

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт электронного обучения
Направление подготовки 080103_Национальная экономика
Кафедра экономики

ДИПЛОМНЫЙ ПРОЕКТ/РАБОТА

Тема работы			
Потенциал Интернет-экономики в современном обществе .			
УДК <u>338:004.738.5</u>			
Студент			
Группа	ФИО	Подпись	Дата
3-3401	Емельянова Александра Евгеньевна		

Руководитель

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент	Корнева Ольга Юрьевна	Кандидат экономических наук		

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ:

Зав. кафедрой	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Профессор	Барышева Галина Анзельмовна	Доктор экономических наук		

ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ООП

Код результата	Результат обучения (выпускник должен быть готов)
<i>Профессиональные компетенции</i>	
PK1	Способен собрать и проанализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов
PK2	Способен на основе типовых методик и действующей нормативно-правовой базы рассчитать экономические и социально-экономические показатели, характеризующие деятельность хозяйствующих субъектов
PK3	Способен выполнять необходимые для составления экономических разделов планов расчеты, обосновывать их и представлять результаты работы в соответствии с принятыми в организации стандартами
PK4	способен осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения поставленных экономических задач
PK5	способен выбрать инструментальные средства для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей, проанализировать результаты расчетов и обосновать полученные выводы
PK6	способен на основе описания экономических процессов и явлений строить стандартные теоретические и эконометрические модели, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты
PK7	способен анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и использовать полученные сведения для принятия управленческих решений
PK8	способен анализировать и интерпретировать данные отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях, выявлять тенденции изменения социально-экономических показателей
PK9	способен, используя отечественные и зарубежные источники информации, собрать необходимые данные проанализировать их и подготовить информационный обзор и/или аналитический отчет
PK10	способен использовать для решения аналитических и исследовательских задач современные технические средства и информационные технологии
PK11	способен организовать деятельность малой группы, созданной для реализации конкретного экономического проекта
PK12	способен использовать для решения коммуникативных задач современные технические средства и информационные технологии
PK13	способен критически оценить предлагаемые варианты управленческих решений и разработать и обосновать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий
PK14	способен преподавать экономические дисциплины в образовательных учреждениях различного уровня, используя существующие программы и учебно-методические материалы
PK15	способен принять участие в совершенствовании и разработке учебно-методического обеспечения экономических дисциплин

* Указаны коды компетенций по ФГОС ВПО (направление 1080100 ЭКОНОМИКА (КВАЛИФИКАЦИЯ (СТЕПЕНЬ) "БАКАЛАВР"), утвержденному Приказом Минобразования и науки РФ от 21 декабря 2009 г. N 747

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт электронного обучения
Направление подготовки 080103 Национальная экономика
Кафедра экономики

УТВЕРЖДАЮ:
Зав. кафедрой

(Подпись) (Дата) (Ф.И.О.)

ЗАДАНИЕ

на выполнение выпускной квалификационной работы

В форме:

дипломного проекта/работы (бакалаврской работы, дипломного проекта/работы, магистерской диссертации)

Студенту:

Группа	ФИО
3-3401	Емельянова Александра Евгеньевна

Тема работы:

Потенциал Интернет-экономики в современном обществе.	
Утверждена приказом директора (дата, номер)	№ 1068 от 11.02.2016

Срок сдачи студентом выполненной работы:	20.05.2016
--	------------

ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ:

Исходные данные к работе <i>(наименование объекта исследования или проектирования; производительность или нагрузка; режим работы (непрерывный, периодический, циклический и т. д.); вид сырья или материал изделия; требования к продукту, изделию или процессу; особые требования к особенностям функционирования (эксплуатации) объекта или изделия в плане безопасности эксплуатации, влияния на окружающую среду, энергозатратам; экономический анализ и т. д.).</i>	Данные из официальных источников: Федеральной службы государственной статистики России, мониторинговых показателей развития информационного общества, статистических баз данных Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), Всемирного банка, Всемирного экономического общества, Департамента информационных технологий развития ООН, Конференции ООН по торговле и развитию (UNCTAD), отчетности Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям, Фонда развития Интернет-инициатив,
Перечень подлежащих исследованию, проектированию и разработке вопросов <i>(аналитический обзор по литературным источникам с целью выяснения достижений мировой науки техники в рассматриваемой области; постановка задачи исследования, проектирования, конструирования; содержание процедуры исследования, проектирования, конструирования; обсуждение результатов выполненной работы; наименование дополнительных разделов, подлежащих разработке; заключение по работе).</i>	1. Парадигма Интернет-экономики и особенности ее развития. 2. Обзор научных подходов к пониманию сущности и специфики Интернет-экономики. 3. Сетевые формы организации бизнеса. 4. Структура потенциала Интернет-экономики. 5. Интернет-торговля как важнейшая составляющая потенциала Интернет-экономики: сущность, классификация, формы предпринимательской деятельности. 6. Методический подход к оценке потенциала

	Интернет – экономики. 7. Анализ современного состояния и тенденций развития Интернет-экономики в России. 8. Характеристика трансформационных процессов в глобальном сетевом пространстве. 9. Исследование проблем развития сетевых предпринимательских структур. 10. Мероприятия по развитию потенциала Интернет-экономики и результаты их внедрения. 11. Социальная ответственность как составляющая расширения потенциала Интернет-экономики
Перечень графического материала <i>(с точным указанием обязательных чертежей)</i>	25 рисунков, 20 таблиц
Консультанты по разделам выпускной квалификационной работы <i>(с указанием разделов)</i>	
Раздел	Консультант
Социальная ответственность	Феденкова А.С..
Названия разделов, которые должны быть написаны на русском и иностранном языках:	

Дата выдачи задания на выполнение выпускной квалификационной работы по линейному графику	12.01.2016
---	------------

Задание выдал руководитель

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент	Корнева Ольга Юрьевна	Кандидат экономических наук		

Задание принял к исполнению студент:

Группа	ФИО	Подпись	Дата
3-3401	Емельянова Александра Евгеньевна		

Реферат

Выпускная квалификационная работа состоит из: 142 с, 25 рис., 20 табл., 93 источников, 4 приложений.

Ключевые слова: потенциал, Интернет-экономика, Интернет-торговля, сетевые структуры, сетевая готовность общества, информационно-коммуникационные технологии, офлайн среда, онлайн среда, провайдинг, безопасность, сервер, трафик, доверие.

Объектом исследования является потенциал Интернет-экономики.

Цель работы - поиск направлений расширения потенциала Интернет-экономики.

В процессе исследования проводились различные варианты сопоставления развития офлайн экономики и онлайн экономики в национальном пространстве и с учетом мирового опыта. Проводились оценки и группировки показателей состояния информационных и коммуникационных технологий, провайдинговой сферы как характеристик развития потенциала Интернет-экономики, а так же оценивались различные параметры сетевой готовности общества и бизнеса.

В результате исследования разработана концепция расширения потенциала Интернет-экономики и Программа развития Интернет-экономики и Интернет-коммерции в России на 2017-2020 годы.

Основные конструктивные, технологические и технико-эксплуатационные характеристики Программы развития Интернет-экономики заключаются в системном охвате основных составляющих объекта исследования.

Область применения: специализированные структуры Правительства РФ, Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, Федеральное агентство по информационным технологиям, деловые круги России, отраслевые коммерческие организации, сетевые структуры Интернет-торговли.

Экономическая значимость работы заключается в повышении уровня сетевой готовности в России на 15%, общего уровня проникновения Интернета

на 16,4% (в разрезе возрастной группы от 35-ти до 65-ти лет на 40%), удельного веса организаций, имеющих веб-сайты на 30%, количество безопасных серверов на 60%, численность сайтов, имеющих сертификаты безопасности на 30%, инфраструктуры широкополосного доступа на 10%.

В будущем планируется сосредоточить внимание на более глубоком исследовании взаимосвязи факторов сетевой готовности общества и коммерческих структур Интернет-торговли в России, обеспечении их развития.

Оглавление

Введение.....	9
1 Значение и фундаментальные предпосылки развития интернет-экономики .	13
1.1 Парадигма Интернет-экономики и особенности ее развития	13
1.2 Обзор научных подходов к пониманию сущности и специфики Интернет-экономики	22
1.3 Сетевые формы организации бизнеса.....	25
2 Методические основы оценки потенциала развития интернет-экономики	28
2.1 Структура потенциала Интернет-экономики.....	28
2.2 Интернет-торговля как важнейшая составляющая потенциала Интернет-экономики: сущность, классификация, формы предпринимательской деятельности	33
2.3 Методический подход к оценке потенциала Интернет – экономики	44
3 Проблемы и перспективы развития интернет-экономики в России и мире ...	52
3.1 Анализ современного состояния и тенденций развития Интернет-экономики в России	52
3.2 Характеристика трансформационных процессов в глобальном сетевом пространстве	64
3.3 Исследование проблем развития сетевых предпринимательских структур .	89
3.4 Мероприятия по развитию потенциала Интернет-экономики и результаты их внедрения.....	107
4 Социальная ответственность как составляющая расширения потенциала Интернет-экономики.....	120
Заключение	123

Список использованных источников:	127
Приложение А Показатели развития крупнейших в мире сетевых структур Интернет-коммерции за 2015 год	138
Приложение Б Показатели развития офлайн и онлайн экономики России	140
Приложение В Показатели Индекса сетевой готовности России за 2015 год	141
Приложение Г Динамика импорта ИКТ-оборудования, млн. долл. [65]	142

Введение

В решении современной проблемы обеспечения экономического развития России важная роль принадлежит потенциалу Интернет-экономики как мощному катализатору позитивных изменений в рамках виртуальной и реальной среды. Опыт развитых стран показывает, что сбалансированные системные мероприятия, направленные на развитие потенциала Интернет-экономики, а также важнейших ее составляющих и взаимодополняющих отраслей позволяют позитивно воздействовать на уровень сетевого развития общества и сферу бизнеса. Современный этап развития Интернет-экономики России характеризуется катастрофической разбалансированностью процессов развития офлайн и онлайн экономики, низким вкладом наиболее прибыльных сегментов Интернет-экономики в ВВП страны (удельный вес объема рынка Интернет-торговли не превышает 1% от ВВП, в то время как для развитых стран мира данный показатель в среднем составляет 15-30% [1]), а так же отсутствием инициативы со стороны коммерческих структур к участию в законотворческой и управленческо-регулирующей деятельности, недостаточным уровнем доверия со стороны потребителей к деятельности интернет-организаций.

Значение исследования потенциала Интернет-экономики усиливают так же приоритетные задачи, поставленные Президентом России В. Путиным по итогам Первого российского форума «Интернет-экономика» [2]. Решение данных задач должно быть направлено на формирование стратегических ориентиров развития отечественного интернет-сегмента на основе синергии составляющих виртуальной среды и с учетом основных тенденций глобального сетевого пространства.

Вышеизложенные факты доказывают, что развитие теории и методологии управления Интернет-экономикой и выработка концептуальных решений в области развития основных составляющих потенциала виртуальной экономической среды представляется актуальной и своевременной задачей. Это обусловило выбор темы исследования.

Теоретическую основу исследования составили работы ведущих российских и зарубежных ученых и специалистов в области управления потенциалом Интернет-экономики, среди которых Банке Б., Белл Д., Гадди К.Г., Икес Б.В. Купрейченко А.Б., Марсиянова И.В., Друкер П., Кастельс М., Лазарев И.А., Лазарев К.И., Хижа Г.С., Макаренкова Е.В., Максиянова Т.В., Матвеев И.А., Яковлева Т.И., Тоффлер Э., Цуканова О. А., Варзунов А. В. и др. Особенности современного управления Интернет-торговлей как важнейшей составляющей потенциала Интернет-экономики исследованы в работах Афанасьева В.А., Васильевой Т.В., Воробьева К.Ю., Гавриловой О.М. Максияновой Т.В., Мана Ц.Л. и других ученых. Перечисленные работы раскрывают значимость эффективного управления потенциалом Интернет-экономики и Интернет-торговли в современных условиях.

На формирование научных позиций, изложенных в работе, существенное влияние оказали исследования и доклады ведущих институтов развития мирового уровня (Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), Конференции ООН в по торговли и развитию (UNCTAD), Всемирного банка, Всемирного экономического форума), а также мнения и предложения, высказанные специалистами и Главой государства в процессе обсуждения проблем Интернет-экономики на Первом всероссийском форуме «Интернет-экономика».

Учитывая высокую научную и практическую значимость указанных работ, следует, однако отметить, что сложности в развитии виртуальной экономики в России требуют дополнительного изучения, систематизации, обоснования и апробирования на практике новых подходов и методов, а также разработки концептуально-программных предложений, касающихся устранения пробелов в управлении потенциалом Интернет-экономики. Важность сформулированной проблемы определили цели и задачи исследования.

Цель исследования состоит в поиске направлений расширения потенциала Интернет-экономики.

Для достижения цели исследования в работе поставлены и решены следующие **задачи**, определившие логическую структуру изложенного материала:

- обобщены предпосылки и особенности развития Интернет-экономики и определена фундаментальная роль глобальной сети Интернет и сферы ИКТ в обеспечении высокого потенциала виртуальной среды, обоснована сетевая парадигма рассмотрения сущности и специфики функционирования Интернет-экономики;

- проведен обзор научных подходов к пониманию сущности и специфических характеристик Интернет-экономики, а также научных трактовок природы сетевых форм организации бизнеса;

- определены структурные единицы потенциала Интернет-экономики, определена роль Интернет-торговли как важной составляющей Интернет-экономики, систематизированы и дополнены подходы к классификации субъектов коммерческой деятельности в виртуальной среде;

- дополнен методический инструментарий к оценке потенциала Интернет-экономик, включающий в себя оценку составляющих потенциала Интернет-экономики и взаимосвязанных отраслей, аналитико-экспертное обоснование глобальных тенденций развития онлайн экономики, показатели состояния сферы е-коммерции как потенциальной точки развития Интернет-экономики;

- рассмотрены проблемы и перспективы развития Интернет-экономики в России и мире в целом и в сфере Интернет-торговли в частности, разработаны концептуально-программные документы, направленные на решение выявленных проблем.

Объект исследования – потенциал Интернет-экономики.

Предмет исследования – методология и особенности оценки потенциала Интернет-экономики, его основные тенденции и закономерности развития, как в национальных проявлениях, так и в ракурсе общемировых

тенденций виртуальной среды с выделением Интернет-торговли как ее важнейшей составляющей.

Теоретической и методологической основой являются научные положения, обоснованные в работах классиков экономической теории, отечественных и зарубежных ученых в сфере исследования проблем развития потенциала Интернет-экономики и его составляющих. В процессе исследования использованы следующие методы: общенаучные методы анализа и синтеза, индукции и дедукции (для теоретического обоснования и систематизации основных понятий Интернет-экономики), системный подход и сравнительный анализ (при определении особенностей развития потенциала Интернет-экономики и системообразующих отраслей в развитых и развивающихся странах), логического обобщения отдельных фактов и результатов (при обосновании необходимости концептуального единства в управлении потенциалом Интернет-экономики), экономико-статистический (при определении корреляционной связи между отдельными показателями офлайн и онлайн экономики), специфические инструменты диагностики и экспертные оценки (при определении проблем и перспектив развития Интернет-торговли) и другие.

Информационно-эмпирическую базу, подтверждающую объективность и достоверность полученных исследовательских данных и результатов, составили статистические материалы Росстата, статистические базы данных и аналитические доклады ОЭСР, UNCTAD, Всемирного банка и другие официальные источники.

Теоретическая и практическая значимость работы обусловлена ее научной новизной и заключается в решении актуальной задачи развития потенциала Интернет-экономики в современных условиях. Результаты исследования – предложенный методический подход к оценке потенциала онлайн экономики. Разработанные концепция и программа развития дополняют инструментарий диагностики и ряд практических предложений относительно повышения уровня развития потенциала Интернет-экономики в России.

1 Значение и фундаментальные предпосылки развития интернет-экономики

1.1 Парадигма Интернет-экономики и особенности ее развития

Концепция виртуального мироустройства, которая базируется на Интернет-методологии, имеет несколько вариантов реализации: она способна как обеспечить определенную мировую целостность в различных отраслях, повысить эффективность коммуникационного обмена, так и усугубить дисбалансы в развитии (к примеру, разрыв реального состояния с виртуальным может привести к кризисам мирового масштаба). Особенности становления и изучения понятия «Интернет-экономика», ее содержательного наполнения и причинно-следственных признаков развития становится актуальной задачей в современных условиях. Отметим, что проблема определения сущности и специфики функционирования Интернет-экономики для методологии развития современной науки не является новой, однако отдельные аспекты ее рассмотрения так и не имеют достаточного освещения в современных исследовательских подходах. Так, в частности, не в достаточной степени раскрыты сущность, содержание и особенности расширения потенциала Интернет-экономики, который формируется исходя из его структурных составляющих. Значительное количество современных подходов сводится к пониманию его сущности, исходя из основ информационно-коммуникативного развития, что не раскрывает характера фундаментального сетевого признака.

Обзор научной литературы, отражающей проблемы сущностного определения Интернет-экономики [3; 4, С. 7; 5, С. 62; 6, С. 22; 7], позволяет говорить о наличии ряда трактовок – «Информационная экономика», «Новая экономика», «Электронная экономика», «Виртуальная экономика», «Интернет-экономика», «Сетевая экономика» и т.д. Все эти понятия направлены на раскрытие парадигмы функционирования социально-экономических процессов в глобальной сети. Следовательно, можно определить несколько научных подходов к рассмотрению понятия Интернет-экономика: информационный, сетевой, технологический. В тоже время в научной литературе и практике

отмечается уникальное единство мнений о том, что Интернет-экономика является следствием создания и развития глобальной сети Интернет (начало 80-х годов XX века).

Систематизация ветвей теоретических наработок в области понимания информационной парадигмы развития Интернет-экономики [8, С. 9; 9, С. 12] позволяет сделать вывод, что первичная распространенность данного подхода связана со значительными успехами в развитии информационных (в 1970 х годах), а затем и информационно-коммуникационных, или сетевых технологий (ИТ и ИКТ). Стала доминировать научная точка зрения, что практически все социально-экономические трансформации существования современного общества в развитых странах определяются влиянием техники и электроники, особенно компьютеров и коммуникаций. Тогда же гуру менеджмента П. Друкер высказал мнение, что по сути информатизация является быстрым замещением труда знаниями [10, С. 72], а в условиях постиндустриального общества, когда знания, образование обеспечивают самовозрастание стоимости, термин «информационная экономика» стал восприниматься как адекватное определение новой социально-экономической формации. Здесь необходимо внести некоторое уточнение, касающиеся того, что именно беспрецедентное по масштабам возрастание процессов обработки информации, генерирования знаний вызвало необходимость дальнейшего развития информационных и сетевых технологий, а не наоборот (в научной литературе и практике довольно часто причина указывается именно во втором). Действительно, исторический экскурс показывает [11, С. 125; 12, С. 34], что именно в рамках информационной парадигмы начинают зарождаться первые сетевые основы взаимодействия – разрабатывается прототип Интернета, компьютерная сеть ARPANET, которая объединила процесс взаимодействия своих разработчиков – ученых Калифорнийского университета, Стэнфордского исследовательского центра, университета Юты и университета штата Калифорния. Именно в рамках данного подхода приобретает основное условие развития Интернет-экономики – возможность высокоскоростного

обмена информацией, повышение эффективности коммуникаций и т.д. Однако «информационное» понимание Интернет-экономики в современной глобальной системе представляется слишком узким, не учитывающим сетевой особенности осуществления деятельности в виртуальной среде.

Поддерживая причинно-следственную связь между становлением Интернет-экономики и развитием информационного обмена отметим, что появление Интернета вызвало рост внутренней взаимосвязанности мировой системы, стало эффективным катализатором инновационного развития современного мира, адекватно реагирующего на внутренние и внешние вызовы, а это, в свою очередь, привело к упрощению процесса налаживания связей между субъектами глобального пространства, переходу от офлайн экономики к онлайн экономике.

Представители, которые используют подход к определению рассматриваемого явления в рамках научного понятия «Новая экономика» также неоднозначны в своих суждениях. Так, Стрелец И.А. [13, С. 57] полагает, что Новая экономика – это стадия развития экономических отношений, в которой процессы купли-продажи происходят в неденежно-эквивалентной форме, а информация, продукты, услуги приобретают виртуальную стоимость. В другом исследовании [14] приводится аргументация, что Новая экономика – это процесс коммерческого взаимодействия субъектов в глобальной сети Интернет, для которого характерно наличие необходимой виртуально-обеспечивающей и экономической инфраструктуры и который характеризуется преобладанием неосязаемых активов (услуг и технологий), а также уменьшением роли осязаемых активов. Не снижая научной значимости приведенных авторами аргументаций относительно данной трактовки отметим, что виртуализация является свойством Интернет-экономики, что автоматически означает лишь характеристику, а не научное обоснование сущности и структуры.

Достаточно распространенной в научной среде точкой зрения является понимание Интернет-экономики в рамках сетевой формации. Следует

отметить, что анализ этимологических корней термина «Интернет» (Internet от лат. inter - между и англ. net - сеть – паутина) [15] позволяет установить, что именно сеть становится основой развития Интернет-экономики. В развитии сетевого подхода особая роль принадлежит исследованиям Кестельса М. Впервые характеристику сетевого подхода к пониманию Интернет-экономики предложил именно апологет сетевой парадигмы развития и теоретик концепции сетевого общества Кестельс М. [16, С. 72]. По его мнению, «сеть – это коллективное взаимодействие, которое через волокно и эфир связывает в единое целое объекты живой и неживой природы, количество которых быстро растет. Узлом сети может стать все, что способно прибегать к обмену данными. Причем узлу совсем не обязательно обладать развитым интеллектом, поскольку уникальный в своем роде результат можно получить верно соединив не слишком сложные вещи. Такое сочетание совсем не меняет принцип осуществления действия и именно благодаря этому задает новые правила поведения». Согласно другой исследовательской работе ученого [17, С. 495], характерным свойством сети, в отличие от всех других форм организационной структуры, является то, что в ней не существует четко выраженных центров и пределов. Следовательно, именно сеть как основная форма организации современного мироустройства является гибкой системой ситуационных связей, которые формируются между субъектами глобального пространства, что позволяет зафиксировать новую социальную-экономическую структуру, которая характеризует вариативность и мобильность развития современного мира и экономики. Здесь речь идет об уровне самоорганизации, который обеспечивает внутреннюю целостность и непротиворечивость сети, каждый из элементов которой является составляющей частью сетевой системы более общего характера и находится в ней на условиях равноправной связи. При этом основными критериями объединения субъектов сети могут быть: 1) мотив, 2) формы взаимодействия, 3) способы функционирования в сети, 4) средства сосуществования в сети, 5) правила.

Многие представители сетевого подхода [18, С. 13; 19, С. 24] в сети видят новую парадигму виртуального общества, в пределах которой должны перестроиться бизнес, правительство и культура их взаимодействия. Это свидетельствует о том, что сетевая экономика основывается, в первую очередь, на смене парадигмы общественных отношений и системы управления, которая требует нового стержня построения цивилизационной сетевой культуры, в роли которого и выступает сеть и правила взаимодействия в ней.

По мнению Макаренковой Е.В. [20, С. 5], «в сети все действия и предметы стремятся к подчинению сетевой логике, в силу чего для изолированных систем просто нет места... поэтому сеть – это высокоорганизованный сплав людей и идей, движущие сил которой – риск, динамика и безудержное творчество». Примерно такого же мнения придерживается и Белл Д. [12, С. 4], по мнению которого, сеть – это органическая область взаимодействия субъектов, в рамках которой более весомы неосязаемые факторы, правила, установки, мотивы, основное количество которых сводится к социальным рамкам и нормам. Важные положения сетевой парадигмы Интернет-экономики были дополнены и уточнены в работах известного отечественного ученого Сухарева О.С. Так, исследуя свойства сетевой экономики Сухарев О.С. [21, С. 3] говорит о том, что сеть как организационная структура не имеет определенных закономерностей своего функционирования: она носит эпизодический и случайный характер, а поэтому определить конкретные стандарты, которых целесообразно придерживаться в пределах определенной сети, принципиально невозможно. Все это подтверждает, что сети, как формы социальной организации, имеют существенные преимущества над традиционными иерархическими связями, поскольку они наиболее подвижные и наиболее адаптивные. Однако в функционировании сетей наблюдаются определенные трудности, связанные, в первую очередь, с координацией функций управления сетью, а также различными размерами сетей, что мешает налаживать коммуникативные связи как в пределах отдельной сети, так и между ними. Такая подвижность сетей

является достаточно эффективной формой социальной жизнедеятельности, поскольку путем латентного, децентрализованного налаживания скоординированного взаимодействия им удастся обеспечить высокий уровень организации социальных и экономических действий. Подвижность и мобильность в процессе реструктурирования сетей приводят к возникновению новых форм организации ресурсов, финансовых средств, бизнес-структур. Это подтверждается и исследованиями Кестельса М. [16, С. 21], по мнению которого «...сети децентрализуют выполнение и распределяют ответственность в принятии решений; у них нет центра, они действуют по бинарной логике: включение/исключение, все, что происходит в сети, полезное и необходимое для ее существования». Из глубокого убеждения Кестельса М. следует, что если узел сети перестает выполнять полезную функцию, то он отчуждается ею и сеть заново реорганизуется [16, С. 22]. Это соответствует так называемому стратифицированному подходу в функционировании Интернет-экономики, согласно которому, отдельные сети являются более важными элементами в отличие от других, которые находятся в сети, однако их пребывания в ней в одной мере не может приводить к доминированию одних сетей над другими, ведь здесь речь идет о единой сетевой логике взаимодействия, построенной на принципах паритетности каждой сети.

