

8. ВОПРОСЫ ЭКОНОМИКИ

8.1. ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ И КЛАССИФИКАЦИИ ИНТЕРНЕТ-КОМПАНИЙ В УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Абдулов И.И., аспирант, кафедра макроэкономической политики и стратегического управления

*Московский государственный университет
им. М.В. Ломоносова, г. Москва*

В данной статье автором производится анализ подходов к определению интернет-компаний, электронного бизнеса и электронной коммерции в отечественной и зарубежной научной литературе. На основе анализа существующих подходов автор выдвигает наиболее рациональное определение интернет-компаний и определяет критерии, разграничивающие предприятия данной группы от группы традиционного бизнеса. В статье предлагается подход к классификации компаний по степени проникновения интернет-технологий в бизнес-процессы предприятия. Также в работе представлена наиболее полная (по мнению автора) классификация существующих на рынке интернет-компаний по роду деятельности и в зависимости от выбранной бизнес-модели.

Литература

1. Васильев Г.А. Электронный бизнес. Реклама в Интернете [Текст] / А.Г. Васильев, Д.А. Забегалин. – М. : Юнити-Дана, 2008.
2. Голик В.С. Эффективность Интернет-маркетинга в бизнесе [Текст] / В.С. Голик. – Минск : Дикта, 2015.
3. Гуров Ф.Н. Продвижение бизнеса в Интернет. Все о PR и рекламе в Сети [Текст] / Ф.Н. Гуров. – М. : Вершина, 2011.
4. О развитии мирового Интернет-доступа [Электронный ресурс]. – URL : [http://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Интернет-доступ_\(мировой_рынок\)](http://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Интернет-доступ_(мировой_рынок))
5. Предеин А.М. Эффективность маркетинговых коммуникаций в сети Интернет [Текст] : автореф. дис. ... канд. экон. наук / А.М. Предеин. – Екатеринбург, 2009. – 199 с.
6. РБК [Электронный ресурс] : официальный сайт компании. – Режим доступа: <http://www.rbc.ru>
7. Ткаченко В.А. Основы электронного бизнеса [Электронный ресурс] / В.А. Ткаченко. – URL : <http://www.lessons-tva.info/edu/trainbus.html>
8. Шеншин А.С. Интернет-экономика [Текст] : учеб.-метод. пособие / А.С. Шеншиг. – Н. Новгород : Нижегородский гос. ун-т, 2012. – 48 с.
9. IBS [Электронный ресурс] : официальный сайт компании. – Режим доступа: <http://www.ibs.ru>
10. Statista [Электронный ресурс] : официальный сайт аналит. агентства. – URL : <http://www.statista.com/statistics/185283/total-and-e-commerce-us-retail-trade-sales-since-2000/>
11. Gartner IT Glossary [Electronic resource]. – URL : <https://www.gartner.com/it-glossary/e-business>
12. The difference between e-business and e-commerce [Electronic resource]. – URL : <http://www.computer-world.com/article/2588708/e-commerce/the-difference-between-e-business-and-e-commerce.html>

Ключевые слова

Интернет-экономика; электронный бизнес; электронная коммерция; интернет-маркетинг; цифровая экономика; Интернет; интернет-компания; интернет-торговля; информатизация; интернет-реклама.

Абдулов Игорь Игоревич

РЕЦЕНЗИЯ

Актуальность темы обусловлена тем, что по мере нарастающего проникновения Интернета во все сферы деятельности происходит стремительный рост числа компаний, задействующих интернет-технологии в той или иной степени в своих бизнес-процессах. Произошло появление компаний нового типа, осуществляющих свою коммерческую деятельность исключительно в сети Интернет с использованием различного рода программных цифровых продуктов в качестве основного канала коммуникаций. Именно поэтому актуальным становится вопрос об изучении таких компаний и выделении их как обособленного вида экономических агентов в структуре мировой и национальной экономики. Актуальным становится вопрос о классификации видов деятельности существующих интернет-компаний и изучение существующих бизнес-моделей, которые лежат в основе деятельности таких компаний.

Научная новизна и практическая значимость. В данной статье освещены подходы к определению интернет-компаний в научной литературе. Также в статье устанавливается взаимосвязь между понятиями электронной коммерции, электронного бизнеса и интернет-экономики, которые зачастую переплетаются между собой и трактуются различными авторами по-разному. На основе анализа существующих определений автором выдвигается собственное рациональное определение интернет-компаний и критерии, по которым возможно проводить различие между интернет-предприятиями и традиционными предприятиями, использующими Интернет в той или иной степени при осуществлении коммерческой деятельности, а также устанавливается классификация существующих предприятий по степени использования интернет-технологий в их бизнес-процессах. Представляется интересной предложенная классификация по видам осуществляемой деятельности интернет-компаний, однако ее полнота представляется в некоторой степени ограниченной ввиду отсутствия привязки деятельности интернет-компаний к общим классификаторам видов экономической деятельности предприятий и организаций, используемым в отечественной и мировой практике.

Заключение: рецензируемая статья отвечает требованиям, предъявляемым к научным публикациям, и может быть рекомендована к опубликованию.

Ишина И.В., д.э.н., профессор кафедры теории и практики государственного контроля Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, г. Москва.