

ЭКОНОМИКА

Махмутова Диляфруз Руслановна

студентка

Уфимский институт (филиал)

ФГБОУ ВПО «Российский экономический

университет им. Г.В. Плеханова»

г. Уфа, Республика Башкортостан

Фатхуллина Неля Хамидулловна

канд. экон. наук, доцент, заведующая кафедрой

Сибайский институт (филиал)

ФГБОУ ВПО «Башкирский государственный университет»

г. Сибай, Республика Башкортостан

СУЩНОСТЬ ИНТЕРНЕТ-БИЗНЕСА

Аннотация: в представленной статье путем анализа научных статей, учебных пособий и исследований специалистов ведущих компаний раскрывается и объясняется сущность современного и быстро прогрессирующего явления как интернет-бизнес. Применение Интернета в бизнесе, по мнению авторов, позволит увеличить объемы товарооборота, сократит время оформления сделок, соотрет территориальные и возрастные ограничения, а значит, увеличит прибыль и повысит конкурентоспособность компании.

Ключевые слова: Интернет, интернет-бизнес, электронная коммерция, электронный бизнес.

В последние десятилетия большой оборот набрала тенденция развития такого нового сектора в экономике, как интернет-бизнес, который на данный момент считается перспективным, и его влияние растет.

Образование глобальных сетей, в первую очередь Интернета, привело к резким переменам в отрасли организации и ведения предпринимательской деятельности. Изменения настигли не только внешних отношений между организациями

и компаниями, их партнерами и клиентами, но и саму внутреннюю структуру компаний. Появились новые направления бизнеса и изменились уже существующие.

Стоит разобрать два существующих термина: е-коммерция и е-бизнес. Понятие е-бизнес, согласно определению экспертов компании ИМВ, это преобразование основных бизнес-процессов при помощи Интернета и его технологий. Таким образом, можно сказать, что электронный бизнес – это любая деловая активность, располагающаяся в информационной сети (Интернет) для преобразования и эффективной работы внутренних и внешних связей с целью получения прибыли. Электронная коммерция является одним из важных сегментов е-бизнеса. Под термином е-коммерция понимаются любые виды деловой сделки, которые проводятся с помощью информационных сетей.

В современном мире для создания, развития и усовершенствования любых форм бизнеса, одним из самых эффективных инструментов является интернет-бизнес (ИБ). Этот «инструмент» можно разделить на два типа:

- ИБ – как основа для создания бизнеса;
- ИБ – как дополнительный инструмент развития уже существующего устоявшегося бизнеса.

Интернет – магазин позволяет проконтролировать и проследить, благодаря технологиям интернет-бизнеса, такие процессы как: продажа и оплата товаров и услуг, обеспечение информацией пользователей о товарах и услугах, ход выполнения заказа, регулирование отношений между поставщиками, покупателями и службой доставки, автоматизированное добавление и удаление товарной базы, ведение отчетности и поиск партнеров.

Интернет-бизнес коснулся всех сфер деятельности. Для обеспечения конкурентоспособности каждый банк предоставляет услуги интернет-банкинга, образование можно получить дистанционно, консультации, совещания проводятся on-line и др.

С помощью технологий ИБ также можно решать такие проблемы, как:

- недостаточность информационного обмена во внутренней и внешней среде компании;
- недостаточность ресурсов для масштабных рекламных кампаний;
- трудность выхода на региональные и мировые рынки;
- высокие издержки;
- проблемы в ведении отчетности;
- сложности во внутренней среде компании из-за неотрегулированных отношений между отделами компаний.

Углубляясь в сущность интернет-бизнеса, стоит выделить его основные инструменты: корпоративный веб-сайт, интернет-магазин, интернет-аукцион, информационный корпоративный портал, интернет-биржа, интернет-маркетинг.

Считается, что торговля на просторах Интернета, это быстроразвивающееся и важное направление экономического развития в 21 веке. Для более эффективного использования электронной торговли в бизнесе, необходимо предпринять некоторые меры:

- смягчить законы, подзаконные акты и инструкции, в которых предусмотрено обязательное бумажное оформление для заключения и регистрации сделок;
- избежать введения новых налогов, создание регулятивных органов, регистраций и других действий, для того чтобы не подрывать столь желательную уверенность в целесообразности капиталовложения в развивающуюся индустрию;
- не допускать и ликвидировать рыночные барьеры, которые затормаживают инвестиции в техническую отрасль, запрещая организациям связи, являющимся монополистами, иметь какое-либо отношение к интернет-провайдерам.

Все это позволит увеличить объемы товарооборота, сократит время оформления сделок, стереть территориальные и возрастные ограничения, а значит, увеличить прибыль и повысить конкурентоспособность компании.

Список литературы

1. Гуревич М.Л. Технология создания медиа-сервера // Маркетинг и маркетинговые исследования в России. – 2010. – №2.
2. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ecommercelaw.ru/node/108>

3. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://vim251.narod.ru>
4. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.internetsales.ru/>