Логику проецирования сетевого подхода в рамки понимания Интернет-экономики можно проследить и по признакам развития глобальной сети, к которым относят: неформальность, мобильность и дискретность. Особым признаком функционирования субъектов в сети является независимость, которая, по мнению Брацун Д.А. [19, С. 6], характеризуется: свободой выбора задач и ответственностью за них; множественностью лидеров (лидер как носитель ресурсов Интернет-экономики, индивидуального стиля функционирования сети); объединяющей целью (индивидуальный интерес каждого члена сети, недостижимый вне сети); добровольностью связей (что, в свою очередь, обеспечивает гибкость структуры и состава сети, быстрое изменение объема ресурсов в ней); множественностью уровней взаимодействия

(каждый действует локально, без особого нагромождения посреднических структур). В других исследованиях [22, С. 19] особенности и характеристики Интернет-экономики в рамках сетевого подхода связывают с возможностью использования „слабых связей”, которые являются более результативными, чем традиционные; первичной ролью информации в организации соответствующих сетей; уменьшением роли факторов времени и пространства; ориентированностью сети на результат, а не на процесс. Отметим, что именно такие признаки, характеризующие сеть как новую форму организации социально-экономических взаимоотношений, полностью соответствуют содержанию современных процессов развития трансграничной Интернет-торговли. Именно Интернет создает определенную глобальную сетевую матрицу, которая выступает ядром консолидации ресурсов общества: информационных, финансовых, интеллектуальных и т.д. рисунок 1.

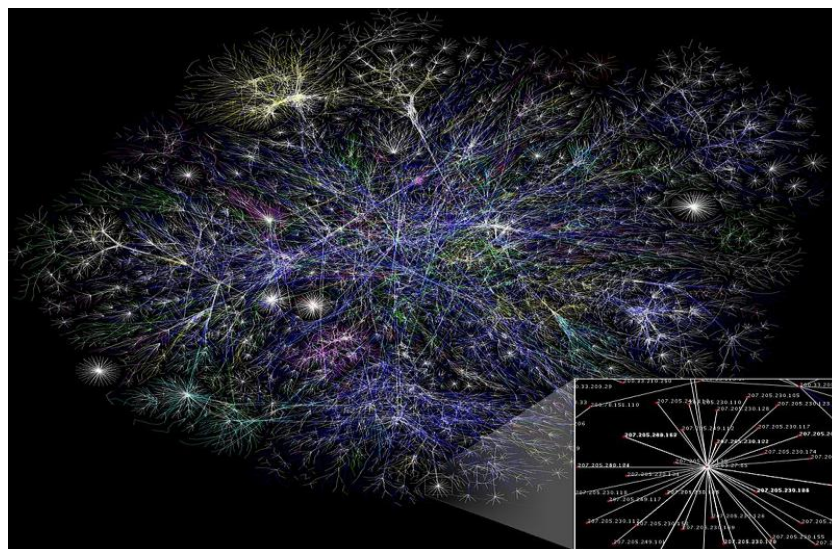


Рисунок 1 – Структура сети Интернет как основа сетевого подхода к рассмотрению сущности и специфики Интернет-экономики [22, С. 20]

В рамках отдельных исследовательских подходов с целью обоснования идеи становления Интернет-экономики и ее признаков предлагается технологическая парадигма, которая сводит процессы ее возникновения и последующего роста к индустриальному и постиндустриальному типу общественного развития, базирующиеся на развитии микроэлектроники, геномной

инженерии и информационно-коммуникативных технологий [23, С. 14]. Однако это не может быть определяющим критерием, ведь появление новых знаний и информации является фактором развития любого типа экономических отношений. Согласно нашей точки зрения, принципиально новым фактором в становлении Интернет-экономики является именно возникновение сетей, основанных на информационных технологиях, а они, в свою очередь, являются результатом индустриально-технологического развития. Поэтому сегодня будет принципиально неправильным сводить становление Интернет-экономики только к сфере информационного развития и, в частности, к развитию Интернет-коммуникаций как универсального инструментария отладки интерактивного взаимодействия между субъектами глобального пространства в пределах одного временно-пространственного измерения. Аналогичной позиции придерживается и Кестельс М. [16, С. 328]: «...хотя и этот фактор (развитие информационно-коммуникационных технологий – прим. авт.) играет важную роль в становлении Интернет-экономики, однако он не может быть единственным и определяющим». Таким образом, новые информационные и коммуникативные технологии, являясь крайне необходимым инструментом многофакторной трансформации, не являются причиной появления Интернет-экономики. Почти тождественным является понимание Интернет-экономики, предложенное Бугорским В.Л. [22, С. 24], по мнению которого она «...является модифицированной формой реальных социально-экономических процессов». Однако, в рамках этого подхода, ученый исходит из фактора влияния информационно-коммуникационных технологий на становление Интернет-экономики. А здесь есть принципиальное различие (если придерживаться понимания сетевого развития Интернет-экономики), поскольку в условиях развития Интернет-технологий (ИКТ) упрощаются формы налаживания связей между людьми, а потому мир становится более открытым и индикативным (скорее поддается адаптации и модернизации). Следовательно, именно Интернет и эволюция его развития как объективный процесс привели к появлению Интернет-экономики как новой формы взаимодействия

(виртуальной), а это, в свою очередь, создало новые тактические и стратегические связи и структуры, которые стали новыми механизмами Интернет-экономики. В рамках данного подхода отметим довольно интересную позицию Мура Г., в последствии интерпретированную отечественными исследователи [4, С. 28], согласно которой технологическое обновление сети Интернет происходит посредством удваивания численности транзисторов ежегодно, что может говорить и о ежегодном удваивании и субъектов виртуальной среды рисунок 2.

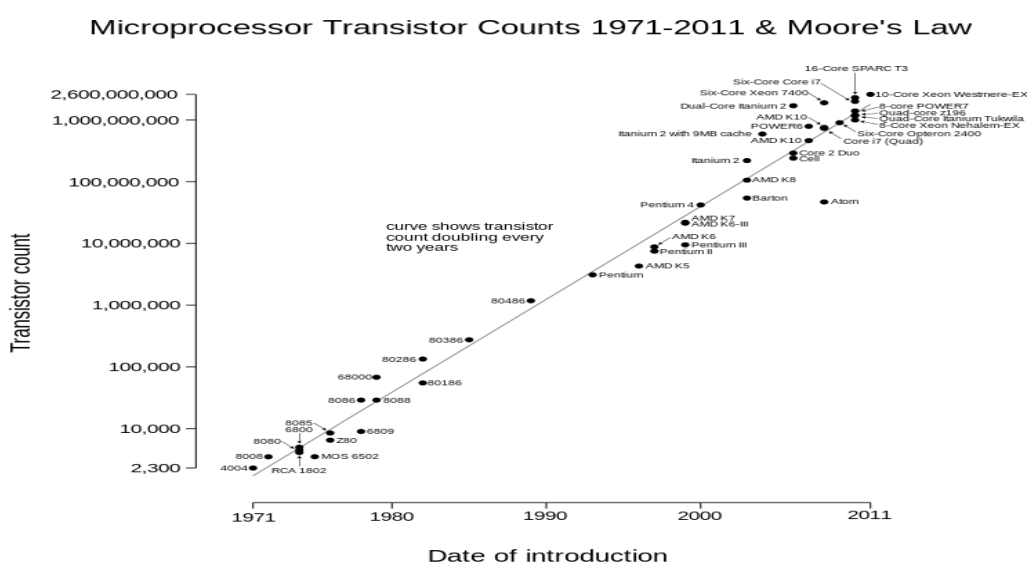


Рисунок 2 – Закон Мура как характеристика поэтапного развития ИКТ и Интернета [24]

Закон Мура в несколько трансформированных характеристиках активно использует компания Intel и другие производители отрасли ИКТ [24]. Это говорит о том, что для обеспечения развития Интернет-экономики необходимо постоянное накопление новых технологий и средств, а соответственно – отрасль ИКТ, сферу цифровых технологий, инфраструктуру провайдера необходимо рассматривать как базово-обеспечивающую подсистему.

Таким образом, в результате проведенного исследования существующих в современной научной литературе наиболее значимых подходов к развитию Интернет-экономики установлено, что базовыми предпосылками являлись:

технологическое обновление, где ведущие позиции занимают новейшие компьютерные и информационные технологии; постоянная долгосрочная тенденция повышения производительности труда в микроэлектронике, а также коммуникационной технике, распространение и развитие сети Интернет, его инфраструктуры и технологий, сетевые эффекты от реализации бизнеса в виртуальной среде (снижение транзакционных издержек, развитие потребительской базы, возможность управлять бизнес-сетью в условиях трансграничности; повышения уровня проникновения Интернета, повышение культуры пользователей в виртуальной среде, формирование онлайн-обществ на основе перенесения людьми их информационной активности и взаимодействия в онлайн-среду; создание сетевых организаций, обусловленное возникновением или смещением деловой активности различных организаций в онлайн-общества; возникновение сетевой инфраструктуры и сетевых механизмов координации. В целом это привело к возникновению новой формы экономического порядка, которая основана на Интернет-технологиях, создало новую, параллельную среду осуществления деятельности предпринимательских структур – Интернет-экономику.

1.2 Обзор научных подходов к пониманию сущности и специфики Интернет-экономики

Несмотря на высокое значение интернет-экономики в современном обществе в научной литературе можно констатировать недостаточность исследований в области выработки единого представления и конкретизации сущности и специфики Интернет-экономики. Одни ученые сводят данное понятие к осуществлению коммерции в среде Интернет [25, С. 122; 26, С. 25] и получению из этого выгод для субъектов предпринимательской деятельности, а другие [27, С. 421; 28] – к механизмам взаимодействия продавцов и покупателей, других заинтересованных сторон в онлайн-среде посредством специальных ресурсов, средств и технологий. Данные убеждения более рациональны при рассмотрении сущности и специфики Интернет-торговли как основной сферы развития Интернет-экономики. В целом же, думается, что

Интернет-экономика понятие более широкое, нежели процесс взаимодействия между субъектами в рамках виртуальной среды в целях реализации коммерческих задач.

Изучение методических материалов ведущих мировых институтов развития (ЮНКТАД [29], ОЭСР [30-32], Всемирного банка [33]) позволяет говорить о распространенности в рамках данных организаций подхода к пониманию Интернет-экономики как экономики цифровой (синонимы в данном случае – это веб, интернет, цифровая) экономика. Обобщая мнения представителей указанных институций можно говорить о том, что в современном мире Интернет-экономика рассматривается как социально-экономическая деятельность различных субъектов и заинтересованных сторон, основанная на синергетическом объединении посредством цифровых технологий, интернет-технологий, продуктов сферы ИКТ в рамках производства, распределения и потребления электронных товаров, сервисов, других видов товаров и услуг, производимых электронным бизнесом и для электронного бизнеса в сети Интернет и потребления продуктов и услуг (благ) со стороны широкого круга населения. Стоит отметить, что такая трактовка связывает несколько областей: область производства ИКТ (как поставщика средств для осуществления функционирования Интернет-экономики), непосредственно организации и людей, которые осуществляют свою деятельность в рамках Интернет-экономики (к примеру, Интернет-торговля) и инфраструктуру, обеспечивающую доступ и связь в сети Интернет (провайдинг, к примеру).

Довольно убедительно термин Интернет-экономика изложен в работах Максияновой Т.В. [34-37], в которых «интернет-экономика – это ступень в развитии производительных сил, характеризующаяся увеличением роли Интернета в жизни общества, возрастанием доли интернет-продуктов и услуг в ВВП; созданием глобального интернет-пространства, обеспечивающего эффективное взаимодействие людей, доступ к мировым Интернет-ресурсам и

удовлетворение социальных и личностных потребностей в интернет- продуктах и интернет-услугах».

Красильников О.Ю. и Красильникова Е.В. [4, С. 87] интернет-экономикой считают любую хозяйственную деятельность, в основе которой лежат специфические экономические отношения между людьми в сфере создания, распределения, обмена и потребления информационных ресурсов (продуктов) с использованием глобальной сети Интернет

В целом же, представляется логичным, что в рамках данного термина сращиваются два научных понятия: «Интернет» и «экономика». Так, ряд научных источников [38, С. 125; 39] первое определение трактует как международную (всемирную) компьютерную сеть электронной связи, объединяющую региональные, национальные, локальные и другие сети и способствующую значительному увеличению и улучшению обмена информацией. Понятие «экономика» (если учитывать только наиболее распространённые и принятые в научной среде понятия и энциклопедические трактовки) рассматривается как наука, изучающая как люди используют имеющиеся ресурсы для удовлетворения своих неограниченных потребностей или же хозяйственная деятельность общества, а также совокупность отношений, складывающихся в системе производства, распределения, обмена и потребления.

Следовательно, Интернет экономика – это совокупность отношений, складывающихся в системе производства, распределения, обмена и потребления общественных благ, товаров, услуг, направленных на удовлетворение потребностей общества и человека посредством компьютерной сети, ИКТ и эффективного взаимодействия в рамках глобального интернет-пространства.

1.3 Сетевые формы организации бизнеса

Периодизация научных работ, отражающих сущность и специфику сетевых форм организации бизнеса, позволяет установить, что их активное развитие происходит во второй половине XX века, что также является следствием появления Интернета. Этот период отмечается очередным стремительным развитием сетей, масштабов и интенсивности информационного взаимодействия, связанных с новым витком научно-технического прогресса, применением информационно-компьютерных технологий, информационной революцией. С появлением и развитием Интернет-сети, новых информационно-коммуникационных технологий, начали говорить о формировании нового социально-экономического порядка - глобальное сетевое общество и сетевую экономику. Именно в этот период зарождается идея о новой форме хозяйствования – организации деятельности в Интернет-экономике, которая базируется на широкомасштабном использовании информационно-компьютерных технологий и глобальных информационных сетей.

В современных условиях использование сетевой формы развития организаций приобретает особую актуальность за счет преимуществ и положительных экстерналий, которые предоставляет внедрение сетевых форм в международный бизнес. Так, в работе группы авторов под руководством Лазарева И.А. [5, С. 62] утверждается, что «для компаний, чье главное богатство - фиктивный капитал, именно сети, а не иерархии, являются правильными организационными конструкциями». Главным преимуществом сетевых структур авторы называют возможность саморазвития в глобальном пространстве. По их мнению, компания с сетевой структурой способна к самоорганизации: люди группируются вокруг проектов, которые необходимо осуществить, организации создают виртуальные сети, которые разрастаются в пространстве и времени».

Исследователи из Швейцарского федерального института технологий в Цюрихе провели исследования стратегии развития компаний мира (на основе базы данных, которая содержит информацию о 37 миллионах компаний и инвесторов по всему миру. Из них ученые выбрали 43 060 компаний). Данное исследование показало, что долгосрочное развитие строится на основе сетевой модели развития, при этом ядро сети составляют так называемые «суперорганизации», сеть которых представляет собой глобальную экономическую суперструктуру опутывающую мир рисунок 3 [40].

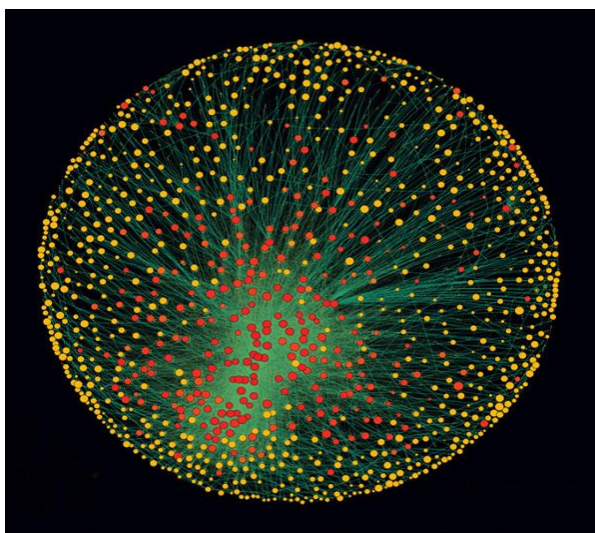


Рисунок 3 – Модель стратегического сетевого развития крупнейших компаний мира [40]

По данным исследователей, эти компании контролируют 40% мирового ВВП, а Интернет-технологии позволяют в режиме реального времени отслеживать состояние каждого объекта контроля (дочерней компании) по всему миру. Однако исследователи утверждают и то, что сеть глобального сетевого управления довольно неустойчива и эффективность одной структуры существенно влияет на развитие другой (эффект Домино). Следует поддержать мнение Макаренковой Е.В. [6, С. 97] о том, что виртуальная форма организации взаимодействия содержит следующие характеристики:

уменьшается потребность в иерархических управленческих структурах, без посредничества которых до сих пор невозможно было организовать совместную работу большого количества людей;

социальный статус участников экономических отношений перестает быть решающим фактором, определяющим их поведение;

повышается скорость реализации практически всех процессов, затраты на получение результатов наоборот имеют тенденцию к сокращению.

Проводя параллель с сетевым подходом к пониманию специфики и особенностей развития Интернет-экономики можно отметить, что базовыми условиями функционирования сетевых форм организации бизнеса выступают: возможность использования слабости связей, присоединение широкого числа объектов опосредованного влияния. В отличие от иерархии, где прочность системы определяется жесткими формами установления контактов, в сети определяется широко разнообразием связей. Поэтому распространение влияния в иерархии осуществляется через сильные связи без зависимости от их характера, а в сетях через неустойчивые слабые положительные связи. В трудах других ученых [41, С. 110] можно встретить термин «виртуальные предприятия». Виртуальные организации выступают стратегическим технологическим альянсом партнерских организаций с широко распределенными автономными звеньями в сети Интернет, что функционируют по системе контрактов на основе интегрированных и локальных компьютерных сетей. Новые организационные образования виртуального характера делают формальные контуры организации размытыми («плавающими») и приобретают часто характер подсистем.

2 Методические основы оценки потенциала развития интернет-экономики

2.1 Структура потенциала Интернет-экономики

В отечественной научной литературе нет однозначного видения как сущности процесса формирования потенциала Интернет-экономики, так и алгоритма его развития и контроля. В то же время есть некоторое представление о взаимозависимости между величиной потенциала и его рыночным положением. Так, высокий потенциал является положительной характеристикой выживания предприятий в динамичных условиях Интернет-рынка. При любых изменениях именно уровень и качество потенциала показывают устойчивость и гибкость Интернет-экономики, а, следовательно, показатель потенциала сам по себе имеет свою оценочную стоимость, которая выражается в индивидуальных характеристиках составляющих данного потенциала. Каждое изменение, что происходит в рамках Интернет-экономики посредством определённых усилий со стороны заинтересованных сторон (государства, субъектов сектора онлайн экономики и т.д.), требует заблаговременного развития определенных составляющих потенциала и инвестирования средств в данное развитие.

Основная проблема формирования потенциала Интернет-экономики заключается в сложности его понимания и выделения определенных составляющих с позиции его синергетической характеристики как сети. Поэтому формирование представлений о потенциале Интернет-экономики тесно связано как с структуризацией показателей внутренней среды (так называемой онлайн среды) (без качественной структуризации невозможно оценить взаимосвязи между различными видами потенциала, значимость каждого из видов, уровень развития и принять решение относительно дальнейшего развития и управления), так и со структуризацией внешних факторов развития (взаимосвязанных отраслей (ИКТ, провайдинг и т.д.), уровнем доступности Интернета к конечным потребителям, направлениями государственного регулирования и т.д.

Расширение потенциала Интернет-экономики можно понимать как процесс определения и идентификации имеющихся и скрытых потенциальных возможностей и ресурсного обеспечения, оценки необходимости и достаточности имеющегося потенциала поставленным целям и задачам современного Интернет-общества, а также как комплекс организационно-информационных мероприятий по созданию управленческого и операционного взаимодействия на структурные звенья потенциала виртуальной среды и системообразующие внешние факторы, необходимых для реализации целей и которые соответствуют внутренним преобразованиям (к примеру, программы расширения уровня доверия к Интернету, где объединяются усилия государства, бизнеса, других заинтересованных сторон, повышение сетевой готовности).

Так, по мнению Максикановой Т.В. [34, С. 179-180] к специфическим особенностям развития потенциала интернет-экономики, относятся:

- структура затрат интернет-экономики (практически нулевые предельные затраты на расширение выпуска), которая не позволяет выживать многим конкурентам в одном сегменте рынка. Остаются только сильнейшие, так как затраты потребителя на смену поставщика близки к нулю;
 - информационная составляющая, которая занимает большую долю в стоимости товара или услуги;
 - использование электронных платежных систем при расчетах, особенно электронных денег, которые увеличивают как скорость оборота оборотных средств предприятий, так и всей денежной массы, что в масштабах экономики страны приводит к увеличению совокупного дохода;
 - ценность продуктов труда, происходящая из их множественности.
- Появление в Интернете дополнительных объектов может существенно увеличить позитивный эффект для всех пользователей. Данная особенность интернет-экономики противоречит двум фундаментальным аксиомам классической экономической теории: ценность связана с редкостью ресурсов и изобилие вещей снижает их ценность;

деятельности достаточно сложно структурировать в рамках сети. Представляется, что в рамках внутреннего ядра предложенной структуры сама сеть Интернет и Интернет-бизнес как главная сфера Интернет-экономики. Однако особенности и критерии их эффективного функционирования не выделены автором.

Более структурированным с точки зрения взаимосвязи системообразующих отраслей и поддающимся оценке представляется подход Красильникова О.Ю. и Красильниковой Е.В. [4, С. 87] к пониманию структуры потенциала интернет-экономики, согласно которому изучаемый объект рассматривается как целостная хозяйственная система, которая характеризуется наличием следующих признаков:

- собственная технологическая основа, отличная от технического базиса других экономических систем (например, индустриальной);
- обратные связи; – «критическая масса» проникновения Интернета в экономику;
- специфическая структура, отличная от структуры других хозяйственных систем; – собственная инфраструктура; – системообразующие институты.

Рассмотрим указанные признаки подробнее.

1. Наличие собственного технологического базиса. В основе интернетэкономики лежит экономическая информационная система – это человекомашинная система, обеспечивающая с использованием компьютерных технологий сбор, передачу, обработку и хранение информации, управляющая рыночными трансакциями и производственными процессами. В материальном плане технологический базис интернетэкономики представлен различными компьютерными (в том числе и мобильными) устройствами, связанными между собой всеобъемлющими кабельными и телекоммуникационными сетями.

2. Наличие в системе обратных связей. В интернетэкономике обратную связь можно определить, как информационные взаимодействия между множеством пользователей (покупателями и продавцами

информационного товара, работниками и работодателями), с помощью которых данная хозяйственная система функционирует, самоорганизуется, приобретает новые системные качества.

3. Наличие «критической массы» проникновения Интернета в экономику, характеристиками которой является уровень доступности организаций всех отраслей народного хозяйства к Интернету, количественные показатели организаций, имеющих веб-сайты, доступность Интернета широкому кругу пользователей и т.д.

4. Наличие специфической структуры, отличной от структуры других хозяйственных систем. Изучение сложной социальной системы, каковой является интернетэкономика, требует четкого определения ее внутренней структуры, т.е. решения задачи структуризации. В процессе структуризации система разделяется на части, имеющие меньшую сложность, на подсистемы и их элементы. При этом должны решаться вопросы выбора и реализации определенных принципов деления системы. В таблице 1 представлен один из вариантов структуризации системы интернетэкономики с позиции взаимодействующих хозяйствующих субъектов.

Таблица 1 – Структура Интернет-экономики с позиции взаимодействующих хозяйствующих субъектов [42, С. 121]

	Государство	Бизнес (фирма)	Индивид
Государство	G2G	G2B	G2I
Бизнес (фирма)	B2G	B2B	B2I
Индивид	I2G	I2B	I2I

5. Наличие собственной инфраструктуры. В составе инфраструктуры интернет-экономики можно выделить элементы технического, информационного, математического, программного, кадрового и организационноправового обеспечения.

