3. № 5. S. 474-496.
28. Shamilev S.R. *BANKS, INTEREST, PAYMENTS, MODELS // Economy. Business. Computer science*. 2017. T. 3. No. 3. P. 283-289.
29. Shamilev S.R. *EVOLUTIONARY APPROACH TO ASSESSING THE COMPLEXITY OF PROGRAMS AND THEIR COMPLEXES // Economics. Business. Computer science*. 2017. Vol. 3. No. 6. P. 573-599.