Данный подход представляется довольно перспективным. Некоторым ограничением в его применении является сложность в определении показателей, характеризующих каждое направления потенциала Интернет-

экономики, отсутствие внимания к зарубежному опыту, недостаточный учет институциональных характеристик развития Интернет-экономики (к примеру, уровня доверия как необходимого условия и т.д.), отсутствие уточнений в области набора показателей, характеризующих состояние потенциала Интернет-экономика. Указанные необходимые дополнения будут внесены посредством проведения дальнейших исследований.

2.2 Интернет-торговля как важнейшая составляющая потенциала Интернет-экономики: сущность, классификация, формы предпринимательской деятельности

В современных условиях становления теоретико-методических подходов к пониманию составляющих потенциала Интернет-экономики особой проблемой является научная интерпретация важнейших категорий и понятий. Это касается и таких специфических явлений как Интернет-торговля. Анализ научных подходов к определению понятия Интернет-торговля [43, С. 1969-1971] позволил установить, что единого определения данного термина на данный момент не выработано. Зачастую схожие по определенным признакам понятия «Интернет-торговля», «Интернет-коммерция», «Интернет-бизнес», «Электронный бизнес» рассматривают не только как взаимодополняемые характеристики Интернет-экономики, но и как синонимически-идентичные, несмотря на то, что некоторые из них представляют собой научные понятия с более широкой конструкцией составляющих и трактовкой. Прежде всего, это связано с тем, что представители различных научных школ рассматривают сущность и специфику Интернет-торговли под разными углами зрения. Так, Афанасьев В.А. [44, С. 19] считает, что разница между тремя экономическими явлениями (Интернет-бизнес, Интернет-торговля, Интернет-коммерция) заключается в типе использования информационных технологий при осуществлении деловой активности в Интернет-среде. Казакова К.В. и Пушилини Д.В. [43, С. 1970] полагают, что главной целью Интернет-бизнеса является создание интегрированной цепочки добавленной стоимости, а

Интернет-торговли – получение выгод от продаж в Интернет-среде. Воробьев К.Ю. [14, С. 111] разграничивает указанные понятия по типу деловой активности и по видам осуществления деятельности в Интернет-среде. Васильева Т.Ю. [42, С. 201] главным признаком электронного бизнеса считает цель его использования, а именно: для преобразования внутренних и внешних связей предприятия, а главной целью Интернет-торговли называет сбытовую деятельность в глобальной сети, увеличение оборота, объемов продаж и прибыли посредством глобальной сети. Понятие Интернет-торговли некоторые ученые сводят к коммерческим характеристикам, а главным признаком Интернет-торговли считают использование информационных технологий при продаже товаров потребителям. Многие специалисты связывают Интернет-торговлю с более широким термином – Интернет-бизнес. Однако исходя из сущности термина Интернет-бизнес, он охватывает не только операции купли-продажи, но и другие взаимодействия с партнерами, поставщиками, клиентами, такие как: электронный маркетинг, электронное обучение, электронные банки и др.

Исходя из классических интерпретаций бизнеса, Интернет-бизнес можно рассматривать как инициативную экономическую деятельность в глобальной сети, осуществляемую за счет собственных или заемных средств на свой риск и под свою ответственность, ставящую главными целями получение дохода и развитие собственного дела. Следовательно, интерпретируя традиционное понимание коммерции в интернет-среду можно говорить о том, что Интернет-коммерция – это торговая и/или торгово-посредническая деятельность в целях осуществления операций купли-продажи в виртуальной среде. Далее, проецируя наиболее встречающиеся в офлайн среде понятия торговли в рамки виртуального пространства получаем, что Интернет-торговля - это особая деятельность людей, связанная с осуществлением актов купли-продажи и представляющая собой совокупность специфических технологических и хозяйственных операций, направленных на обслуживание процесса обмена в рамках Интернет-пространства. Указанные выше говорит о том, что между

понятиями Интернет-коммерции и Интернет-торговли можно поставить знак равенства, в то время как Интернет-бизнес – это более широкое понятие, нежели Интернет-торговля, которое включает в себя осуществление определенного вида деятельности и деловой активности в глобальной сети посредством взаимодействия с различными заинтересованными сторонами.

Согласно видению Васильевой Т.В. [42, С. 202] структуру электронного-бизнеса (используется Васильевой Т.В. как синоним Интернет-коммерции – прим. авт.) входят Интернет-торговля, а также другие направления взаимодействия (Интернет-обслуживание заказчиков, деловых партнеров, взаимодействие с государственными органами власти рисунок 5.



Составлено на основе: Rayport J.F., Jaworski B.J. Introduction to e-Commerce

Рисунок 5 – Электронная торговля как составляющая электронного бизнеса в глобальной виртуальной среде [42, С. 203]

В других исследованиях встречается подход, основанный на равнозначности двух взаимодополняемых сфер - электронной экономики и интернет-экономики. Так, в работе Максикановой Т.В. [36, С. 32] предлагается рассматривать Интернет-коммерцию (используется автором как синоним

Интернет-торговли) рассматривать как отдельное направление коммерческой деятельности, построенное на электронных системах управления информацией, элементом которых является интернет-проект, выступающий одним из звеньев интернет-экономики рисунок 6.

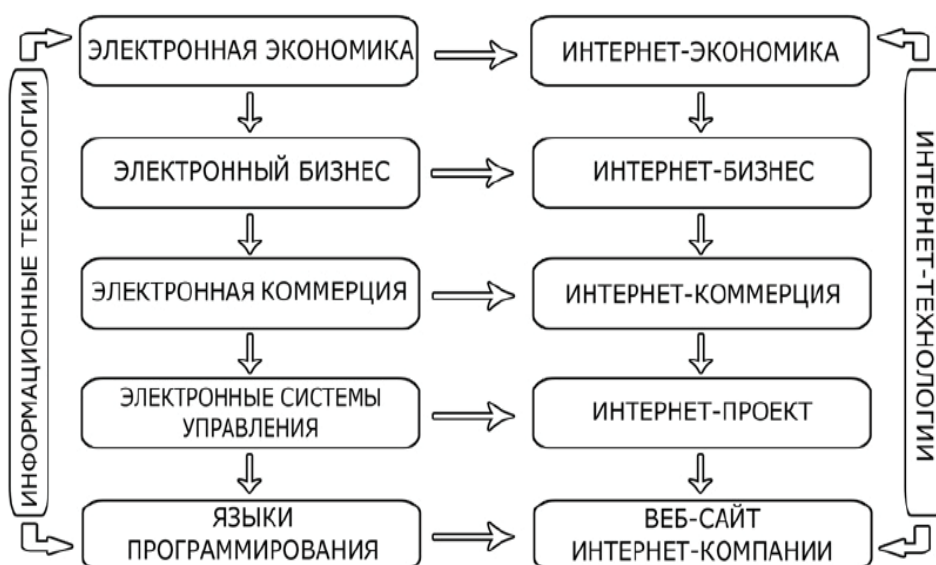


Рисунок 6 – Структурная взаимосвязь Интернет-торговли и других составляющих Интернет-экономики [35, С. 164]

В наработках еще одного исследователя [46, С. 95] Интернет-торговлю предлагается определять, как совокупность всех операций купли-продажи и других дополнительных действий (к примеру, до-продажное обслуживание покупателей) между предприятием и всеми контрагентами, совершенных с помощью информационных технологий в виртуальной среде, а также деятельность с целью автоматизации бизнес-процессов для оптимизации ключевых свойств виртуальных организаций, что определяет их конкурентоспособность в условиях информационной экономики. Другой подход, довольно широко поддерживаемый специалистами ОЭСР и Всемирного банка сводит понимание Интернет-торговли к характеристикам виртуальных организаций, которые выступают как гибкая, адаптивная, динамичная сетевая структура, осуществляющая основные и вспомогательные операции в сфере коммерции. Благодаря тому, что такая сеть создается в виртуальном пространстве путем информационно-коммуникационной

интеграции ресурсов и компетенций партнеров, такие организационные структуры нередко называют виртуальными квазипредприятиями.

Таким образом, на основе исследования научно-практической литературы и анализа рассмотренных категорий предлагается определить Интернет-торговлю как вид предпринимательской активности в сфере торговой и/или торгово-посреднической деятельности в целях реализации операций купли-продажи в виртуальной среде, осуществляемой на основе информационных и коммуникационных технологий, обеспечивающих доступ к глобальной сети и возможность реализации задач.

Как следует из результата анализа научных источников эволюция форм Интернет-торговли проходила естественным путем, посредством привлечения все большего числа организаций в виртуальную среду из различных отраслей народного хозяйства (строительство, банки, предприятия реального сектора экономики, предприятия оптовой и розничной торговли и т.д.). Разделяя данные убеждения отметим, что производительными силами, которые стимулировали их развитие, были современные достижения во внедрении новых информационных и коммуникационных технологий, развитие программного обеспечения, наращивание показателей развития инфраструктуры (что проявлялось в скорости обмена информацией и в проведении бизнес-операций). Аналогичным образом представляет развитие организаций Интернет-торговли и Гаврилова О.М. [28]: «...сначала торговые компании создавали свои web-сайты, которые наполняли рекламными текстами, характеристиками продукции и их фотографиями. Таким образом происходило внедрение заказ и продажа товара по каталогам в среде Интернет. Размещение электронных каталогов в сети вместо публикации на бумаге и рассылка по почте упрощает их восстановление, сокращает расходы и время доставки потребителям. Со временем формы торговли в сети менялись, но электронные каталоги стали основным инструментом размещения информации и в рамках реальной корпоративной торговли». Современными внешними характеристиками развития организаций Интернет-торговли в условиях

Интернет-экономики выступают: глобализация и интернационализация производства на основе всемирной компьютерной сети Интернет; динамические сдвиги в структуре потребностей, определившие переход от массового производства к дифференциации продукции, направленной на индивидуальное удовлетворение потребностей потребителей; интеграция в рамках деятельности предприятий; формирование новых условий функционирования в связи с внедрением новейших информационных технологий. По мнению многих специалистов, именно это доминирующие факторы информационной экономики, влияющие и определяющие специфику управления виртуальными организациями Интернет-торговли в современных условиях.

Таким образом, критический анализ научных подходов, представленных в публикациях ученых и специалистов в области Интернет-экономики, позволяет установить, что Интернет-торговля – это торговые операции, которые осуществляются непосредственно между предприятиями или между предприятием и потребителем с помощью информационных и телекоммуникационных технологий, направленные на достижение экономических и финансовых целей субъектов. Местом для деятельности электронной торговли может быть любая компьютерная сеть (Интернет, Интранет). Представляется целесообразным поддержать виденье специалистов ОЭСР [47], которые полагают, что Интернет-торговля включает покупку, продажу товаров и услуг, предоставление информации, информационное обслуживание потребителей и после факта продажи, электронный бизнес сотрудничество в этой сфере, что обеспечивает повышение производительности внутри бизнес организаций. В странах Западной Европы Интернет-торговля используется параллельно с физическими (реальными) бизнес-процессами, а некоторые компании полностью переводят некоторые бизнес функции на электронную основу, чем автоматизируют важные процессы и минимизируют человеческое вмешательство в них, что, в свою очередь, значительно улучшает качество информации. Замена традиционного механизма

торговли между предприятием и потребителем является одной из важных задач современной электронной торговли. При этом предполагается, что потребитель предварительно уже выбрал товар, а с помощью компьютерной сети осуществляется лишь операция продажи. Прогнозируя тенденции развития данной сферы Интернет-экономики специалисты ОЭСР полагают [88], что в будущем, с развитием виртуального рынка, принципы Интернет-торговли проникнут и в другие сферы торговых отношений между продавцом и потребителем. Они будут использоваться для исследования потребностей и изменений предпочтений постоянных клиентов, а также для создания и продвижения новых торговых марок, создания новых рынков и т.д. Известный классик менеджмента и яркий представитель гарвардской академической науки М. Портер [48] отмечает, что партнерский характер деятельности организаций Интернет-торговли требует максимального согласования бизнес-процессов компаний-участников, формирования доверительных отношений, сосредоточения партнеров на своих ключевых компетенциях, что позволит производить товары (услуги), максимально приближенные к требованиям потребителей – по качеству, стоимости и скорости, вследствие чего становится возможным получение устойчивого финансового результата в долгосрочной перспективе. Таким образом, организации сферы Интернет-торговли учитывают динамику и непредсказуемость внешней среды в условиях Интернет-экономики, однако при этом они приобретают способность быстро адаптироваться благодаря сетевой структуре.

В соответствии с авторской интерпретацией, организации Интернет-торговли определены как хозяйствующие субъекты, не имеющие географического центра, функционируют в едином информационном пространстве через телекоммуникационные каналы связи, аккумулируют в себе ресурсы и способности независимых экономических субъектов (людей, групп, предприятий, институтов), распределенных территориально и взаимодействующих в электронном пространстве в глобальном масштабе для достижения общих задач деятельности в сфере купли-продажи.

Инструментом ведения деятельности в сегменте Интернет-торговли является Интернет-магазин. Интернет магазин – это программный комплекс, который позволяет реализовывать товары или услуги через электронную сеть Интернет и автоматизировать управление экономической деятельностью. Они могут быть разные по уровню сложности: простой магазин (он включает в себя прайс-письмо, иногда с фотографией товара, поисковую систему и карточку заказов); магазин с системой внутреннего администрирования и виртуальной корзиной потребителя для оформления заказов. Основными отличиями интернет-магазина от традиционного является активное взаимодействие между продавцом и потребителем, большое количество информации и ассортимента продукции и индивидуальный подход к каждому посетителю в рамках виртуального пространства.

В научно-практической литературе не достаточное количество научных публикаций в области классификации предприятий Интернет-торговли. Представляется целесообразным обобщить и дополнить существующие.

1. Классификация организаций Интернет торговли по формам Интернет-бизнеса. В рамках данного классификационного признака можно использовать подход, предложенный всемирно известным ученым-маркетологом Филиппом Котлером, который выделяет четыре основные домены (формы):

- межфирменный, или "бизнес для бизнеса" (B2B, business to business), – межкорпоративные бизнес процессы в Интернете;
- потребительский, или "бизнес для потребителя" (B2C, business-to-consumer), – электронная розничная торговля, которая ориентирована на конечного потребителя.
- аукционный, или "потребитель-потребитель" (C2C, consumer-to-consumer), – реализация в Интернете торговых систем на принципах аукциона (участниками могут быть как домохозяйства, так и фирмы и государство);
- "потребители для бизнеса" (C2B) – электронный бизнес форма взаимодействия потребителей с торговыми организациями, с помощью

компании и предприятия изучают потребности и поведение потребителей [42, С. 203].

Схема взаимодействий в рамках осуществления всех операций Интернет-торговли представлена на рисунке 7.

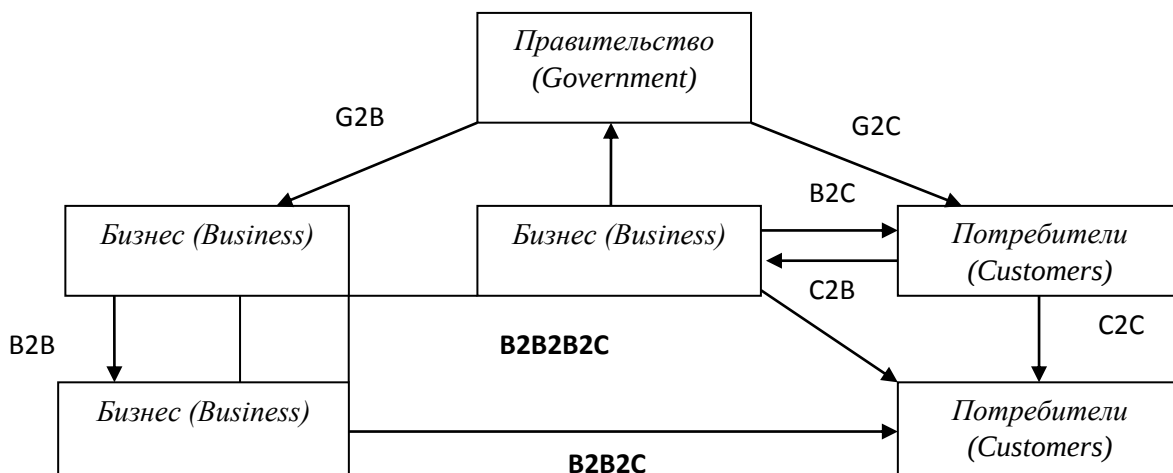


Рисунок 7 – Возможные схемы взаимодействий субъектов в процессе осуществления операций в сфере Интернет-торговли [42, С. 204]

Указанные схемы взаимодействий субъектов в процессе осуществления операций в сфере Интернет-торговли не исключают одна другую, а наоборот – могут синтезировано использоваться субъектами Интернет-коммерции в условиях их принадлежности тому или иному виду деятельности, что характеризует следующий классификационный признак.

1. Классификация организаций Интернет торговли по видам предпринимательской деятельности: организации сферы он-лайн ритейла (организации сферы розничной онлайн торговли, ориентированные на массовых потребителей и характеризующиеся наличием высокоорганизованных рядов предлагаемых товаров в глобальной сети), организации сферы электронных платежей (предпринимательские структуры Интернет-экономики, занимающиеся продажей услуг в сфере обслуживания процессов купли-продажи в Интернет-торговле), организации сферы «Он-лайн тревэл» (организации сферы туризма, основная цель которых – организация Интернет-продаж туров, билетов, обслуживание потребителей сферы туризма в

режиме онлайн), организации других видов деятельности, осуществляющие операции купли-продажи посредством веб-сайтов в глобальной сети (добыча полезных ископаемых, организации обрабатывающего производства, строительства, транспорта и связи, финансовой сферы и т.д.).

2. Классификация организаций Интернет-торговли по форме пространственной интеграции в сети Интернет: организации трансграничной формы Интернет-торговли (разновидность бизнес-модели, предлагающая потребителю увиденный в офф-лайн или он-лайн магазине товар, который он может заказать, предлагающий заграничный (или приравненный к нему) товар из зоны свободной торговли, который потребитель может подержать в своих руках, в настоящее время трансграничная электронная коммерция включает четыре бизнес-модели: «обычный экспорт», «экспорт на территории бондовых зон», «импорт прямых закупок», «импорт с территории бондовых зон».) и организации внутрироссийской Интернет-торговли (онлайновые предпринимательские структуры, ведущие деятельность в сфере торговли в рамках Рунета и ориентированные на отечественных потребителей продукции).

3. Классификация организаций Интернет-торговли по товарной специализации: универсальные (организации Интернет-торговли, занимающиеся продажей товаров с широкой товарной номенклатурой для потребителей), специализированные организации Интернет-торговли (направлены на торговлю различными товарами одной товарно-номенклатурной группы: бытовая техника и электроника, товары для детей, товары для дома и сада, одежда и т.д.).

Однако приведенная классификация не является исчерпывающей. Изучение научной литературы и практики осуществления предпринимательской деятельности крупнейших в мире позволяет дополнить классификационные признаки такими важнейшими направлениями: классификация организаций сферы Интернет-торговли по уровню проникновения Интернета в хозяйственную деятельность и классификация по уровню доверия потребителей. Последняя характеристика представляется особо

важной в условиях развития потенциала Интернет-торговли в современных условиях.

1. Классификация организаций Интернет-торговли по уровню проникновения Интернета в хозяйственную деятельность основана на проведенных исследованиях деятельности 250-ти крупнейших организаций в сфере Интернет-торговли в мире [49-51] (приложение А), что позволяет сгруппировать их в три укрупненные группы: организации сферы Интернет-торговли с высоким уровнем проникновения Интернета (90-100% выручки создается посредством операций купли-продажи в глобальной сети), организации сферы Интернет-торговли с средним уровнем проникновения Интернета (от 50% до 89% выручки создается посредством операций купли-продажи в глобальной сети) и организации с низким уровнем проникновения Интернета (от 1% до 49% выручки создается посредством операций купли-продажи в глобальной сети).

2. Классификация организаций Интернет-торговли по уровню доверия потребителей. Многими исследователями и специалистами [52, С. 531; 53; 54; 55, С. 34; 56, С. 14; 57] установлено, что уровень доверия потребителей, в частности и к Интернету (а также структурным составляющим деятельности в Интернете: сервисам онлайн-правительства, к примеру) и Интернет-магазину является основой развития Интернет-экономики в целом и Интернет-торговли в частности. В рамках данного исследования поддерживается высокий уровень причинно-следственной связи между доверием потребителей и развитием сферы Интернет-торговли. Поэтому представляется целесообразным формировать специальные рейтинговые оценки (основными критериями в данном случае могут выступать отзывы покупателей, опросы потребителей, приводящиеся независимыми экспертными структурами, к примеру, Ассоциацией интернет-магазинов в России, Ассоциацией электронных коммуникаций, Институтом развития Интернета). При этом целесообразно ввести на каждом сайте сервис, показывающий уровень доверия пользователей к данному Интернет-магазину. С одной стороны, это позволит стимулировать

развитие здоровой конкуренции в сфере Интернет-торговли в России, а с другой – повысит доверие потребителей к тем или иным предпринимательским структурам, ведущим деятельность в просторах глобальной сети.

2.3 Методический подход к оценке потенциала Интернет – экономики

С целью развития методического инструментария оценки потенциала Интернет-экономики необходимо обобщить и дополнить существующие подходы к изучению данного научного явления. Представляется целесообразным высказать точку зрения относительно того, что потенциал Интернет-экономики необходимо развивать посредством взвешенных решений с учетом системообразующих сфер (отрасли ИКТ, государственного управления, сферы провайдинга и т.д.), что в целом позволит получить синергетические эффекты, способствующие развитию Интернет-экономики.

Предлагаемый методический подход основан на ряде принципиальных положений. Во-первых, потенциал Интернет-экономики должен развиваться с учетом мировых тенденций и успехов в данной области, что предполагает глубокую детализацию глобальных тенденций в данной сфере и определение отечественных «провалов» в управлении или регулировании отдельных сфер Интернет-экономики. Недостаточный учет успешного зарубежного опыта приводит к сложности в выработке решений по отдельным вопросам, что увеличивает время на поиски оптимальных для России алгоритмов, а соответственно – тормозит развитие Интернет-экономики. Во-вторых, управление потенциалом Интернет-экономики требует достижения определенного баланса между сферой ИКТ, провайдингом и обеспеченностью средствами доступа. В-третьих, необходимо повышать уровень потребительской культуры общества, его доверия к процессам в Интернет-экономике, уровень сетевой готовности к осуществлению деятельности в просторах Интернета в различных формах и сферах. В-четвертых, предлагаемый методический подход должен использовать как доступные

статистические данные из официальных источников, так и экспертные оценки, что позволяет более широко определить возможности или ограничительные составляющие в развитии потенциала Интернет-экономики.

В рамках предложенного методического подхода также заложена идея относительно синергетической зависимости секторов онлайн экономики и Интернет-экономики, в частности предлагается оценивать вклад Интернет-торговли в объем произведённого в стране ВВП как результативный показатель, характеризующий тесноту связи между объемом виртуальных рынков и рынков реального сектора. Система показателей оценки потенциала Интернет-экономики приведена в таблице 2.

Таблица 2 – Методический подход к оценке потенциала Интернет-экономики

Показатели оценки потенциала	Формула	Характеристика показателей
Оценка возможности использовать потенциал Интернет-экономики		
Удельный вес организаций, использовавших Интернет в экономике стран и структурные характеристики использования		Соотношение количества организаций, использующих Интернет в своей деятельности по видам экономической деятельности. Позволяет определить уровень проникновения Интернета в различные отрасли народного хозяйства.
Удельный вес организаций, использовавших глобальные информационные сети по видам экономической деятельности		Соотношение количества организаций, использующих глобальные информационные сети в своей деятельности по видам экономической деятельности. Позволяет определить уровень развития сетевой экономики в различных отраслях народного хозяйства.
Организации России, имевшие веб-сайт по видам экономической деятельности		Соотношение количества организаций, имеющих свои сайты и организации, не имеющие возможности развивать деятельность в Интернет-экономике. Позволяет определить уровень развития Интернет-экономики по глубине проникновения Интернета в деятельность.

Продолжение таблицы 2

Уровень проникновения Интернета в общественную жизнь	Число пользователей Интернета на 100 человек в стране	Является одним из базовых в оценке общего уровня развития ИКТ. Рассчитывается по методике Международного союза электросвязи (International Telecommunication Union), основанной на данных национальной статистики и международных организаций.
Направления государственной политики в рамках развития сети Интернет и ее использования	Определяется посредством экспертных наблюдений и соответствующей отчетности	Позволяет определить пробелы в государственной политике на пути перехода к информационному обществу, а соответственно – пути их устранения
Индекс сетевой готовности	Определяется посредством оценки 53 параметров состояния общества, деловых кругов, провайдинга специалистами Всемирного экономического форума	Показывает готовность общества и деловых кругов использовать Интернет (уровень доверия, обеспеченность средствами доступа, состояние провайдинга)
Развитие системной отрасли - ИКТ		
Динамика импорта ИКТ-оборудования, способствующего развитию потенциала Интернет-экономики	Импорт ИКТ-оборудования определяется как ввоз товаров и технологий, которые будут использованы или реализованы на внутреннем рынке импортера.	Характеризует процесс развития отрасли ИКТ как основы развития Интернет-экономики
Динамика экспорта ИКТ-оборудования, способствующего развитию потенциала Интернет-экономики	Экспорт ИКТ-оборудования - вывоз за границу товаров, услуг и компьютерных технологий отрасли для реализации на внешних рынках.	Характеризует процесс развития отрасли ИКТ как основы развития Интернет-экономики
Обеспеченность доступом и качественные характеристики доступа в Интернет (сфера провайдинга как обеспечивающая инфраструктура)		
Удельный вес хозяйств, имеющих доступ в Интернет		Показывает потенциал доступа населения к сети Интернет как основной составляющей потенциала Интернет-экономики
Показатели скорости загрузки данных	Структура доступа в Интернет по скорости Mb/s	Показывает временную возможность субъектов осуществлять операции в глобальной среде

Продолжение таблицы 2

Объем и структура ежемесячного трафика данных	Количественные и качественные показатели широкополосного доступа к интернету	Показывает развития рынка широкополосного доступа к Интернету как обеспечивающей инфраструктуры
Количество безопасных серверов	Количественные данные безопасных DNS в сети Интернет	Характеризует возможность осуществления безопасных операций на сайтах, при увеличении положительно сказывается на уровне доверия к операциям в Интернет-экономике
Уровень доверия к Интернет-торговле	Рейтинговый показатель сайтов сферы Интернет торговли по уровню отзывов и опросам потребителей	Характеризует уровень доверия к субъекту, осуществляющему операции купли-продажи в сфере Интернет-торговли
Обеспеченность кадрами		
Показатели развития кадрового потенциала Интернет-экономики	Динамика и структура кадров в области икт в национальном масштабе	Показывает кадровую обеспеченность Интернет-экономики как составляющую развития потенциала
Развитие Интернет-торговли		
Определение вклада Интернет-торговли в офлайн экономику		Показывает зависимость реального и виртуального секторов развития, вклад Интернет-торговли в реальную прибавочную стоимость, созданную в национальной экономике
Структура рынков Интернет-торговли	Количественные показатели объемов он-лайн торговли в сегментах он-лайн тревел, он-лайн ритейлинг, он-лайн, объем электронных платежей	Характеризует уровень развития рынка Интернет-торговли в его структурных сегментах
Оценка уровня проникновения Интернета в финансово-хозяйственную деятельность бизнес-структур		Позволяет установить уровень развития финансово-экономических отношений субъектов предпринимательской деятельности в Интернет-экономике, показывает насколько они задействуют потенциал Интернет-экономики в своей деятельности
Качественно-количественная и экспертная оценка развития Интернет-торговли	Влияние факторов реальной и виртуальной среды на развитие Интернет-торговли, определяющаяся экспертным путем	Позволяет определить факторы, способствующие развитию Интернет-торговли (в среде офлайн и онлайн) и факторы, отрицательно сказывающиеся на развитии
Оценка эффективности взаимодействия с потребителями	Каналы маркетинговых коммуникаций и их структура	Позволяет определить наиболее эффективные подходы к установлению взаимоотношений с потребителями

Окончание таблицы 2

РЕЗУЛЬТАТИВНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ
Определение стадии развития потенциала Интернет-экономики
Удельный вес объема Интернет-торговли в ВВП страны, %
Показатели эффективности функционирования Интернет-торговли: оборот, количество заказов, средний чек
Удельный вес электронной коммерции в % от общего объема выручки Интернет-магазинов
Результат – Разработка Концепции и программы развития потенциала Интернет-экономики и Интернет-торговли в России

Предложенные в методике показатели определяются из различных официальных источников: службы Федеральной статистики России, мониторинговых показателей развития информационного общества, статистических баз данных ОЭСР, Всемирного банка, Всемирного экономического общества, Департамента информационных технологий развития ООН, ЮНКТАД, отчетности Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям, Фонда развития Интернет-инициатив и т.д. В рамках методического подхода, предложенного к использованию, предлагается избегать данных, приведенных неофициальными источниками информации с целью устранения влияния личных оценок и суждений, а также искаженности информации. Это позволит повысить уровень достоверности полученных посредством исследований результатов. С другой стороны, в рамках исследования в отдельных разделах предлагается включать экспертные оценки, при этом экспертами должны выступать специалисты компетентных органов (ОЭСР, ООН, ЮНКТАД, специалисты фонда развития Интернет-инициатив, эксперты известных и пользующихся доверием аналитических агентств, в том числе и мирового уровня). Алгоритм применения представлен на рисунке 8.



Рисунок 8 - Алгоритм диагностики потенциала Интернет-экономики

Необходимо отметить, что в предлагаемом методическом подходе отдельное внимание отводится Интернет-торговле как важнейшей составляющей развития потенциала Интернет-экономики. Этот выбор обосновывается тем, что развитие Интернет-торговли характеризует систему взаимоотношений как представителей бизнеса, так и широкого круга населения и других заинтересованных лиц (формируется именно из числа таких факторов

как уровень проникновения бизнеса в глобальные сети и их заинтересованность в развитии своей деятельности в виртуальной среде, обеспеченности населения доступом к сети, доверием и т.д.). Следовательно, Интернет-торговля объединяет две сферы: социальную (возможности населения осуществлять операции в глобальной сети) и экономическую (возможность вести деятельность в сети со стороны предприятий). Также для подтверждения обоснованности решения выделить сферу Интернет-торговли как главную среду расширения потенциала Интернет-экономики, как своеобразный драйвер и «точку роста», грамотное управление которым позволит обеспечить существенный вклад Интернет-коммерции в развитие офлайн экономики был проведён корреляционный анализ на базе программного инструмента математической аналитики - SPSS Statistics, в котором использовались на начальном этапе два показателя: объем ВВП России за период с 2006 по 2015 год (главным критерием выбран показатель ВВП в текущих ценах, млрд. руб.) и объем рынка Интернет-торговли за аналогичный промежуток времени (в млрд. руб.) таблица 3.

Таблица 3 – Статистическая связь между уровнем экономического развития офлайн экономики и Интернет-торговли

Корреляции			
		ВВП_Росси и	Объемы_рынка_Интернет_торго вли
ВВП_России	Корреляц ия Пирсона	1	0,978**
Объемы_рынка_Интернет_торго вли	Корреляц ия Пирсона	0,978**	1

Так, получаем, что между экономическим развитием страны, которое характеризуется уровнем ВВП и объемами рынка Интернет-торговли существуют сильная функциональная связь (коэффициент корреляции составляет 0,978 при максимальном значении «1»), что говорит о целесообразности включения в методический подход Интернет-торговлю как

отдельную важнейшую составляющую потенциала Интернет-экономики. Данные, на основе которых проводился анализ, представлены в приложении Б. Результатом реализации предложенного методического подхода должны являться структуризация выявленных проблем, разработка рекомендаций, обеспечивающих устойчивое развитие потенциала Интернет-экономики с учетом определенных проблем и успешных мировых практик, концепция развития потенциала Интернет-экономики и программы, направленные на наращивание потенциала Интернет-экономики.

3 Проблемы и перспективы развития интернет-экономики в России и мире

3.1 Анализ современного состояния и тенденций развития Интернет-экономики в России

В последнее время проблемы наращивания потенциала Интернет-экономики привлекают все более пристальное внимание практиков виртуальной сферы и представителей органов государственной власти. Довольно мощным толчком к развитию Интернет-экономики в России стал Первый российский форум «Интернет Экономика» [58; 59], проходивший 21–22 декабря 2015 года в Москве, позволивший с привлечением широкого круга заинтересованных лиц, в том числе и Главы государства, обсудить назревшие проблемы в сфере Интернет-экономики и пути их решения. Посредством детального обсуждения проблем и предложений, подготовленных экспертами в области различных сегментов Интернет-экономики были сформированы определённые направления развития потенциала виртуальной среды в просторах Рунета, которые можно охарактеризовать по основным поручениям Президента России, составленным и подписанным по результатам форума [2]:

1. Предложения по внесению изменений в законодательство, обеспечивающие приоритет российскому программному обеспечению и оборудованию при осуществлении закупок.

2. Предложения по внесению изменений в законодательство, направленные на обеспечение равных условий ведения деятельности компаниями в Российской Федерации с использованием сети Интернет.

3. Представить предложения по продлению действия пониженных тарифов страховых взносов для отечественных компаний, осуществляющих деятельность в области информационных технологий.

4. Представить предложения по внедрению отечественных технологий индустриального интернета и формированию необходимой нормативной правовой базы.

5. Представить предложения по созданию на базе Института Развития Интернета, Ассоциации разработчиков программного обеспечения и

Экспертного центра электронного государства Центра компетенций по импортозамещению в сфере информационно-коммуникационных технологий.

6. Принять меры по включению в примерные образовательные программы высшего образования в области информатики, вычислительной техники и информационной безопасности и (или) учебные курсы, дисциплины (модули), предусматривающие изучение информационных технологий, систем и сетей, вопросы, связанные с изучением отечественных разработок в этой сфере.

7. Представить перечень мер по повышению качества оказания государственных и муниципальных услуг в электронном виде.

Согласно Перечню поручений Президента РФ [2], определяется несколько ветвей развития потенциала Интернет-экономики: приоритет отечественной отрасли ИКТ и организациям сферы провайдинга, стимулирования их развития как основных фундаментальных составляющих потенциала Интернет-экономики, формирование законотворческих основ развития отдельных сфер Интернет-экономики, наращивание кадрового потенциала Интернет-экономики, безопасность пользования Интернетом, что в свою очередь будет способствовать повышению уровня доверия.

Развивая идею Главы государства о том, что «...нужно формировать стратегию развития российского интернет-сегмента на долгосрочную основу учитывая общие тенденции развития глобальной Сети» [59] проведем исследование проблем и перспектив развития потенциала Интернет-экономики в России и мире с использованием предложенного методического подхода.

Далее для более глубокой детализации факторов оценки потенциала Интернет-экономики и его вклада в экономическое развитие страны проведем исследования тесноты взаимосвязи между ВВП как критерием экономического развития и отдельными показателями, характеризующими развитие потенциала Интернет-экономики, а именно: объем рынка Интернет-торговли, показатели экспорта ИКТ в страну в стоимостном выражении, показатели импорта ИКТ из страны, удельный вес организаций, использующих Интернет как показатель

количества основных игроков в Интернет-сети, удельный вес организаций, имеющих веб-сайт в сети Интернет, уровень проникновения Интернета (используем среднее значение по всем возрастным категориям в России). Более подробно набор статистических показателей приведен в приложении. Корреляционная связь исследуется в программе статистика, ВВП представляется как зависимая переменная. Получаем следующие результаты: наиболее тесная корреляционная связь сохраняется объемом рынка Интернет-торговли и ВВП (коэффициент Спермина) – 0,976, с показателями уровня проникновения Интернета (0,988), показателями организаций, имеющих веб-сайт (0,939), организациями, использующими Интернет (0,988) таблица 4.

Таблица 4 - Корреляционная связь уровня экономического развития страны и отдельных составляющих развития потенциала Интернет-экономики

Объемы_рынка_ Интернет_ торговли	Динамика_и мпорта_ИКТ	Уровень_проникновения_ интернета	Организации_ имеющие_ сайт	Организации_ использующие Интернет
,976**	0,515	0,988**	0,939**	0,988**
1,000	,564	,988*	,939**	,988**
,564	1,000	,576	,515	,576
,988**	,576	1,000	,952**	1,000**
,939**	,515	,952**	1,000	,952**
,988**	,576	1,000**	,952**	1,000
,986**	,645**	,943**	,818**	,894**
,207	,006	,231	,073	,231

*Расчитано на основе данных Росстата [60], аналитических материалов ФАПМК [61], Ассоциации электронных коммуникаций [62], отраслевых докладов [62-64]

Следовательно, также можно выделить факторы первого и второго порядка, влияющие на развитие потенциала Интернет-экономики: к факторам первого порядка, отнесем уровень экономического развития страны (корреляционная связь 0,976), уровень проникновения интернета (0,988), организации, имеющие веб-сайт (0,939), организации, использующие Интернет (0,988), средняя стоимость чека (0,986); к факторам второго порядка отнесем показатели импорта ИКТ (коэффициент корреляции 0,564, соответственно исключать данную взаимосвязь нельзя, это скорее еще раз подчеркивает

«обеспечивающую» функцию показателя «Динамика импорта ИКТ», поскольку именно посредством развития данной смежной области обеспечивается и развитие потенциала Интернет-экономики). Учитывая высокую взаимосвязь и значимость выделенных факторов, проведем анализ и оценку их развития как составляющих потенциала Интернет-экономики более детально. Также учитывая наиболее высокую зависимость между факторами экономического развития страны и уровнем развития Интернет-торговли представляется целесообразным особое внимание уделить данному сегменту Интернет-экономики в исследовании. Что касается показателей России, связанных с развитием потенциала Интернет-экономики, то аналитика свидетельствует об увеличении количества организаций, которые используют Интернет в работе в период с 2003 по 2006 годы (темп прироста показателя составил 56,3%). В данный временной промежуток наиболее высокими темпами возрастают и другие показатели: темп прироста персональных компьютеров в организациях составил 17,38%, ЭВМ других типов – 36,14%, локальных вычислительных сетей – 24,45%, глобальных информационных сетей, используемых в работе – 24,75%, Интернет – 41%. В этот период также наибольшими темпами возрастает количество организаций, которые имеют свой веб-сайт в сети Интернет – на 56,3% за период с 2003 по 2006 годы. Отметим, что в рамках определения статистических зависимостей были учтены данные по динамике импорта ИКТ в России, согласно которым наибольшие темпы прироста наблюдались в России в период с 2000 по 2005 годы, что еще раз подчеркивает причинно-следственную связь между развитием отрасли ИКТ и потенциалом Интернет-экономики. Однако в последнее время наблюдаются отрицательные темпы развития потенциала Интернет-экономики: так, в 2014 году (в сравнении с 2013 годом) на 2,4% снизилось количество организаций, имеющих свои сайты в сети Интернет, всего лишь на 2,3 % повысилось количество организаций, имеющих широкополосный доступ таблица 5.

Таблица 5 – Динамика показателей, отражающих обеспеченность организаций информационными и коммуникационными технологиями как характеристика потенциала Интернет – экономики в России за 2003-2014 годы, %

	2003	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
<i>Удельный вес организаций, использовавших:</i>										
персональные компьютеры	84,60	99,30	93,30	93,70	93,70	93,80	94,10	94,00	94,00	93,80
<i>Темп прироста, %</i>	-	17,38	-6,04	0,43	0,00	0,11	0,32	-0,11	0,00	-0,21
ЭВМ др. типов	8,30	11,30	13,00	14,50	16,00	18,20	19,70	18,90	19,70	26,60
<i>Темп прироста, %</i>	-	36,14	15,04	11,54	10,34	13,75	8,24	-4,06	4,23	35,03
локальные ВС	45,80	57,00	56,40	59,30	60,50	68,40	71,30	71,70	73,40	67,20
<i>Темп прироста, %</i>	-	24,45	-1,05	5,14	2,02	13,06	4,24	0,56	2,37	-8,45
электронная почта	48,60	63,60	69,10	74,40	78,50	81,90	83,10	85,20	86,50	84,20
<i>Темп прироста, %</i>	-	30,86	8,65	7,67	5,51	4,33	1,47	2,53	1,53	-2,66
глобальные информационные сети	50,10	62,50	68,70	74,70	79,30	83,40	85,60	87,50	88,70	89,80
<i>Темп прироста, %</i>	-	24,75	9,92	8,73	6,16	5,17	2,64	2,22	1,37	1,24
из них сеть:										
Интернет	43,40	61,30	67,80	73,70	78,30	82,40	84,80	86,90	88,10	89,00
<i>Темп прироста, %</i>	-	41,24	10,60	8,70	6,24	5,24	2,91	2,48	1,38	1,02
в том числе широкополосный доступ	-	-	31,00	39,20	47,30	56,70	63,40	76,60	79,40	81,20
<i>Темп прироста, %</i>	-	-	-	26,45	20,66	19,87	11,82	20,82	3,66	2,27
Инtranет	-	8,60	9,30	10,80	11,80	13,10	16,10	14,70	16,70	16,80
<i>Темп прироста, %</i>	-	-	8,14	16,13	9,26	11,02	22,90	-8,70	13,61	0,60
Экстрaнет	-	2,70	3,10	3,80	4,50	5,30	6,10	6,40	7,70	14,30
<i>Темп прироста, %</i>	-	-	14,81	22,58	18,42	17,78	15,09	4,92	20,31	85,71
Имевших веб-сайты в сети Интернет	13,50	21,10	19,80	22,80	24,10	28,50	33,00	37,80	41,30	40,30
<i>Темп прироста, %</i>	-	56,30	-6,16	15,15	5,70	18,26	15,79	14,55	9,26	-2,42
*составлено и рассчитано на основе данных Росстата [60]										

Проанализировав полученные данные можно сделать вывод, что дальнейшее развитие Интернет-экономики в России требует стимулирующих действий со стороны государства и других заинтересованных сторон, направленных на развитие составляющих потенциала данного сектора. Анализ удельного веса организаций России, использовавших глобальные информационные сети по видам экономической деятельности позволил выявить следующие тенденции:

- за последние годы возрастают количественные показатели организаций, использующих в работе глобальные информационные сети (в 2012 году – 87,5% организаций России, в 2013 году – 88,7%, в 2014 году – 89,8%) и удельный вес организаций, использующих сеть Интернет (в 2012 году – 86,9%, в 2013 году – 88,1%, в 2014 году – 89%), что говорит о наращивании использования потенциала экономики в различных отраслях;

- в разрезе видов деятельности наиболее активно глобальные информационные сети используют организации, деятельность которых связана с добычей полезных ископаемых (в 2010 году удельный вес организаций данного вида деятельности, использовавших ГИС составил 91%, в 2011 году – 91,8%, в 2012 году – 91,3%, в 2013 году – 92,8%, в 2014 году – 89,8%), организации, деятельность которых связана с обрабатывающим производством (в 2010 году 93,5% организаций использовали глобальные информационные сети для осуществления деятельности, в 2011 году – 94,3%, в 2012 году – 94,9%, в 2013 году – 95,2%, в 2014 году – 96,1%), организации сферы строительства (в 2010 году 92,2% организаций использовали глобальные информационные сети для осуществления деятельности, в 2011 году – 92,5%, в 2012 году – 92,1%, в 2013 году – 92,3%, в 2014 году – 92,2%), организации, деятельность которых связана с оптовой и розничной торговлей, ремонтом автотранспортных средств, бытовых изделий и предметов личного потребления (в 2010 году 88,1% организаций использовали глобальные информационные сети для осуществления деятельности, в 2011 году – 89,0%, в 2012 году – 90,4%, в 2013 году – 91,8%, в 2014 году – 94,4%) таблица 6.

Таблица 6 - Удельный вес организаций, использовавших глобальные информационные сети по видам экономической деятельности за 2005-2014 годы, (в процентах от общего числа обследованных организаций соответствующего вида экономической деятельности) [60]

	Организации использовавшие																			
	глобальные информационные сети										из них сеть Интернет									
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Всего	54,3	62,5	68,7	74,7	79,3	83,4	85,6	87,5	88,7	89,8	53,3	61,3	67,8	73,7	78,3	82,4	84,8	86,9	88,1	89,0
Добыча полезных ископаемых	74,1	81,0	87,4	90,1	89,5	91,0	91,8	91,3	92,9	93,7	73,6	80,4	87,1	89,6	88,7	90,4	91,2	91,1	95,4	93,5
Обрабатывающие производства	71,0	77,7	83,4	88,9	91,7	93,5	94,3	94,9	95,2	96,1	70,8	77,3	83,1	88,6	91,4	93,2	93,9	94,7	94,9	95,9
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	53,3	57,8	62,8	67,9	73,3	77,4	82,4	85,1	86,5	87,9	53,2	57,6	62,6	67,7	73,2	77,1	82,0	84,7	86,1	87,6
Строительство	58,8	70,8	81,0	87,4	90,1	92,2	92,5	92,1	92,3	92,2	58,1	69,9	80,3	86,5	89,5	91,5	91,8	91,7	91,3	91,5
Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного	55,6	63,4	70,8	80,7	84,2	88,1	89,0	90,4	91,8	94,4	55,2	62,9	70,5	80,3	83,7	87,5	88,6	90,1	91,4	92,8
Деятельность гостиниц и ресторанов	38,0	47,2	56,6	66,9	72,7	78,0	80,5	84,0	85,0	87,1	37,7	46,9	55,9	66,5	72,2	77,7	80,3	83,8	84,7	86,8
Транспорт и связь	63,8	71,1	77,9	83,6	87,0	89,4	89,3	90,0	90,0	90,6	60,1	66,5	73,0	78,3	81,2	82,9	82,7	84,3	83,6	83,8
из них связь	94,3	95,6	96,3	97,2	95,7	95,4	96,2	95,8	96,9	97,2	94,0	94,8	95,4	95,8	93,8	93,8	94,7	93,9	94,8	94,2
Финансовая деятельность	85,1	85,6	87,6	91,5	92,5	93,7	94,5	95,2	94,5	93,7	83,3	84,3	86,8	90,9	91,9	93,5	93,9	95,0	94,4	93,6
Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	56,4	62,8	66,8	72,3	75,2	77,3	79,2	79,9	80,3	80,0	56,1	62,5	66,6	72,1	74,9	77,0	78,8	79,6	79,9	79,3
из них научные исследования и разработки	85,0	87,6	91,1	91,8	94,3	94,6	94,7	95,4	95,1	95,6	85,0	87,5	91,0	91,7	94,2	94,5	94,7	95,4	95,1	95,6
Государственное управление и обеспечение военной безопасности; социальное	42,8	53,2	60,7	69,2	77,3	84,9	88,6	91,4	93,2	93,9	41,0	51,1	59,2	67,3	75,6	83,2	87,6	90,8	92,7	93,6
Высшее профессиональное образование	91,1	93,7	94,4	94,7	96,2	97,2	97,6	98,1	97,8	97,6	91,0	93,5	94,4	94,6	96,2	97,1	97,6	98,1	97,8	97,6
Здравоохранение и предоставление социальных услуг	48,4	65,0	76,8	85,1	89,9	93,2	94,5	96,0	96,6	97,0	47,8	64,2	76,3	84,6	89,5	93,0	94,4	95,9	96,5	96,7
Деятельность по организации отдыха и развлечений, культуры и спорта	39,8	43,0	45,0	47,8	51,5	57,1	62,8	69,5	74,1	79,4	39,6	42,7	44,8	47,5	51,2	56,7	62,6	69,3	74,0	79,3
Другие виды деятельности	17,7	65,4	73,2	76,4	83,7	89,2	90,3	91,7	93,6	93,5	17,7	65,0	73,0	76,2	83,7	89,1	90,2	91,7	93,6	93,5

- положительной тенденцией следует считать высокие показатели удельного веса организаций высшего профессионального образования, которые использовали глобальные информационные сети для осуществления своей деятельности: так в 2010 году 97,2% организаций высшего образования использовали глобальные информационные сети для осуществления деятельности, в 2011 году – 97,6%, в 2012 году – 98,1%, в 2013 году – 97,8%, в 2014 году – 97,6%. Кроме повышения качества предоставляемых образовательных услуг, использование в рамках обучения глобальных информационных систем в данной сфере влечет за собой повышение уровня Интернет-культуры пользователей (слушателей курсов, студентов), что в последующие годы скажется на повышении объемов использования Интернет-потенциала в деятельности каждого из студентов, их семей;

- также довольно продуктивно используют для своей деятельности глобальные информационные сети организации, деятельность которых связана со связью (в 2010 году 95,4% организаций использовали глобальные информационные сети для осуществления деятельности, в 2011 году – 96,2%, в 2012 году – 95,8%, в 2013 году – 96,9%, в 2014 году – 97,2%), организации финансово сферы (в 2010 году 93,7% организаций финансовой сферы использовали глобальные информационные сети для осуществления деятельности, в 2011 году – 94,5%, в 2012 году – 95,2%, в 2013 году – 94,5%, в 2014 году – 93,7%), организации ведущие научные исследования и разработки (в 2010 году 94,6% организаций использовали глобальные информационные сети для осуществления деятельности, в 2011 году – 94,7%, в 2012 году – 95,4%, в 2013 году – 95,1%, в 2014 году – 95,6%), организации, оказывающие услуги здравоохранения и предоставления социальных услуг (в 2010 году 93,2% организаций использовали глобальные информационные сети для осуществления деятельности, в 2011 году – 94,5%, в 2012 году – 96%, в 2013 году – 96,6%, в 2014 году – 97%);

- наименее активно глобальные информационные сети используют организации, деятельность которых связана с отдыхом и развлечениями,

культурой и спортом (в 2010 году 57,1% организаций использовали глобальные информационные сети для осуществления деятельности, в 2011 году – 62,8%, в 2012 году – 69,5%, в 2013 году – 74,1%, в 2014 году – 79,4%), организации, работающие в сфере операций с недвижимостью, арендой и предоставления услуг в данной сфере (в 2010 году 77,3% организаций использовали глобальные информационные сети для осуществления деятельности, в 2011 году – 79,2%, в 2012 году – 79,9%, в 2013 году – 80,3%, в 2014 году – 80%).

Анализ удельного веса организаций России, использовавших глобальную сеть Интернет по видам экономической деятельности выявил следующие тенденции:

- наиболее активно в своей деятельности используют глобальную сеть Интернет организации высшего профессионального образования (в 2010 году удельный вес организаций данного вида деятельности, использовавших сеть Интернет, составлял 97,1%, в 2011 году – 97,6%, в 2012 году – 98,1%, в 2013 году – 97,8%, в 2014 году – 97,6%), организации сферы здравоохранения и предоставления социальных услуг (в 2010 году удельный вес организаций данного вида деятельности, использовавших сеть Интернет, составлял 93%, в 2011 году – 94,4%, в 2012 году – 95,9%, в 2013 году – 96,5%, в 2014 году – 96,7%), организации, деятельность которых связана с добычей полезных ископаемых (в 2010 году удельный вес организаций данного вида деятельности, использовавших сеть Интернет, составлял 90,4%, в 2011 году – 91,2%, в 2012 году – 91,1%, в 2013 году – 95,4%, в 2014 году – 93,5%), организации обрабатывающего производства (в 2010 году удельный вес организаций данного вида деятельности, использовавших сеть Интернет, составлял 93,2%, в 2011 году – 93,9%, в 2012 году – 94,7%, в 2013 году – 94,9%, в 2014 году – 95,9%);

- наименее активными пользователями сети Интернет при осуществлении своей деятельности являются организации, связанные с операциями в недвижимости (в 2010 году удельный вес организаций данного вида деятельности, использовавших сеть Интернет, составлял 77%, в 2011 году

– 78,8%, в 2012 году – 79,6%, в 2013 году – 79,9%, в 2014 году – 79,3%), организации культуры, спорта, отдыха и развлечения (в 2010 году удельный вес организаций данного вида деятельности, использовавших сеть Интернет, составлял 56,7%, в 2011 году – 62,6%, в 2012 году – 69,3%, в 2013 году – 74%, в 2014 году – 79,3%), организации, деятельность которых связана с производством и распределением электроэнергии, газа и воды (в 2010 году удельный вес организаций данного вида деятельности, использовавших сеть Интернет, составлял 77,1%, в 2011 году – 82%, в 2012 году – 84,7%, в 2013 году – 86,1%, в 2014 году – 87,6%), организации сферы гостинично-ресторанного бизнеса (в 2010 году удельный вес организаций данного вида деятельности, использовавших сеть Интернет, составлял 77,1%, в 2011 году – 80,3%, в 2012 году – 83,8%, в 2013 году – 84,7%, в 2014 году – 86,8%).

- довольно широко используют потенциал Интернет-экономики организации государственного управления и обеспечения безопасности: так, удельный вес организаций, использующих в данной сфере глобальные информационные сети составлял в 2010 году – 84,9%, в 2011 году – 88,6%, в 2012 году – 91,4%, в 2013 году – 93,2%, в 2014 году – 93,9%, а удельный вес организаций, использовавших глобальную сеть Интернет составлял в 2010 году – 83,2%, в 2011 году – 87,6%, в 2012 году – 90,8%, в 2013 году – 92,7%, в 2014 году – 93,6%.

Таким образом, можно говорить о довольно высокой активности организаций различных секторов деятельности в рамках Интернет-экономики, что подтвердилось данными по использованию организациями глобальных информационных сетей и сети Интернет при осуществлении своих задач. Основным инструментом, посредством которого компании различных секторов осуществляют свою деятельность в рамках глобальной сети Интернет – это веб-сайт. Проведенный анализ статистических данных, отражающих обеспеченность организаций России веб-сайтами по видам экономической деятельности выявил достаточно низкие характеристики: так, в целом в экономике страны в 2014 году лишь 40,3% организаций имели свои веб-сайты в

Интернете (в 2013 году данный показатель составлял 41,3% от общего количества организаций страны, в 2012 году – 37,8%, в 2011 году – 33%, в 2010 году – 28,5%. Низкие показатели обеспеченности веб-сайтами являются одним из критериев снижения результативности использования потенциала Интернет-экономики для развития таблица 7.

Таблица 7 - Организации России, имевшие веб-сайт по видам экономической деятельности, в % от общего числа организаций данного вида деятельности [60]

	Организации, имевшие веб-сайт									
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Всего	14,8	21,1	19,8	22,8	24,1	28,5	33,0	37,8	41,3	40,3
Добыча полезных ископаемых	16,4	22,0	22,2	26,2	24,8	27,9	30,0	33,2	36,8	34,5
Обрабатывающие производства	29,5	39,5	38,6	44,8	46,1	50,8	53,3	56,5	57,9	55,9
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	10,2	13,6	12,7	14,9	17,2	24,0	29,2	33,8	35,7	34,2
Строительство	13,7	21,9	20,6	25,5	27,5	31,2	34,3	37,0	38,7	37,1
Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	14,2	20,6	20,2	27,3	29,1	35,7	35,5	39,5	43,9	48,5
Деятельность гостиниц и ресторанов	13,3	21,8	19,4	23,8	25,0	28,5	31,5	35,3	36,8	38,2
Транспорт и связь	16,7	23,0	22,7	26,1	27,3	30,8	32,3	35,4	36,7	35,5
из них связь	42,9	54,0	57,3	61,7	60,2	62,5	65,7	65,1	67,8	63,6
Финансовая деятельность	38,8	48,4	46,8	53,6	52,2	54,9	57,2	61,6	62,9	60,7
Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	15,5	21,5	19,9	23,3	23,2	26,4	29,1	30,6	31,7	29,9
из них научные исследования и разработки	41,8	54,8	54,1	59,9	60,5	63,7	64,8	67,9	68,8	64,5

Окончание таблицы 7

Государственное управление и обеспечение военной безопасности; социальное страхование	8,2	14,2	13,9	16,6	19,2	24,6	30,5	37,5	42,4	39,3
Высшее профессиональное образование	50,4	64,5	66,3	70,6	74,3	77,2	79,1	83,2	82,4	77,2
Здравоохранение и предоставление социальных услуг	7,4	12,3	10,1	11,6	12,8	18,1	31,6	41,0	50,6	52,7
Деятельность по организации отдыха и развлечений, культуры и спорта	11,2	15,6	12,3	12,8	12,6	14,9	18,6	23,3	26,9	27,7
Другие виды деятельности	4,9	10,4	6,2	7,5	6,5	8,2	10,7	14,1	16,9	16,5

Проведенный анализ обеспеченности организаций России веб-сайтами позволил установить, что наиболее высокие показатели наблюдаются в секторах финансовой сферы (удельный вес организаций, обеспеченных веб-сайтами в 2010 году составляет 54,9%, в 2011 году – 57,2%, в 2012 году – 61,6%, в 2013 году – 62,9%, в 2014 году – 60,7%), секторе обрабатывающего производства (удельный вес организаций, обеспеченных веб-сайтами в 2010 году составляет 50,8%, в 2011 году – 53,3%, в 2012 году – 56,5%, в 2013 году – 57,9%, в 2014 году – 55,9%), организации, деятельность которых связана со связью (удельный вес организаций, обеспеченных веб-сайтами в 2010 году составляет 62,5%, в 2011 году – 65,7%, в 2012 году – 65,1%, в 2013 году – 67,8%, в 2014 году – 63,6%).

Организации, которые осуществляют свою деятельность в сфере оптовой и розничной торговли имеют относительно низкие показатели (удельный вес организаций, обеспеченных веб-сайтами в 2010 году составляет 35,7%, в 2011 году – 35,5%, в 2012 году – 39,5%, в 2013 году – 43,9%, в 2014 году – 48,5%). Этот показатель безусловно несколько выше среднероссийского, однако для развития интернет-коммерции является абсолютно недостаточным. Для сравнения отметим, что в Китае обеспеченность компаний сферы оптовой

и розничной торговли веб-сайтами в начале 2015 года (по данным ОЭСР) составляет 91,1%, в США – 93,1, в Нидерландах – 88,4%, в Швейцарии – 78,9%, в Великобритании – 81,1%. Следовательно, поддерживая положительную связь между развитием Интернет-коммерции и ростом потенциала Интернет-экономики в целом представляется целесообразным принять меры по наращиванию обеспеченности предприятий России собственными веб-сайтами в сети Интернет.

Таким образом, проведенный анализ показал, что важной точкой роста потенциала Интернет-экономики является сектор Интернет-коммерции, что предопределяет необходимость более глубокого изучения проблем развития сетевых предпринимательских структур. Выявление причин позволит сформировать ряд рекомендаций относительно повышения роли и вклада данного сегмента в общий потенциал Интернет-экономики и экономического развития страны в целом в соответствии с глобальными трендами в данной сфере.

3.2 Характеристика трансформационных процессов в глобальном сетевом пространстве

Для разработки критериев развития потенциала Интернет-экономики на национальном уровне огромное значение имеет успешный мировой опыт. Согласно данным директора Департамента науки, технологий и инноваций ОЭСР Викоффа Э. [65] Интернет-экономика имеет огромный потенциал для обеспечения экономического роста, но только тогда, когда это, с одной стороны, поддерживается национальными программами развития Новой экономики, а с другой – людьми, которые готовы к новым технологиям и их постоянному задействованию в своей жизни, людьми, которые обладают высоким уровнем доверия к Интернет-технологиям. В первом случае, наиболее важными позициями являются позиции государственной политики в данной сфере, во втором – уровень доступа к технологиям, навыки их применения, конфиденциальность, безопасность операций и т.д.

В мировом разрезе достаточно информативными для проведения сравнительного анализа представляются рейтинговые показатели. Так, сравнение Рейтинга стран мира по уровню развития Интернета (как интегрального показателя уровня Интернет-экономики) и ВВП (как критерия, который рассматривается как основной индикатор развития страны) позволяет выявить, что на первый взгляд два указанных показателя не взаимосвязаны. Так, в рейтинге стран мира по уровню развития Интернета первое место занимают Фолклендские острова – 96,92 пользователей на 100 человек, на втором месте находится Исландия – 96,21 пользователей на 100 человек (при этом страна занимает 113 место в рейтинге стран по уровню экономического развития), на третьем месте – Норвегия – 94,65 пользователей на 100 человек (при этом страна занимает 26 место в рейтинге стран по уровню экономического развития) таблица 8.

Таблица 8 – Сравнительная характеристика рейтинговых показателей развития Интернета и уровня экономического развития стран мира [66; 56]

Рейтинговые показатели стран по уровню развития интернета			Рейтинговые показатели стран по уровню экономического развития		
Место	Страна	Пользователи (на 100 чел.)	Место в рейтинге	Страна	Размер ВВП, млн. долл.
1	Фолклендские острова	96.92	1	Соединённые Штаты Америки	17 419 000
2	Исландия	96.21	2	Китай	10 354 832
3	Норвегия	94.65	3	Япония	4 601 461
4	Швеция	93.18	4	Германия	3 868 291
5	Нидерланды	92.86	5	Великобритания	2 988 893
6	Дания	92.26	6	Франция	2 829 192
7	Люксембург	91.95	7	Бразилия	2 346 076
8	Бермуды	91.30	8	Италия	2 141 161
9	Финляндия	89.88	9	Индия	2 048 517
10	Лихтенштейн	89.41	10	Россия	1 860 598
55	Россия	63.80	11	Канада	1 785 387
составлено по данным Международного союза электросвязи [66; 67]					

Россия занимает 55 место в рейтинге стран по уровню развития Интернета (63,80 пользователей на 100 человек) и 10-е место в рейтинге стран

мира по уровню экономического развития (ее удельный вес в мировом ВВП составляет 2,4% в 2015 году). США, занимая лидирующие позиции по уровню экономического развития, оказываются на 28-м месте в рейтинге стран по уровню развития Интернета (79.35 пользователей на 100 человек). Это говорит о том, что Интернет-экономика явление более глубокое, соответственно требуется более высокоуровневая классификация факторов, оказывающих воздействие на потенциал Интернет-экономики и возможности повышения его вклада в экономическое развитие страны.

Специалисты Всемирного банка полагают, что несмотря на отсутствие прямых данных указывающих на четкое определение цифровых дивидендов в результате развития Интернет-потенциала страны, все же существует высокая зависимость между ВНД страны и показателями пользования Интернетом.

Следуя логике специалистов Всемирного банка, страны с более высокими показателями развития потенциала Интернет-экономики показывают более высокие значения в области ВВП и ВНД. Для подтверждения данной позиции проведем исследование в рамках межстрановых сравнений. Основываясь на базе данных Всемирного банка [33] относительно качества инфраструктуры доступа к Интернету (широкополосного доступа на 1000 человек), уровня проникновения Интернета (количество пользователей на 100 жителей страны), а также показателях, характеризующих реальную сторону развития (ВВП на душу населения и ВНД на душу населения) проранжируем группы страны по величине данных критериев. Отметим, что показатели ВВП на душу населения и ВНД на душу населения выбраны не случайно. Так, ВНД позволяет также учитывать доход, полученный извне страны, что зачастую связано с переводами и деятельностью, которая основана на Интернет-технологиях. Также, по нашему убеждению, общие величины ВВП и ВНД без их углубления в численность населения будут искажать оценку, поскольку страны имеют разные количественные показатели по численности жителей и объемам ВВП.

Таким образом, получаем следующие результаты: на первый взгляд зависимость данных величин можно четко проследить на таких странах как Нигерия. Имея наименьшее значение по уровню проникновения Интернета в этой же стране наблюдается наименьшее значение ВВП на душу населения и одно из самых низких в мире показателей обеспечения доступом рисунок 9.

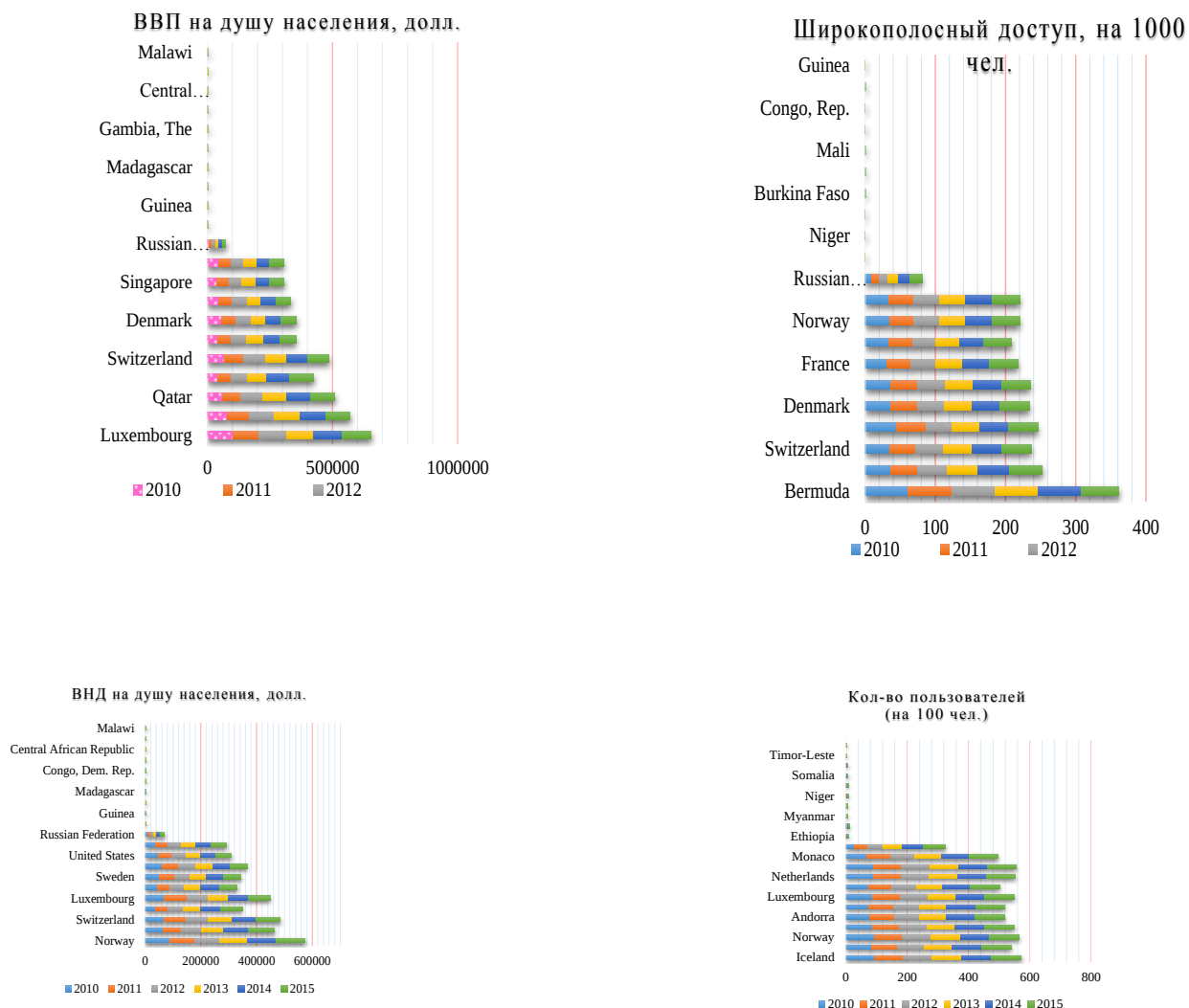


Рисунок 9 - Сравнительная характеристика показателей реального сектора экономики и отдельных критериев развития потенциала Интернет-экономики¹

¹ составлено и классифицировано по данным Всемирного банка [69]

Также можно отметить, что страны с более высоким значением по количеству пользователей и обеспеченностью широкополосным доступом (Норвегия, Германия, Люксембург, Нидерланды, Швеция) имеют более высокие значения ВВП на душу населения и ВНД на душу населения. Это говорит о том, что: во-первых, существует высокая связь между показателями развития инфраструктуры доступа, уровнем проникновения Интернета и созданным валовым продуктом в стране (в целом и в разрезе показателей на душу населения) и валовым национальным доходом страны. Также развитие Интернета, повышая ВВП на душу населения и ВНД на душу населения, может способствовать получению не только финансовых дивидендов, но и дивидендов социального плана (повышение качества жизни населения страны, снижение уровня бедности, повышение уровня само занятости путем малого частного бизнеса в сети и т.д.).

При этом важнейшей характеристикой развития Интернет-экономики является готовность общества к использованию сети. Анализ данных Всемирного экономического форума по структурным составляющим рейтинговой шкалы Индекса сетевой готовности [73] России в сравнении с другими развитыми и развивающимися странами показывает, что наименьшие значения принимают категории «Использование ИКТ в бизнес-среде», «Уровень индивидуального использования», «Экономические и социальные последствия использования», «Инновационная среда бизнеса в области ИКТ», «Состояние политической и нормативно-правовой среды». Относительно высокие показатели наблюдаются в сфере «Доступность» и «Инфраструктура и цифровой контент». В целом в 2015 году Россия занимает 41-е место по Индексу сетевой готовности. Высокий разрыв в указанных показателях и в целом в рейтинговой позиции России требует разработки рекомендаций относительно повышения уровня готовности и использования в общественно-экономических сферах потенциала Интернет-экономики. Более глубокая

детализация показателей Индекса сетевой готовности России приведена в приложении В.

Анализ отчетов и документов ОЭСР относительно развития Интернет-экономики [68-75] позволят определить такие тенденции развития:

страны предпринимают более активные усилия по развитию своих цифровых экономики таким образом, чтобы максимизировать социальные и экономические выгоды, но здесь необходимо учитывать риск нарушений в таких областях, как неприкосновенность частной жизни и рабочих мест. Так, 26 из 29 обследованных стран с развитой и развивающейся экономикой ставят на первый план задачи обеспечения конфиденциальности частной жизни, на второй – приоритеты по развитию профессиональных навыков пользователей, а уже потом – улучшение качества Интернет-услуг и создание цифрового контента.

ни одна страна не имеет национальную стратегию (или убедительный официальный документ) по защите неприкосновенности частной жизни онлайн и не финансирует исследования в этой области, данная проблема, как правило, рассматривается как вопрос для правоохранительных органов при частных обращениях граждан;

из 34 обследованных стран, 27 имеют национальные программы развития Интернет-экономики. Многие из них были созданы или обновлены в 2013 г. или 2014 г. Большинство усилий данных программ сосредоточено на расширении телекоммуникационной инфраструктуры, широкополосном доступе, повышении сетевой готовности общества и деловых кругов. Мало кто охватывает международные вопросы (к примеру, управление с учетом глобальных трендов).

все страны-члены ОЭСР имеют, по крайней мере, три оператора мобильной связи, большинство из них - четыре. Цены на услуги мобильной связи заметно снизился в период с 2012 по 2015 год (самое резкое снижение отмечается в Италии, Новой Зеландии и Турции, выросли цены в Австрии и Греции);

в секторе ИКТ было занято более 14 миллионов человек в странах ОЭСР (это почти 3% рабочих мест в 34-х исследованных странах блока), при этом отмечается повышение спроса на рабочую силу в данной сфере;

венчурный капитал ИКТ находится на подъеме снова (на самом высоком уровне он финансируется в США, основное его направление – создание комплексных дот-комов).

Китай является ведущим экспортером брутто товаров и услуг ИКТ, но США занимает первое место по экспорту (выводы основаны на том, что торговля рассчитывается с точки зрения добавленной стоимости, отчасти из-за высокого присутствия услуг ИКТ США, воплощенных в конечные продукты). Объемы реализованных услуг в сфере ИКТ также способствовало росту акций для Индии и Великобритании с точки зрения добавленной стоимостью. Корея является наиболее специализированной страной-партнером в компьютерной индустрии, а также в сфере электронных и оптических изделий; Люксембург является самым сильным по уровню развития телекомов; Ирландия, Швеция и Великобритания активно наращивают экспорт своих услуг в сфере ИКТ.

Согласно последнему опросу руководителей и представителей различных стран, проведенному ОЭСР, основными направлениями государственной политики в области повышения потенциала Интернет-экономики являются: развитие программ и научных исследований в различных областях Интернет-экономики, стимулирование развития сетевых форм организации бизнеса и различных инструментов развития бизнеса в Интернете, развитие государственных Интернет-сервисов, реализация различных программ, направленных на стимулирование роста ИКТ для бизнес-среды, развитие инструментов регулирования конкуренции на рынках ИКТ, торговли, международного сотрудничества. При этом следует обратить внимание, что достаточно «взвешенно» страны подходят к регулированию развития смежных отраслей (к примеру, к стимулированию экспорта/импорта информационно-

коммуникационных товаров и услуг, связанных с Интернет-экономикой: компьютеры, телефоны, программное обеспечение).

Приоритеты государственной политики в области развития потенциала Интернет-экономики в различных странах мира представлены в таблице 9.

Таблица 9 - Приоритеты государственной политики в области развития потенциала Интернет-экономики в различных странах мира (обобщённые результаты) за 2015 год² [74]

Приоритетная сфера	Направления программ развития потенциала Интернет-экономики	Высокое внимание	Среднее	Низкое	Всего
Стимулирование ИКТ, R&D и инноваций	Программы НИОКР в области Интернет-экономики	20	11	0	31
	Инновационные сети и кластеры	19	11	0	30
	Проекты развития государственного управления	10	18	0	28
	Развитие государственных интернет-сервисов (к примеру, закупок)	8	14	6	28
	Венчурного финансирования	9	15	5	29
Растущее распространение и использование ИКТ	Распространение ИКТ для бизнеса	8	14	7	29
	Организационные изменения	7	16	4	27
	Демонстрация программ	2	14	12	28
	Распространение ИКТ для лиц и домашних хозяйств	12	13	3	28
	Правительство он-лайн и как модель пользователя	17	9	2	28
ИКТ и окружающей среды	Прямого экологического воздействия ИКТ	4	15	11	30
	Благоприятные эффекты применения ИКТ	6	16	8	30
Электронная коммерция	Отечественная электронная коммерция	11	12	6	29
	Трансграничная электронная коммерция	10	11	8	29
	Электронные расчеты / оплаты	9	17	3	29

² В исследовании принимали участие 31 страна мира (в т.ч. 100% стран, входящих в ОЭСР)

Окончание таблицы 9

Цифровой контент и рынки	Создание цифрового контента и доступа	12	12	6	30
	Информации публичного сектора (вкл. данных)	19	10	1	30
	Использования данных	13	15	1	29
	Цифровой учебный материал (вкл. через Моок)	9	15	5	29
Навыки в области ИКТ и занятости	IT-специалисты (продвинутые навыки в области ИКТ)	15	10	4	29
	Базовые навыки в области ИКТ	15	11	4	30
ИКТ бизнес-среды	ИКТ бизнес-среды	10	11	6	27
	Конкуренции на рынках ИКТ	8	16	4	28
	Права интеллектуальной собственности	9	9	8	26
	Торговля и прямые иностранные инвестиции	8	13	4	25
	Международное сотрудничество	9	13	5	27
Управление инфраструктурой	Широкополосный доступ	26	3	0	29
	Стандарты доступа	9	15	4	28
Повышение доверия к Интернет-экономике	Безопасность информационных систем и сетей	21	6	2	29
	Защита персональных данных	21	7	0	28
	Защиты прав потребителей	16	13	0	29

В приоритетах государственной политики особое место занимает развитие навыков пользователей Интернет-экономики. Особое внимание руководители стран уделяют таким вопросам как безопасность информационных систем и сетей в Интернет-экономике, защита персональных данных, защита прав потребителей услуг и продукции Интернет-экономики. В целом эти направления связаны с повышением у пользователей уровня доверия. К примеру, в странах с более высоким количеством безопасных серверов (Норвегия, Люксембург) более высокие показатели ВНД на душу населения рисунок 10.

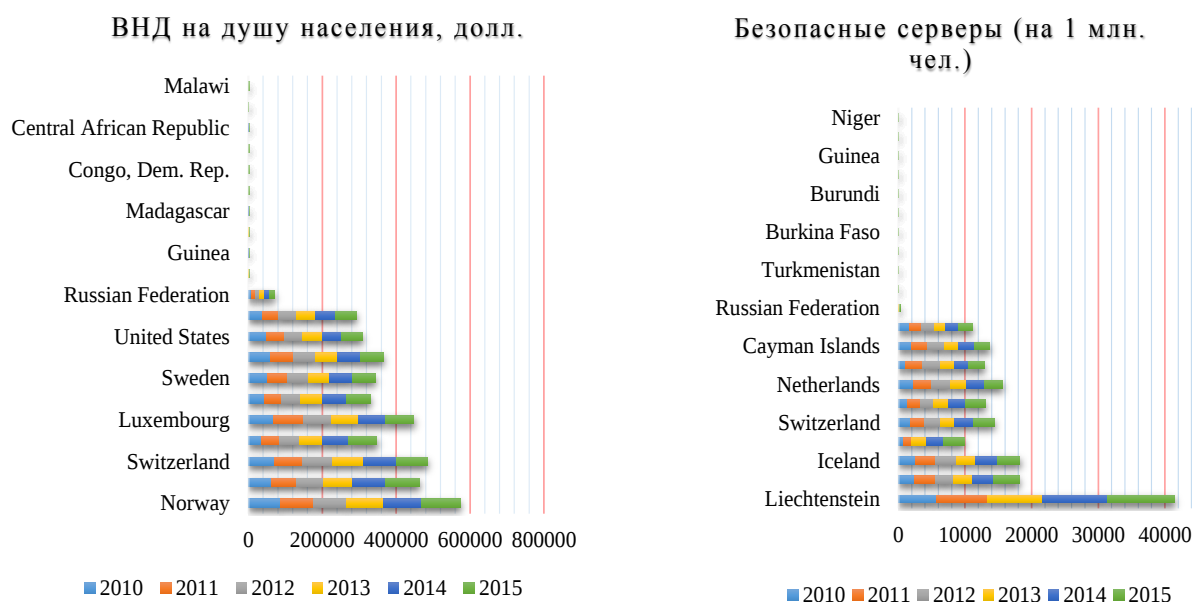


Рисунок 10 – Показатели безопасности Интернет-экономики и ВНД на душу населения стран мира за 2010-2015 годы³

Также требует особого внимания сфера регулирования электронной коммерции. Усилия ведущих стран в данном аспекте направлены на три составляющие: регулирование и развитие отечественной электронной коммерции, трансграничной электронной коммерции, электронных расчетов и платежей в Интернет-экономике. Многие руководители специальных подразделений в различных странах отмечают, что основная задача развития потенциала Интернет-экономики – это высокая синергия в отраслях ИКТ и Интернет-экономики (в данном случае, специалистами ОЭСР материалы обобщаются исходя из понятия «Цифровая экономика», к которой они относят сферы Интернет-бизнеса, информационные отрасли, оказывающие высочайшее воздействие на развитие потенциала Интернет-экономики, пользовательский профиль (навыки, количественные показатели использования ИКТ и Интернет-технологий и т.д.).

Аналитические расчеты показывают, что за период с 1996 г. по 2014 г. (последние данные, которые представлены на данный момент в статистических

³ Составлено и систематизировано на основе данных Всемирного банка [69]

базах ОЭСР и ООН) темп прироста импорта ИКТ составил 508,4% в мировом масштабе. Наибольший прирост импорта ИКТ наблюдался в Нидерландах (темп прироста составил 1116,4 %) и в Китае (темп прироста - 2258,5%). Динамика импорта ИКТ-оборудования, способствующего развитию потенциала Интернет-экономики в странах мира за 1996-2014 годы представлена в приложении Г. Проведенный анализ данных, представленных в приложении Г показывает, что в России темпы прироста импорта ИКТ-оборудования, способствующего развитию потенциала Интернет-экономики в странах мира за 1996-2014 годы составляет 760,1%, что выше мирового темпа прироста, а также результатов некоторых стран мира (к примеру, Италии, Кореи, Японии, Франции, Канады), однако они ниже показателей многих других развитых стран (к примеру, Китая, США, Нидерландов).

Если рассматривать динамику наращивания импорта ИКТ-оборудования за 1996-2013 годы в странах, с наиболее высокими темпами прироста данного показателя и в России, то можно сделать вывод, что в развитых странах наибольший темп прироста наблюдается до 2000 года, в то время как в России наибольший прирост приходится на период с 2000 г. по 2005 г. Это говорит о некотором запаздывании нашей страны в развитии потенциала Интернет – экономики рисунок 11.

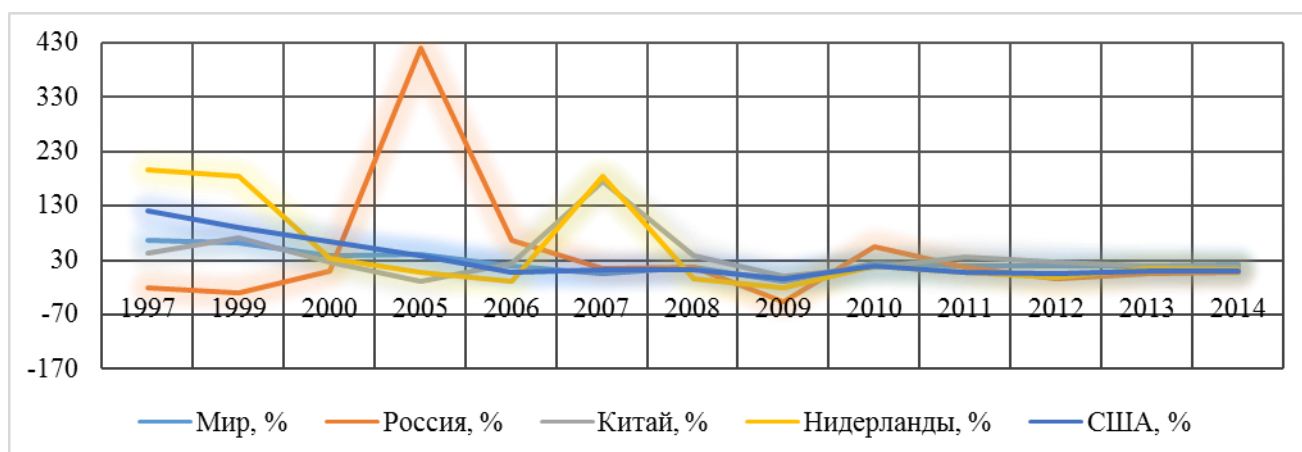


Рисунок 11 – Темпы прироста импорта ИКТ-оборудования, способствующего развитию потенциала Интернет-экономики в странах мира за 1997-2013 годы, %⁴

⁴ Расчетные авторские данные, составленные на основе статистики ОЭСР [73]

В то время, когда в развитых странах происходит всплеск наращивания обеспечивающих развитие Интернет-экономики средств (Нидерланды (1996-1999 г. – темп прироста почти 200% за эти годы), США (91% за 1996-1999 г.)) в России наблюдается отрицательный темп прироста (-30% за период с 1996 г. по 1999 г.). Это говорит о некоторой «запаздывающей» модели развития Интернет-экономики в отечественных масштабах. Отметим, что и до сих пор в России не выработана единая концептуальная схема управления Интернет-экономикой, процессы развития интернет-коммерции, процессы повышения уровня компьютерной грамотности и доверия на уровне населения и т.д. происходят относительно стихийно, инертно, без выработанной линии общего развития.

Кроме этого, если рассматривать причины снижения темпов прироста импорта ИКТ, обеспечивающих развитие Интернет-экономики в рамках развитых стран, то можно отметить, что они вовсе не связаны с ухудшением состояния структурных составляющих Интернет-экономики, а скорее наоборот – их развитием. Речь идет о том, что многие высокотехнологичные страны перешли от импорта к высокоэффективной модели экспорта средств, обеспечивающих развитие Интернет-экономики. Они стали ресурсными производителями средств для Интернет-экономики таблица 10.

Таблица 10 – Динамика экспорта ИКТ-оборудования, способствующего развитию потенциала Интернет-экономики в странах мира за 1996-2014 годы, млн. долл.

	1996	1999	2000	2005	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Темп прироста 1999/2014
Бельгия	1 069	1 464	2 272	1 701	1 320	1 846	2 076	1 509	1 150	979	923	1 156	8,2
Канада	3 360	5 615	10 497	5 776	6 898	6 955	5 573	4 171	4 090	3 883	3 626	3 256	-3,1
Финляндия	3 389	5 931	8 259	10 606	10 572	12 052	12 835	5 697	3 478	2 867	1 921	716	-78,9
Франция	3 480	7 180	9 751	6 661	9 505	5 476	4 985	4 473	4 621	5 242	5 726	5 654	62,5
Германия	7 017	10 386	12 297	19 891	18 899	17 165	11 514	8 778	10 661	11 999	11 887	12 632	80,0
Италия	1 792	2 672	2 841	3 644	3 778	3 966	3 691	2 826	3 337	3 129	2 179	2 089	16,6
Япония	4 570	5 600	7 719	3 458	2 995	7 147	7 312	6 037	5 194	4 429	3 741	3 933	-13,9
Корея	1 325	4 527	6 559	20 493	18 336	28 928	34 488	29 574	25 933	25 853	21 044	25 709	1839,8
Мехико	1 767	4 946	8 595	8 855	10 367	14 060	17 752	16 600	18 669	16 413	17 637	18 402	941,6
Нидерланды	1 296	2 692	4 416	4 397	4 572	14 049	13 500	11 181	13 363	15 237	13 933	14 803	1042,4
Швеция	5 426	9 479	10 220	7 900	7 166	8 873	9 814	6 606	9 446	10 749	6 732	6 531	20,4
Великобритания	6 284	10 720	14 145	10 657	13 124	н/д	6 583	547	6 894	7 576	6 475	6 961	10,8
США	12 373	17 307	20 904	17 025	18 881	21 937	25 202	21 863	26 006	30 131	31 147	33 474	170,5
Страны ОЭСР	59 019	99 753	132 328	141 048	145 784	149 724	182 661	141 787	157 582	168 044	153 734	164 366	178,5
Китай	1 329	2 373	4 431	26 451	37 785	58 885	66 091	63 155	106 616	134 134	153 917	175 774	13124,0
Российская Федерация	44	49	51	73	315	233	124	133	133	98	145	229	427,1
Всемирные данные	71 100	115 400	156 000	220 300	266 700	272 300	320 300	287 400	332 600	393 700	..	..	

Так, к примеру, галопирующие показатели перехода на экспортную модель демонстрирует Китай: темпы прироста экспорта ИКТ-оборудования, способствующего развитию потенциала Интернет-экономики за 1996-2014 годы составили 13124%. Ни одна страна мира не имеет такой позитивной динамики, как Китай. Наибольшие объемы экспорта оборудования отмечаются в таких странах как США (170,5% за период с 1999 по 2014 годы), Нидерланды (1042,4 %), Германия (80%), Корея (1839,8%), Мехико (941,6%). В России также наблюдается прирост данного показателя на 427,1 % в разрезе национальной экономики, однако по количественным масштабам экспорт оборудования для Интернет-экономики в России составляет в 2014 году 0,03% от мирового объема экспорта, в то время как на Китай приходится 34% от мирового объема экспорта, на США почти 8%, на Корею – 6,6%. Таким образом, можно сделать вывод о том, что развитию потенциала Интернет-экономики способствуют показатели экспорта-импортных товаров отрасли ИКТ, которая обеспечивает развитие интернета. Это утверждение несколько граничит с мнением многих представителей органов государственного управления в России, которые полагают, что Интернет-экономика — это только Интернет-коммерция и объемы продаж в результате ее функционирования. В результате представляется целесообразным при формировании программ, дорожных карт и концепций развития интернет-экономики учитывать и процессы развития средств, обеспечивающих ее функционирование (компьютеры, телефоны, другие средства доступа).

В рамках данного аспекта приобретает особую важность обеспеченность населения средствами доступа к Интернету. Их обобщение позволяет сделать вывод, что наиболее высокими темпами в мире развивается сфера мобильных (сотовых) подписок, достаточно высоко можно оценивать количественные показатели населения, использующего интернет. Темпы прироста мобильных подписок наибольшее значение принимают в 2002-2007 годах (в 2002 г. темп прироста составил 18,9% в сравнении с предыдущим годом, в 2003 г. – 20,9%, в 2004 г. – 22,9, в 2005 г. – 24,2 (наибольшее значение за анализируемый

промежуток времени), в 2006 г. – 23%, в 2007 г. – 21,3%; темпы прироста населения, использующего Интернет (в расчете на 100 жителей) наибольшее значение показывают также в 2002 году – 34,6% в сравнении с 2001 годом, а также в 2007 году – 17,2% в сравнении с 2006 г. рисунок 12.

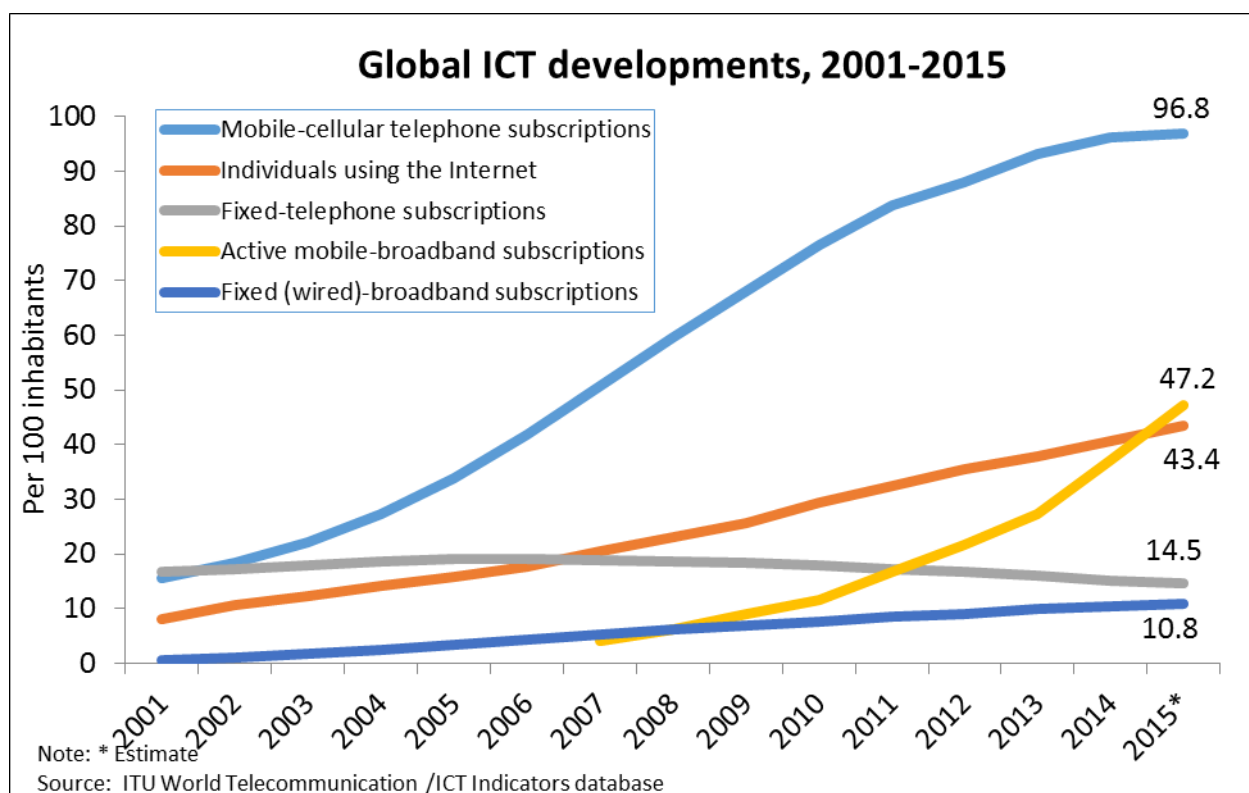


Рисунок 12 – Мировые тенденции развития обеспечивающих секторов Интернет-экономики за 2001-2015 годы, на 100 жителей [74]

Следовательно, проводящая инфраструктура является важной частью развития потенциала Интернет-экономики, на развитие которой требуется выделять не менее четвертой части средств, направляемых на создание благоприятных условий для развития глобальной сети и деятельности в ней. Для России в рамках данной проблемы видится необходимость снижения неравенства в доступе к сети Интернет в различных населенных пунктах и регионах. Сегодня провайдинг сфера неактивно перемещается в отдаленные уголки нашей страны. Проведенный анализ количественных показателей

приведенных тенденций позволяет говорить о различных темпах развития данных показателей за 2002-2015 годы таблица 11.

Таблица 11 - Показатели развития потенциала Интернет-экономики за 2002-2015 годы, в расчете на 100 жителей мира [73]

	20 02	20 03	20 06	20 07	20 08	20 09	20 10	20 11	20 12	20 13	20 14	20 15
Мобильные (сотовые) телефонные подписки	18,4	22,2	41,7	50,6	59,7	68,0	76,6	83,8	88,1	93,1	96,1	96,8
<i>Прирост, %</i>	18,9	20,9	23,0	21,3	18,1	13,8	12,7	9,5	5,1	5,7	3,1	0,7
Население, использую щее Интернет	10,7	12,3	17,6	20,6	23,1	25,6	29,4	32,5	35,5	37,8	40,6	43,4
<i>Прирост, %</i>	34,6	14,8	11,1	17,2	12,4	10,8	14,7	10,4	9,2	6,5	7,4	6,9
Фиксирован ная (проводная) широкопол осная связь	17,2	17,8	19,2	18,8	18,5	18,4	17,8	17,2	16,7	15,9	15,2	14,5
<i>Прирост, %</i>	3,4	3,5	0,2	-1,7	-1,7	-0,9	-3,1	-3,5	-3,0	-4,5	-4,5	-4,4
Количество активных абонентов мобильной (широкопол осной сети)	-	-	-	4,0	6,3	9,0	11,5	16,7	21,7	27,3	37,2	47,2
<i>Прирост, %</i>	-	-	-	100	55,6	44,1	27,8	44,8	30,0	25,7	36,3	27,0
Количество активных абонентов фиксирован ной (широкопол осной сети)	1,0	1,6	4,3	5,2	6,1	6,9	7,6	8,4	9,0	9,9	10,3	10,8
<i>Прирост, %</i>	76,0	55,1	27,8	20,5	17,1	12,6	11,1	10,4	6,8	10,4	4,3	4,9

Данные аналитической таблицы также позволяют отметить тенденцию к увеличению за последние годы количества абонентов, активно использующих мобильную широкополосную связь: в 2013 году темп прироста данного

показателя, составил 27,3%, в 2014 году – 37,2%, в 2015 году – 47,2% (наибольшее значение за период с 2002 по 2015 год, без учета темпа прироста за 2007 год, когда показатель только был введен для расчета в статистическую базу Департамента ООН по ИКТ). По данным ООН, в 2015 году 3,2 млрд. чел. являются активными пользователями Интернета, при этом 2 млрд. чел. (62,5% от общей численности активных пользователей Интернета) – это жители развивающихся стран. Удельный вес домашних хозяйств, имеющих доступ в Интернет по уровню развития стран мира за 2002-2020 годы приведен на рисунке 13.

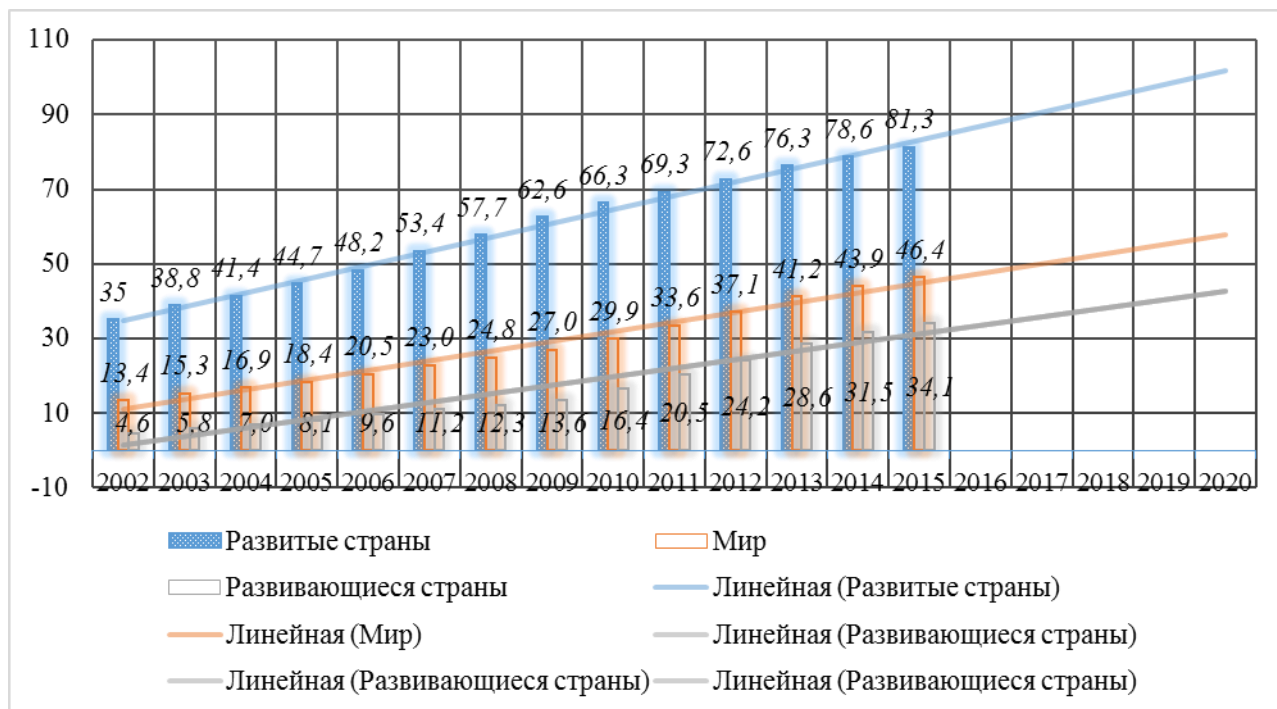


Рисунок 13 – Удельный вес домашних хозяйств, имеющих доступ в Интернет по уровню развития стран мира за 2002-2020 годы⁵

Обработка статистических данных, отражающих удельный вес домохозяйств, имеющих доступ в Интернет за достаточно продолжительный промежуток времени (2002-2015 год с прогнозом на 2016-2020 годы) показывает, что разрыв показателей в развитых и развивающихся странах между данным критерием анализа постоянно возрастает. Так, разрыв в

⁵ составлено и рассчитано на основе базы данных ОЭСР [69; 74]

показателе развивающихся стран с развитыми в 2002 году составлял 30,4%, в 2006 году – 38,6%, в 2008 году – 45%, в 2015 году – 47%.

Во многом увеличение разрыва между долей домохозяйств, имеющих доступ в Интернет развивающихся стран с развитыми странами связан с отсутствием эффективной государственной политики по развитию Интернет-потенциала национальных экономик, а также с уровнем развития благосостояния людей, человеческого потенциала, образования населения, структуры занятости, обеспеченности рабочих мест ИКТ. Данный вывод можно аргументировать показателями в региональном разрезе. Так, если смотреть региональный срез данного показателя, то можно отметить, что европейские домохозяйства более широко обеспечены доступом в Интернет, нежели, к примеру, домохозяйства Америки, и тем более – Африки. Именно различия в уровне развития являются критериями обеспеченности населения доступом в Интернет рисунок 14.

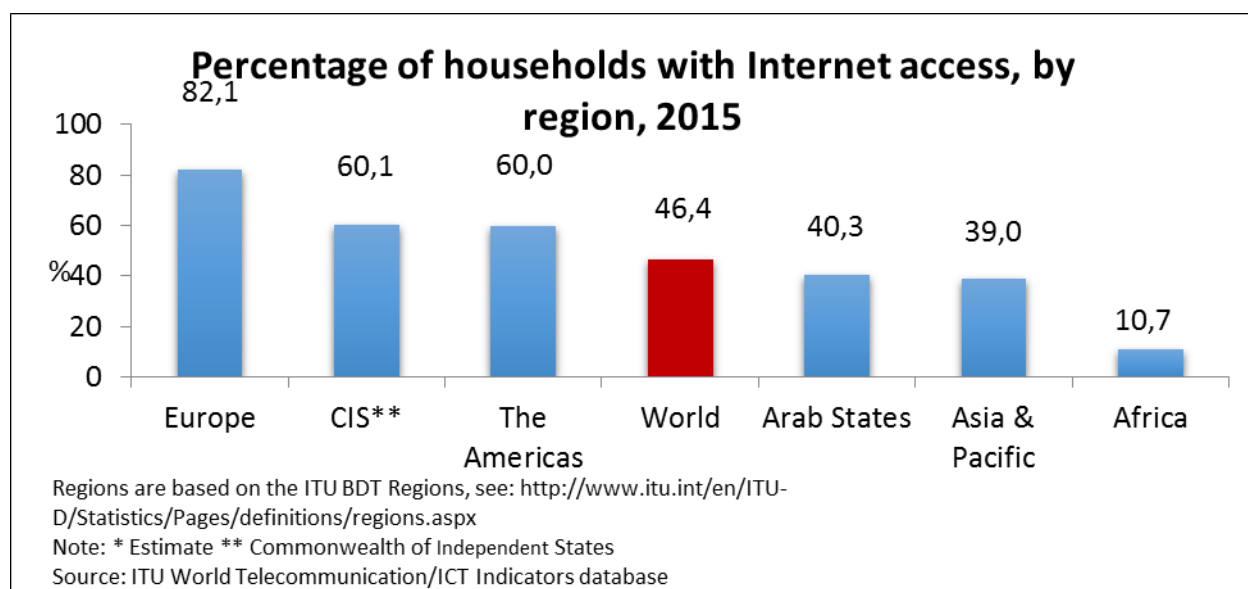


Рисунок 11 – Региональные показатели доли домашних хозяйств, имеющих доступ в Интернет по уровню развития стран мира за 2015 год [74]

Другим критерием, характеризующим развитие потенциала Интернет-экономики, является количественные показатели населения, использующего Интернет (на 1000 жителей). Так, исследование тенденций позволяет сделать

вывод, что в последнее время постоянно нарастает разрыв между количеством населения, использующего интернет в развитых странах и аналогичным показателем в развивающихся странах. В 2015 году данный разрыв составил 47 человек (на 1000 жителей страны), тогда как в 2001 году разрыв составлял 27 человек. Это несмотря на то, что в общемировом значении и в рамках развитых и развивающихся стран показатели населения, использующего Интернет постоянно повышаются: в развитых странах в 2015 году 82,2 чел. на 1000 жителей, в развивающихся – 35,3 чел. на 1000 жителей. Общемировое значение данного показателя в 2015 году – 43,4 чел. на 1000 жителей планеты рисунок 15.



Рисунок 15 – Разрыв развитых и развивающихся стран по показателю «Количество населения, использующего Интернет на 1000 жителей» за 2001-2015 годы⁶

Следовательно, увеличение разницы развитых стран с развивающимися объясняется тем, что в развивающихся странах жители менее обеспечены средствами выхода в Интернет (компьютеры, телефоны, другие средства), а также тем, что они менее доверчиво относятся к покупкам и другим операциям, которые можно осуществить посредством интернет-технологий. Это еще раз

⁶ составлено и рассчитано на основе базы данных ОЭСР [69; 74]

подчеркивает связь уровня развития индустрии ИКТ, уровня интернет-культуры и доверия как базовых составляющих повышения потенциала Интернет-экономики.

Еще одной составляющей развития потенциала Интернет-экономики является обеспеченность качественным доступом в Интернет и другие показатели (трафик данных, фактическая скорость загрузки, маршрутизированные автономные сети и т.д.). Так, к примеру, в развитых странах мира быстрая скорость загрузки составляет: в Финляндии – 1 Mbit/s, в Китае 0,2 Mbit/s, в России – 7,2 Mbit/s таблица 12.

Таблица 12 – Показатели скорости загрузки данных в странах мира за 2015 год, Mbit/s [76]

	Быстрая	Медленная	Средняя	<i>Среднее значение</i>
Австралия	3,0	87,0	34,5	41,5
Австрия	4,0	150,0	37,1	63,7
Бельгия	3,6	129,0	51,9	61,5
Канада	75,0	75,0	75,0	75,0
Китай	0,2	50,0	9,0	19,7
Финляндия	1,0	150,0	50,8	67,3
Франция	21,0	220,0	114,6	118,5
Германия	3,6	150,0	45,3	66,3
Япония	7,2	150,0	61,6	72,9
Корея	7,4	75,0	50,7	44,4
Люксембург	3,6	50,0	15,2	22,9
Нидерланды	3,6	75,0	28,6	35,7
Россия	7,2	100,0	38,9	48,7
Норвегия	6,0	80,0	49,4	45,1
Швеция	10,0	100,0	64,7	58,2
Швейцария	1,0	150,0	33,7	61,6
Великобритания	7,2	60,0	31,8	33,0
США	7,2	42,0	17,6	22,3
ОЭСР	0,2	300,0	48,9	116,4

Низкая скорость загрузки данных из интернета является показателем, который снижает потенциал Интернет-экономики. Рассчитанные средние значения скорости загрузки данных по странам мира показывает, что в России сохраняется одни из наиболее низких показателей в данной категории: средняя скорость – 48,7 Mbit/s, в то время как в Китае 19,7 Mbit/s, в Люксембурге – 22,9

Mbit/s, в Нидерландах – 35,7 Mbit/s, в США – 22,3 Mbit/s, в Великобритании – 33 Mbit/s, в Корее – 44,4 Mbit/s.

В общем объеме ежемесячного трафика преобладающее большинство запросов исходит от обычных интернет-пользователей, удельный вес данной категории составляет 71,1%, далее по объему трафика следует бизнес – 23% ежемесячного трафика, запросы на покупку товара или услуги составляют 5,7% ежемесячного трафика. В последнее время возрастает количество запросов с мобильных телефонов пользователей – 2,9% ежемесячно таблица 13.

Таблица 13 - Объем и структура ежемесячного трафика данных (среднее значение за представленные годы) [76]

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Интернет-пользователи, всего	2055	3339	5219,1	7639,4	10942,4	15205,5	23900,0	29100,0	36400
Удельный вес в общем объеме, %	84,7	83,6	81,2	76,9	74,5	74,6	77,9	70,5	71,1
Бизнес глобальной сети	65,1	232,3	628,3	1480,1	2606,1	3680,0	5300,0	9752,1	11800
Удельный вес в общем объеме, %	2,7	5,8	9,8	14,9	17,7	18,0	17,3	23,6	23,0
Запрос на покупку / услугу	304,6	416,6	568,7	770,5	1045,7	1283,0	1600,0	2457,6	2900
Удельный вес в общем объеме, %	12,6	10,4	8,8	7,8	7,1	6,3	5,2	6,0	5,7
Мобильные запросы	0,9	3,9	14,9	38,1	91,5	227,8	597,0	828,7	1500
Удельный вес в общем объеме, %	0,0	0,1	0,2	0,4	0,6	1,1	1,9	2,0	2,9
Всего	2425,6	3991,9	6430,9	9928,1	14685,6	20396,2	VISA6459 21.04.16 19:29 покупка 2152p EMEX.RU Баланс: 15576.99p	41300,0	51200

Таким образом, при развитии составляющих потенциала Интернет-экономики представляется целесообразным особое внимание уделять таким «точкам роста» как сегмент пользователей, сегмент бизнеса и составляющие обеспечивающей инфраструктуры (отрасль ИКТ, провайдер и другие учреждения, способствующие получению доступа к Интернету).

В специализированном учреждении ООН по ИКТ [77] полагают, что в последнее время развитые страны переходят на новый уровень – регулирования качества развития Интернет-экономики, что проявляется в усовершенствовании государственных политик в области развития данного сегмента, развитии ИКТ, направленных на решение социальных проблем в обществе, повышения вклада в развитие отраслей, инновационной деятельности, в то время как страны третьего мира направляют огромные усилия на повышение грамотности и пользовательской культуры, способствующей развитию данного сектора. В докладе, посвященном Всемирному дню электросвязи / ИКТ широко представлены статистические показатели, отражающие развитие Интернет-экономики. Согласно данным доклада в мире будет продолжать расти численность безопасных серверов для конечных пользователей. Это одна из приоритетных задач, способствующая развитию Интернет-экономики. Так, к примеру, в 2015 году численность безопасных серверов в мире составила 39406307 единиц, что на 24,6% больше, чем в 2014 году рисунок 16.



Рисунок 16 – Динамика безопасных серверов в мире за 1998-2015 годы [77]

Резкое повышение в 2000-х годах количества безопасных серверов во многом связывают с политикой «Интернет-безопасности», которая являлась одной из главных характеристик США, Китая, Кореи в эти годы [78]. Происходили и другие факторы, способствующие данной тенденции: во многих государствах мира в этот период процессы развития Интернет-экономик, были взяты под контроль и регулирование, складывается некоторая институциональная инфраструктура законодательного взаимодействия фирм, занимающихся провайдингом, хостингом, коммерцией. В это же время отмечается выход в виртуальную среду правительственных структур Японии, Германии, Австралии, Канады, Южной Кореи, Китая, США и других стран. В указанных странах начинает развиваться интернет-бизнес, что повлекло за собой необходимость повышения доверия к интернет-среде. В России данная проблема требует комплексного подхода. Согласно данным отдела аналитики компании SiteSecure [79], которые провели исследование безопасности сайтов в зоне «.ru» (в проверке участвовали 36.000 интернет-магазинов, 37.000 русскоязычных сайтов из топ 1 миллиона сайтов Alexa, топ 10.000 сайтов из рейтинга LiveInternet, а также 240.000 сайтов, чьи домены были зарегистрированы на юридических лиц, основная фокусировка была сделана на интернет-коммерцию) каждый седьмой сайт в Рунете подвержен риску финансовых потерь из-за проблем, связанных с безопасностью. И если крупные игроки рынка решают проблему наймом профильных специалистов и использованием промышленных систем мониторинга и защиты, то сектор СМБ в большей части просто не задумывается о решении подобных проблем заранее, и вынужден реагировать по факту уже понесенных убытков. При проблемах с безопасностью 15% бизнесов прекратили свое существование, а владельцам 10% сайтов в результате заражения пришлось переделывать свой сайт.

В результате мониторинга по срезу «Интернет-магазины» получены такие данные:

- всего выявлено 2247 инцидента, затрагивающих 5% сайтов;

- 247 Интернет магазинов находились в блэклистах, 68 из них – на протяжении всего хода исследования; среднее время нахождения сайта в блэклисте – 1 неделя;

- повторные заражения редко, но случаются (3 случая из 247);

- 243 сайта имели обычный редирект на зараженный сайт (более чем половину из этих сайтов Google или Яндекс не посчитали опасными, хотя на самом деле они опасные);

- 372 сайта имели динамические ссылки на зараженные сайты (На момент проведенного сканирования Google не успел заметить 75% таких сайтов, Яндекс - только 60%);

- у более чем 50% нет SSL-сертификата.

Более наглядная статистика относительно характеристики количества безопасных серверов по странам мира приведена в приложении.

Следовательно, для развития потенциала Интернет-экономики в программные документы целесообразно включать позиции, касающиеся уровня безопасности сайтов, развития сертификации товаров и услуг, что автоматически повысит доверие со стороны пользователей.

Проведенный обзор зарубежного опыта развития Интернет-экономики в развитых и развивающихся странах позволяет выделить несколько основных этапов в глобальном мировом пространстве:

1. Становлению Интернет-экономики во многом способствует бурное развитие смежных отраслей. Речь идет об индустрии ИКТ, которая является фундаментом для осуществления операций в виртуальной среде. Этот период характеризуется развитием отрасли ИКТ, повышением объемов импорта в развивающиеся страны (страны с менее активной позицией в области развития сферы производства и использования ИКТ). В этот период наращивается база специалистов, требующихся для развития Интернет-экономики, расширяется перечень вузовских специальностей и направлений подготовки. Указанные признаки во многом характеризуют начальную стадию становления Интернет-экономики.

2. На второй стадии развития потенциала Интернет-экономики в развитых странах происходит наращивание продуктовых линий в области ИКТ, расширение Интернет-рынков, повышение уровня проникновения Интернета, создание институтов регулирования процессов развития Интернет-экономики. Приходит осознание того, что Интернет становится второй по уровню вклада в экономическое развитие подсистемой (первой можно считать офлайн экономику). Активно создаются институциональные условия развития Интернет-экономики (институты инвестирования проектов, институты регулирования деятельности, в т.ч. и безопасности, повышается уровень доверия со стороны потребителей). Страны, отстающие в развитии ИКТ активно импортируют продукцию.

3. На третьей стадии развития потенциала Интернет-экономики происходит консолидация усилий государства, бизнеса и других заинтересованных структур в области определения «точек роста» и их развития. Здесь особую важность приобретают механизмы и взаимосвязи между развитием индустрии ИКТ, инфраструктуры Интернет-экономики (повышение качества доступа к Интернету, консолидация усилий и форм взаимосвязи фирм, занимающихся провайдингом, хостингом, коммерцией, происходит выработка концептуальных парадигм (единых, системных принципов регулирования развития потенциала Интернет-экономики, точек роста), активно развиваются структуры, занимающиеся Интернет-коммерцией.

4. На этапе нового развития потенциала Интернет-экономики происходит пересмотр концепций управления, Интернет-экономика сращивается с процессами развития офлайн экономики, активно развиваются государственные интернет-сервисы, расширяются сферы отечественной и трансграничной электронной коммерции, развитие систем, способствующих облегчению электронных расчетов, происходит развитие цифрового контента, возрастает уровень конкуренции на Интернет-рынках по всем направлениям, Интернет-экономика характеризуется высоким уровнем безопасности и защиты прав потребителей.

Согласно приведённым характеристикам стадий развития потенциала Интернет-экономики Россия находится на этапе перехода от стадии расширения потенциала Интернет-экономики до стадии зрелости Интернет-экономики, а следовательно данный этап требует формирования концептуальной парадигмы развития потенциала Интернет-экономики во взаимосвязи с обеспечивающими сферами и инфраструктурой, повышение уровня доверия населения к Интернет-технологиям, снижение объемов экспорта ИКТ и развитие собственных производственных показателей, развитие облачных технологий, создание «умных городов», расширение сферы влияния Интернета. Таким образом, разработка концепции развития потенциала Интернет-экономики является объективной необходимостью на данном этапе.

3.3 Исследование проблем развития сетевых предпринимательских структур

Сектор Интернет-торговли является наиболее влиятельной «точкой роста» потенциала Интернет-экономики. Однако сравнительный анализ развития сетевых предпринимательских структур в России и развитых странах позволяет говорить о значительной разнице в подходах к управлению развитием потенциала Интернет-торговли. Так, в развитых странах мира активная кооперация государства и институциональных структур (инвестиционных фондов, фондов поддержки интернет-проектов и т.д.) создает определенную благоприятную среду для развития Интернет-коммерции, в том числе и на инновационной основе, а высокие стандарты в области защиты прав потребителей повышают уровень доверия пользователей к Интернет-магазинам. Это стимулирует развитие здоровой конкуренции в сфере Интернет-торговли, с одной стороны, и формирует высочайший потребительский спрос на товары и услуги рынка интернет-коммерции, с другой. В свою очередь сетевые предпринимательские структуры, уже давно освоившиеся в виртуальном пространстве, активно используют стратегии B2B, B2C, C2C, стратегии развитие других схем коммерции в Интернете таблица 14.

Таблица 14 – Группировка инструментов управления развитием субъектов Интернет-торговли в развитых и развивающихся странах

Инструменты управления развитием	Развитые страны	Развивающиеся страны	Россия
<i>Методы прямого воздействия на развитие Интернет-торговли</i>			
Стимулирование инвестиций в создание бизнеса в он-лайн среде (финансирование стартапов)	x	x	x
Стимулирование конкуренции в он-лайн областях и системно-зависимых отраслях	x		
Защита прав потребителей	x		
Развитие стандартов доступа в интернет			x
Защита персональных данных	x		
<i>Методы посредственного воздействия на развитие Интернет-торговли</i>			
Развитие электронных платёжных систем (к примеру, «Internet-banking»)	x	x	x
Обеспечение высокоскоростного доступа к интернету	x	x	x
Повышение уровня проникновения Интернета		x	x
Повышение уровня безопасности платежей	x	x	
Развитие ИКТ отрасли	x	x	x
Снижение цифрового неравенства	x	x	x
<i>Стратегии, используемые субъектами Интернет-коммерции в развитых и развивающихся странах</i>			
Стратегия B2B бизнес-бизнес	x	x	x
Стратегия B2C или бизнес-потребитель	x	x	x
Стратегия C2C или потребитель-потребитель	x	x	
Стратегия развитие других схем коммерции в Интернете (B2C или B2A: частные лица, физические лица – правительственные структуры) и т.д.	x	x	
Стратегии лидерства в показателях: цена, широкая ассортиментная линейка в различных группах товаров, уникальность представленных товаров, наличие развитой инфраструктуры доставки (низкие сроки доставки)	x	x	
Стратегии активного управления маркетинговыми коммуникациями в сети Интернет, повышение «е-доверия», лояльности и потребительской ценности	x	x	
Активное развитие трансграничной Интернет-коммерции	x	x	
Наращивание кол-ва офлайн структур с глубоким уровнем проникновения в сферу Интернет-коммерции	x	x	
* составлено по данным [82-85; 86-88]			

Изучение показателей деятельности наиболее эффективных структур Интернет-торговли в мире по данным ведущего мирового аналитического агентства [82-85], позволяет говорить о наращивании деятельности предпринимательских структур в рамках трансграничной торговли, повышении их пользовательских и сервисных характеристик (компоновка сайта, предложения товаров и характеристика деятельности, приведенная на различных языках (английский, китайский и т.д., согласно направлениям трансграничной Интернет-торговли) и расширении точек доступа к своим товарам, что позволяет им быть более конкурентоспособными в виртуальной среде.

В России темпы развития сетевых предпринимательских структур только набирают обороты. Наиболее существенными тенденциями развития на сегодня являются, с одной стороны, это сокращение бюджетов на ИТ как государственными, так и коммерческими структурами из-за негативных явлений в экономике и вводимых санкций таблица 15.

Таблица 15 - Экспертные оценки влияния экономического кризиса на различные сегменты экономики в 2014 и 2015 гг. (%) «1» — влияние отсутствует, «10» — влияние крайне сильное [89]

№ п/п	Сегмент	Оценки 1-3	Оценки 4-7	Оценки 8-10	Медиана
1	Российская экономика 2014	2,7	35,1	62,2	8
2	Российская экономика 2015	4,1	30,1	65,8	8
3	Интернет-рынки 2014	8,1	51,4	40,5	7
4	Интернет-рынки 2015	4,1	45,2	50,7	8
5	Сегмент «Маркетинг и реклама» 2014	4,7	47,1	48,2	7
6	Сегмент «Маркетинг и реклама» 2015	10,8	39,8	49,4	7
7	Сегмент «Инфраструктура» 2014	3,8	42,3	53,8	8
8	Сегмент «Инфраструктура» 2015	7,7	46,2	46,2	7
9	Сегмент «Электронная коммерция» 2014	8,0	44,0	48,0	8
10	Сегмент «Электронная коммерция» 2015	4,0	32,0	64,0	9
11	Сегмент «Электронный контент» 2014	10,0	60,0	30,0	7
12	Сегмент «Электронный контент» 2015	10,0	40,0	50,0	7

А с другой стороны, существует высочайшая необходимость ускорить инновационное развитие. Решая поставленные государством задачи по

дальнейшей информатизации общества, необходимость наращивать эффективность процессов и снижать издержки. Эксперты полагают, что кризис отразился на темпах развития Интернет-торговли. По данным специалистов Рунета [25; 26], в 2015 году все показатели, характеризующие развитие Интернет-торговли, снижаются: так темп прироста он-лайн ритейла снизились в 2015 году на 20% в сравнении с 2014 годом, темп прироста он-лайн тревэла составлял в 2015 году всего лишь 13% таблица 16.

Таблица 16 - Показатели развития рынка Интернет-торговли за 2013-2015 годы по данным Рунета [89]

	Млрд. руб.			В % к предыдущему году		
	2013	2014	2015	2013	2014	2015
Он-лайн ритейл	368	475	570	29	29	20
Он-лайн тревэл	195	279	315,3	27	43	13
Электронные платежи	350	476	571,2	30	36	20

Региональное распределение интернет-магазинов в России за прошедший год почти не изменилось. Наибольшее число компаний малого и среднего бизнеса, работающих в интернете, сосредоточено в Москве и области (31% от общего количества), а также в Ленинградской области (14%). Эти регионы можно считать передовыми и наиболее развитыми в сфере e-commerce. Значительное количество интернет-предпринимателей развивают свой бизнес в Новосибирской (5,9%) и Свердловской областях (5,5%). В остальных регионах России онлайн-продавцов значительно меньше — не больше 3%.

Анализ данных о гендерном распределении показал, что подавляющее большинство интернет-предпринимателей (71%) — это представители сильного пола. Эта тенденция сохраняется уже несколько лет, ведь и офлайн-бизнесом в основном занимаются мужчины. В 2015 году уже больше половины (51%) всех компаний — новички в сфере онлайн-торговли. Эти данные говорят о том, что

российский бизнес в интернете сейчас активно развивается и все больше компаний открывают для себя этот канал продаж. В то же время, в России немало и опытных интернет-предпринимателей — более 3 лет в интернете работает 20%. Их можно считать новаторами в своей сфере, ведь они одни из первых начали осваивать все особенности онлайн-ритейла в России. Такие компании уже наработали базу своих покупателей, знают, что и как лучше предлагать клиентам и стараются обеспечить высокий уровень обслуживания.

Наибольшее число российских интернет-предпринимателей (35%) занимаются оптовыми продажами и работают в сфере B2B. В 2015 году в этом сегменте работало 39% российских онлайн-магазинов. По сравнению с 2014 годом значительно уменьшилась доля компаний, которые ориентированы как на B2B, так и на B2C-сегменты — с 25% в 2014 году, до 13% — в 2015.

Российские интернет-предприниматели уже освоили практически все ниши и в онлайн можно заказать любой товар или услугу. В то же время, не во всех категориях одинаково большой выбор и можно довольно легко выделить наиболее конкурентные среди них. Практически все услуги, которые входят в Топ-5 самых больших категорий по количеству товарных позиций, можно отнести к сегменту B2B. Лидирует сфера грузовых автомобильных перевозок — более 12 тысяч предложений. На втором месте, с показателем более 7 тысяч, строительные и ремонтные услуги. В 2014 году эта категория даже не входила в Топ-5, что говорит о стремительном росте количества компаний, которые стали предлагать такие услуги в интернете. В то же время, в 2013 году одной из самых многочисленных категорий были клининговые услуги — более 3 тысяч предложений. В этом году они выпали из рейтинга, поскольку прирост в этой категории услуг был сравнительно небольшим. Важная тенденция — это увеличение количества предложений услуг в интернете. В каждой из категорий стало почти в два раза больше позиций и конкуренция продолжает расти. С одной стороны — это говорит о том, что владельцы компаний по оказанию услуг поняли, насколько важно быть представленными в интернете, с другой стороны — все больше клиентов ищут

подрядчиков в онлайн. Конечно, количество позиций в рубрике услуги не сравнить с количеством товаров, представленных на торговой площадке, но ведь и сайты для таких бизнесов сейчас больше играют роль визиток, а не места для продажи. Как в 2014, так и в 2015 году, по количеству позиций лидируют категории авто-, мототовары и строительство. И число предложений таких товаров в интернете продолжает активно расти. За текущий год количество товарных позиций в каждой из этих категорий увеличилось почти в два раза: с более 66 тыс. до более 105 тыс. товаров в категории авто-, мототовары, и с более 52 тыс. до почти 100 тыс. в строительстве. В этом году в Топ-5 по количеству позиций вошла категория товары для дома: на 24 ноября 2015 года в рубриках мебель, посуда, текстиль, декор и т.п. суммарно было более 65 тысяч товаров. Традиционно хорошо представлены в интернете техника и электроника, а также категория одежда, обувь и аксессуары. Они продолжают держаться в Топ-5 самых обширных категорий по количеству товарных позиций. Данные аналитики подтверждают общую тенденцию в малом и среднем российском бизнесе: интернет-предприниматели ищут ниши, которые еще не заняты крупным федеральными игроками. За 2015 год в среднем почти в 2 раза увеличилось количество заказов в каждой из 5 самых продаваемых категорий товаров. Российские покупатели стали больше доверять онлайн-торговле и чаще покупают товары в интернете. Также такой прирост можно объяснить с каждым днем расширяющимся ассортиментом товаров в интернет-магазинах. Средний чек в интернет-магазинах малого и среднего бизнеса по самым продаваемым за 2015 год категориям товаров колеблется от 3,5 тыс. руб. (товары для дома) до 13,5 тыс. руб. (строительные товары). По сравнению с данными за прошлый год, средний чек увеличился незначительно.

Наиболее крупными магазинами Интернет-ритейла Рунета за 2015 год можно назвать EXIST, ЮЛМАРТ, WILDBERRIES, СИТИЛИНК, LAMODA. Средний оборот данных магазинов в 2015 году составил 16900 млн. руб., средний чек – 5640 рублей, количество заказов (среднее) – 3930. Так, оборот Интернет-магазина EXIST в 2015 году составил 35700 млн. рублей, заказы –

4150, средний чек – 8600 рублей, показатели магазина ЮЛМАРТ следующие: оборот – 15900 млн. руб., заказы – 2550, средний чек 6200 рублей.

Более детальная информация по крупнейшим магазинам Интернет-ритейла представлена в таблице 17.

Таблица 17 - Крупнейшие магазины Рунета за 2015 год и их показатели работы [89]

№ п/п	Магазин	Оборот	Заказы	Чек
1	EXIST Автозапчасти, автоэлектроника, шины и диски	35 700	4 150	8 600
2	ЮЛМАРТ Универсальные магазины	15 900	2 550	6 200
3	WILDBERRIES Одежда, обувь и аксессуары	14 000	9 650	1 500
4	СИТИЛИНК Универсальные магазины	9 900	1 350	7 300
5	LAMODA Одежда, обувь и аксессуары	9 000	1 950	4 600
6	М.ВИДЕО Электроника и техника	8 300	690	12 000
7	ОЗОН Универсальные магазины	8 200	2 800	2 900
8	СВЯЗНОЙ Электроника и техника	6 900	770	8 900
9	ЭЛЬДОРАДО Электроника и техника	6 200	900	6 900
10	КОМУС Товары для офиса	6 000	580	10 300

В рамках Рунета развитие крупнейших магазинов можно назвать умеренно-перспективным, поскольку постоянно возрастают объемы продаж, заказов и средняя стоимость чеков. Однако учитывая глобальную виртуальную сеть – этих показателей явно недостаточно. Так, если сравнивать темпы развития мировых лидеров Интернет-коммерции, можно отметить довольно высокие темпы наращивания оборота: в Apple Inc. (США) – 67,7%, в JD.com Inc. (Китай) – 66,2%, в The Home Depot Inc. (США) – 52,8%. Также сегодня довольно четко прослеживается тенденция сращивания офлайн и он-лайн

торговли (данный вывод сделан на основе выборки, приведенной в приложении В). Такие стратегии избрали для себя компании Apple Inc. (удельный вес электронной коммерции в общем объеме выручки составляет 30,8%), Otto (GmbH & Co KG) (Германия) (удельный вес электронной коммерции в общем объеме выручки составляет 61,3%%), Lojas Americanas S.A. (Бразилия) (удельный вес электронной коммерции - 45,4%) таблица 18.

Таблица 18 – Показатели развития крупнейших компаний Интернет-коммерции в мире за 2015 год [82; 85]

Название компании	Страна происхождения	Оборот, млн. долл.	Удельный вес электронной коммерции в % от общего объема выручки	Темпы роста оборота, %
Amazon.com Inc.	США	\$ 60,903.00	100,0%	17,7%
JD.com Inc.	Китай	\$ 10,826.75	100,0%	66,2%
Wal-Mart Stores Inc.	США	\$ 10,000.00	2,1%	29,9%
Apple Inc.	США	\$ 9,000.00	30,8%	67,7%
Otto (GmbH & Co KG)	Германия	\$ 8,188.94	61,3%	7,0%
Tesco PLC	Великобритания	\$ 5,250.54	5,3%	11,0%
Liberty Interactive Corporation	США	\$ 4,884.00	47,4%	10,9%
Casino Guichard-Perrachon S.A.	Франция	\$ 3,952.82	6,2%	19,4%
Suning Commerce Group Co., Ltd.	Китай	\$ 3,100.00	11,1%	37,8%
Macy's Inc.	Китай	\$ 3,100.00	11,1%	37,8%
Costco Wholesale Corporation	США	\$ 3,086.10	2,9%	47,0%
Best Buy Co. Inc.	США	\$ 3,044.00	7,2%	19,8%
Home Retail Group plc	Великобритания	\$ 2,906.78	32,6%	7,0%
Lojas Americanas S.A.	Бразилия	\$ 2,838.09	45,4%	26.5%
The Home Depot Inc.	США	\$ 2,750.00	3,5%	52,8%
Newegg Inc.	США	\$ 2,700.00	100,0%	-3,6%
Staples Inc.	США	\$ 2,500.00	20,6%	0,0%
Zalando AG	Германия	\$ 2,340.42	100,0%	52,1%
Shop Direct Group	Великобритания	\$ 2,322.60	84,0%	8,3%
The Gap Inc.	США	\$ 2,260.00	14,0%	21.5%

Специалисты называют универсально-выигрышные стратегии для развития интернет-коммерции на ближайшую перспективу: повсеместные инновации в области продаж (к примеру, набирает популярность сервис так называемых «универсальных тележек», которые позволяют клиентам приобрести товары из различных интернет-магазинов через один сайт), дальнейшее расширение точек получения товара (специалисты полагают, что сервис «доставка на дом» будет трансформирован в доставку в любую точку, где находится клиент, поскольку большую часть времени клиенты проводят вне дома (на работе, к примеру, в автомобиле, в кафе и т.д.), формируется широкая сеть доступа к товару в «узлах перемещения покупателя» (так, в Великобритании, Интернет-магазин John Lewis открыл центр выдачи товаров размером 3000 квадратных метров на станции Сент-Панкрас в Лондоне. Это позволяет покупателям подобрать заказы через Интернет в тот же день, если они размещают заказ на пути возвращения домой забрать их), постоянное обновление сервисов и приложений, повышение инноваций в области осуществления мобильных платежей. Достаточно перспективно в целях повышения доверия и имиджа магазина в сети Интернет выглядят «подключения клиентов, уже использовавших данный товар». Так, процесс покупки превращается в процесс общения с консультантом и потребителем, который может демонстрировать из собственного дома процесс эксплуатации необходимого клиенту товара, это своего рода геопозиционирование. Иностранные Интернет-магазины активно расширяют линейку визуальных поисковых приложений. К примеру, клиенты могут по фотографии знакомого, который носит украшение найти похожий продукт.

Для расширения отечественного рынка Интернет-торговли следует более активно использовать маркетинговые коммуникации с потребителями на ранних этапах принятия решений о покупке, поскольку 85% покупателей до осуществления покупки тратят по крайней мере три части контента. Также особое значение имеет организационная структура сайта, его производительность и удобство использования для потребителей.

Активная реклама – это основной способ повышение объемов продаж, количества заказов в сети Интернет. Так, согласно отчетам Рунета, фирмы, представляющие сферу Интернет-продаж в России наиболее часто используют контекстную рекламу (удельный вес расходов на контекстную рекламу составляет в среднем по Рунету 23%, по фирмам сферы Интернет-торговли - 35%), а также медийную (баннерную) рекламу (удельный вес расходов на баннерную составляет в среднем по Рунету составляет 19%, по фирмам сферы Интернет-торговли также 19%) рисунок 18.

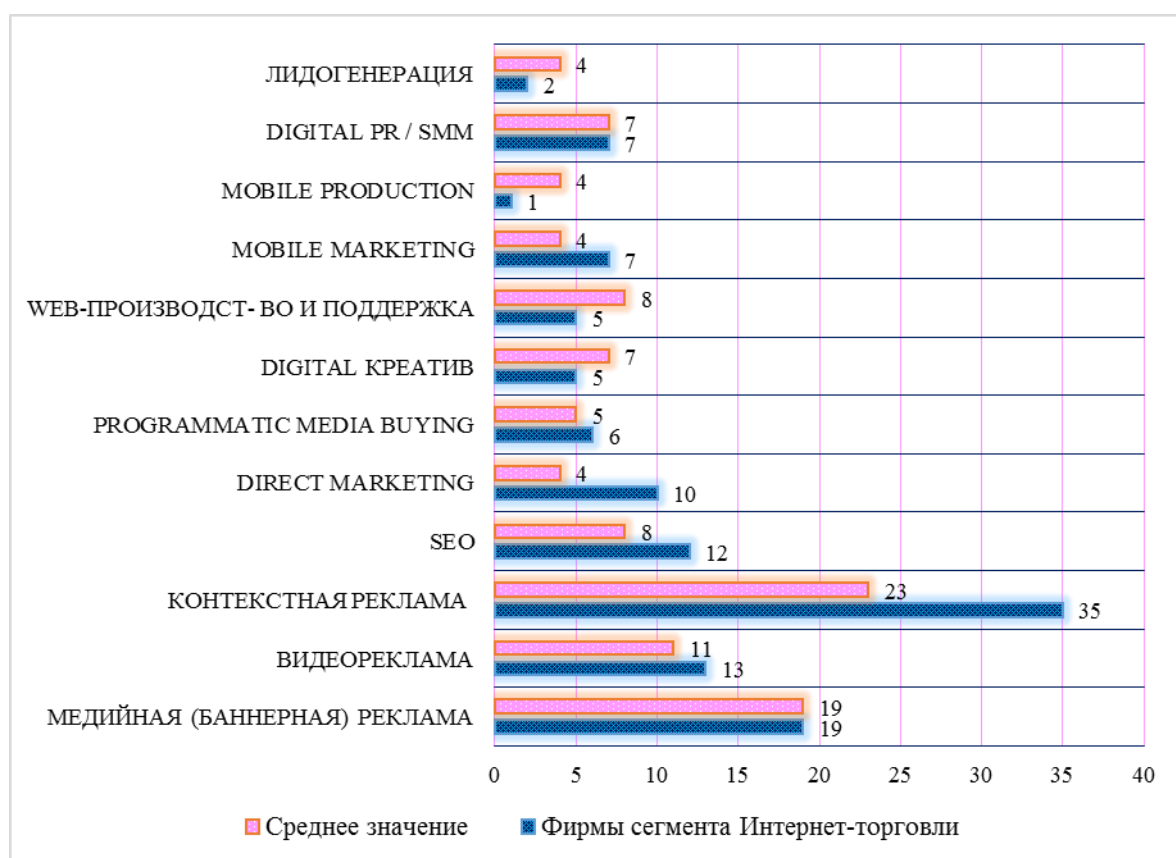


Рисунок 18 - Удельный вес расходов на продвижение в сфере Интернет-торговли по структуре digital-инструментов в сравнении со средним значением по сегментам Интернет-рынка в 2016 году, % [89]

Отрицательным аспектом развития Интернет торговли стоит считать то, что представители бизнеса сегодня не проявляют высокой заинтересованности к тенденциям регулирования Интернета в России. Так, по данным Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям, в целом мало

функциональных игроков рынка (в том числе и Интернет-торговли) которые знакомы с хотя бы на 60% с информацией законодательного и регулятивного характера. Самый высокий процент прочитавших полностью текстов приходится именно на те законы, влияние которых большинство экспертов считают самым сильным и самым негативным, — об ограничении на хранение персональных данных и об ограничении на интернет-платежи. В основном же эксперты оценивают силу законов как среднюю. Это может свидетельствовать о том, что эксперты рассчитывают на то, что данные законы не коснутся их бизнеса или не будут соблюдаться в том виде, в котором они принимаются.

Любопытно, что эксперты в основном считают наиболее сильными и негативными те законы, которые могут напрямую угрожать их бизнесу. В том случае, если жесткие меры могут привести к улучшению бизнеса в их сегменте, индустрия не проявляет обеспокоенности чрезмерными мерами, которые могут угрожать ведению бизнеса в другом сегменте и развитию Интернета в целом. Это наглядно видно в случае с антипиратским законом, который поддержало большинство экспертов в сегменте электронного контента и который при этом может негативно отразиться на бизнесе в сегменте инфраструктуры.

Положительным аспектом для развития Интернет-торговли можно считать работу специализированных фондов. Так, к примеру, Фонд развития интернет-инициатив [90] реализует ряд программ, направленных на повышение количества коммерческих структур в сети Интернет посредством финансирования различных стадий старт-тапов. В 2014 году ФРИИ был назван Dow Jones самым активным «посевным» фондом Европы, а также получил премию Venture Awards “Seed Investor of the Year”. Таким образом, за полтора года работы ФРИИ стал одним из ключевых участников венчурного рынка проектов, связанных с интернет-торговлей. За счет деятельности ФРИИ количество сделок на стадии «pre-seed» значительно возросло — на 206,8%. Всего в 2014 году было сделано 135 инвестиций на ранней стадии, из них 102 сделал ФРИИ. Таким образом, за полтора года работы Фонд стал ключевым игроком на рынке ранних инвестиций в проекты интернет-коммерции. С

течением времени ФРИИ повышает планку требований к стартапам, претендующих на программы Акселератора. В 2013 году Фонд был готов работать с командами на уровне идей. В 2014 году Акселератор повысил требования и работает только с теми стартапами, у которых уже есть первые продажи. В 2015 году через StartTrack прошло порядка 100 проектов. Главное требование к проектам — готовый продукт и ежемесячная выручка минимум 100 тыс. руб. Важная задача StartTrack, которая решается с помощью проведения еженедельных мероприятий для инвесторов, — создать сообщество бизнес-ангелов

Таблица 19 - Объем и количество сделок в интернет-сегменте «коммерция» [91]

Этапы осуществления сделки	2013		2014		2015	
	Млн. долл.	Кол-во	Млн. долл.	Кол-во	Млн. долл.	Кол-во
Pre-seed	1,8	41	1,5	44	5,5	135
Seed	29,1	57	29,2	106	34,0	71
Раунд А	55,2	28	89,6	58	63,7	29
Раунд В	51,9	11	114,6	23	95,1	18
Поздние раунды и покупки	533,5	17	856,4	30	1375,2	29
Всего	671,5	154	1047,8	261	1573,5	282
<i>Без поздних раундов и покупок</i>			234,9	231	198,3	253

В рамках миссии ФРИИ по развитию экосистемы интернета были серьезно переработаны совместные программы с российскими институтами развития — Фондом Бортника, Фондом «Сколково» (в частности ИТ-Кластер), РВК, Роснано и отдельными наноцентрами, ВЭБ-инновации. Совместные проекты включают в себя совместное рассмотрение заявок на финансирование проектов, совместные отборы стартапов, общие мероприятия для развития венчурной отрасли.

Специалисты полагают, что рост количества сделок на пред посеве позволит решить проблему дефицита качественных стартапов на более поздних

стадиях. Проводятся семинары и обучающие конференции. Одна из ключевых идей таких мероприятий — обмен мнениями и оценками перспективности стартапов. В 2015 году было проведено более 20 образовательных мероприятий для инвесторов, в которых приняло участие более 250 человек. Также были организованы «быстрые встречи», во время которых инвесторы смогли познакомиться с командами 50 проектов.

Снижение темпов развития Интернет-торговли также связано с недостаточно высоким уровнем работы с аудиторией в России. По данным исследований ФОМ на лето 2015 года показатель проникновения интернета среди взрослого населения России составил 66%, или 77,5 млн человек. Доля активной аудитории — это выходящие в Сеть хотя бы раз за сутки — сейчас составляет 53% (62,0 млн человек). Годовой прирост интернет — пользователей, выходящих в сеть хотя бы раз за месяц, составил 8%, а для суточной аудитории данный показатель равен 6%. Активный рост доли пользователей за последний год (с лета 2014) наблюдается в Приволжском и Дальневосточном ФО, а также в городах с населением 100 тыс. чел.- 500 тыс. чел., городах с населением менее 100 тыс человек и селах. Увеличивается доля интернет-пользователей среди женщин, среди жителей России в возрасте 45-55 лет, а также среди тех, кто оценивает свое материальное положение, как «денег не хватает даже на еду». Можно предположить, что повышение доли пользователей среди данных групп населения является частично результатом выполнения плана Минкомсвязи по обеспечению ШПД малонаселенных пунктов, а также, что стоимость интернет-услуг от операторов становится более доступной для населения. Динамика проникновения Интернета на сегодня составляет порядка 53% активных пользователей в сутки, 63% активных пользователей за неделю и 66% активных пользователей за месяц. Активным пользователем считается человек, который хотя бы раз в сутки заходит в Интернет [92].

По мнению многих экспертов, данное замедление темпов повышения уровня проникновения Интернета требует дополнительного стимулирования со

стороны пользователей, особенно в сегменте Интернет-торговли, поскольку недостаток расширения аудитории чреват снижением финансово-экономических показателей рисунок 19.

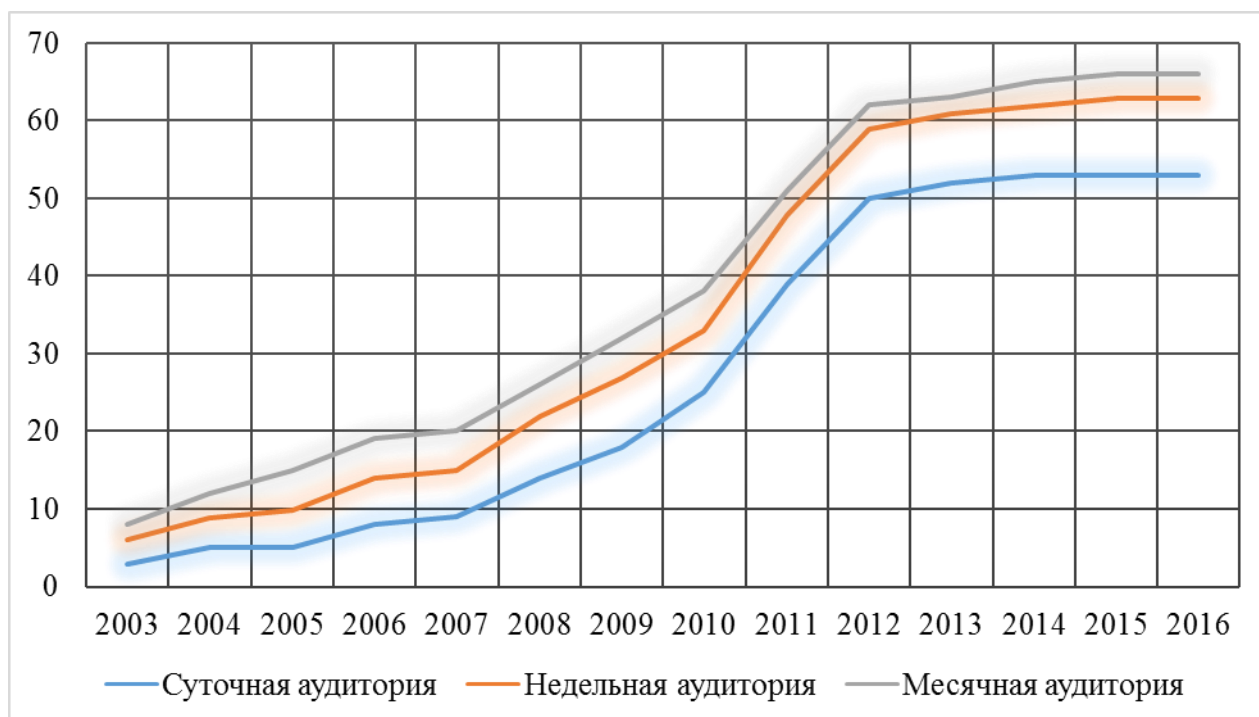


Рисунок 19 – Динамика проникновения, % населения активно использующего Интернет [60]

Таким образом, рисунок наглядно показывает замедление темпов наращивания проникновения Интернета в жизнь населения в России. Если рассматривать возрастную структуру аудитории Рунета и динамику его проникновения, то отмечается преобладающий удельный вес активных пользователей, находящихся в возрастных категориях 18-24 года и 25-34 года: динамика проникновения в данные возрастные группы составляет в начале 2016 97% и 94% соответственно. Динамика проникновения Интернета в возрастную группу 35-44 года составляет порядка 84%, в возрастную группу 45-54 года – 65%, 55 лет и старше – 26%. Безусловно данная тенденция является объективной: молодежь более склонна к обучению новинкам Интернет-технологий, владеет навыками активного пользователя, более обеспечена средствами быстрого доступа в Интернет (компьютеры, планшеты,

телефоны, смартфоны и т.д.). Это позволяет им более широко использовать потенциал глобальной сети рисунок 20.

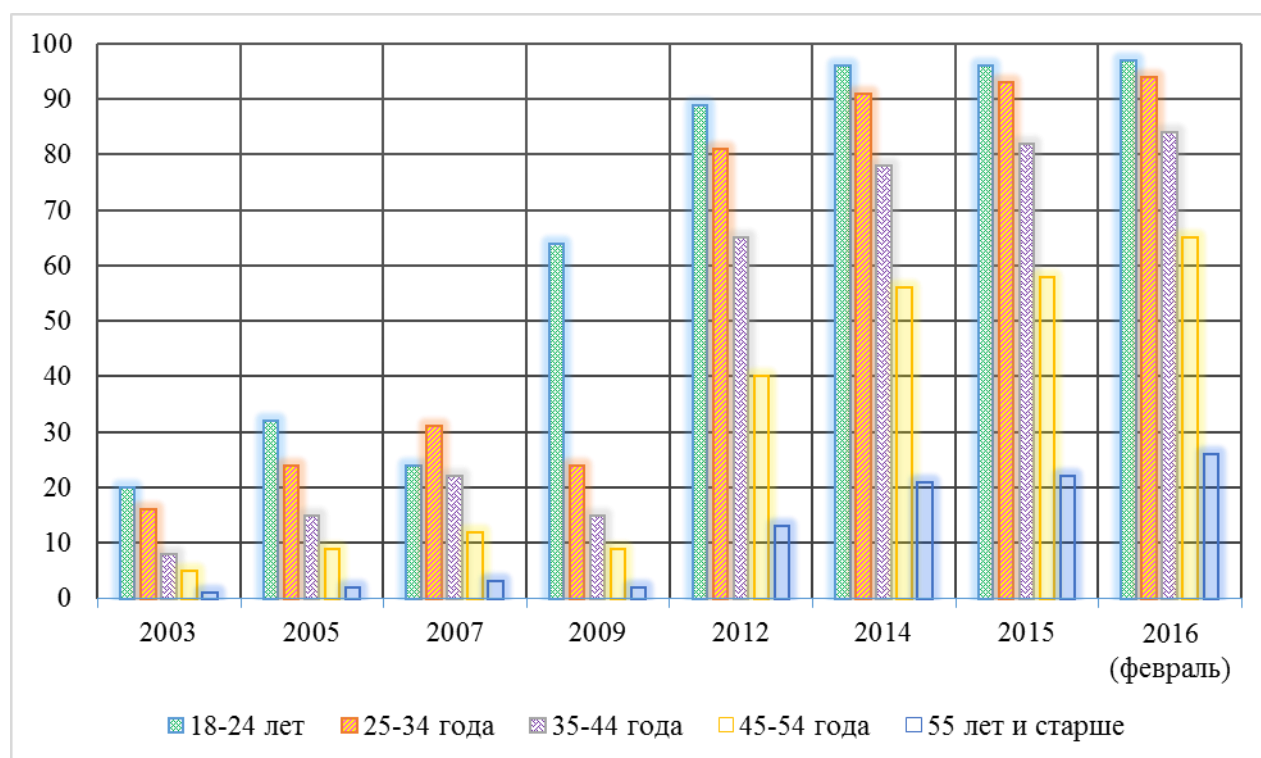


Рисунок 20 – Динамика проникновения Интернета по возрастным группам населения в России за 2003-2016 годы, % человек, являющихся активными пользователями [92]

Однако возрастная категория лиц от 35 до 65 (к примеру) лиц является более обширной, чем возрастная категория молодежи. Так, если сгруппировать официальные данные Росстата по двум наиболее широким группам населения (первая группа – население в возрасте от 15 до 34 лет и вторая группа – население в возрасте от 35 до 64 лет), то получим данные о преобладании в численном и процентном соотношении группы лиц в возрасте от 35 до 64 лет. При этом преобладание второй группы с меньшим уровнем пользовательской активности в Интернете постоянно возрастает, что говорит о необходимости использования методов и инструментов повышения активности населения в возрасте от 35 лет и старше рисунок 21.

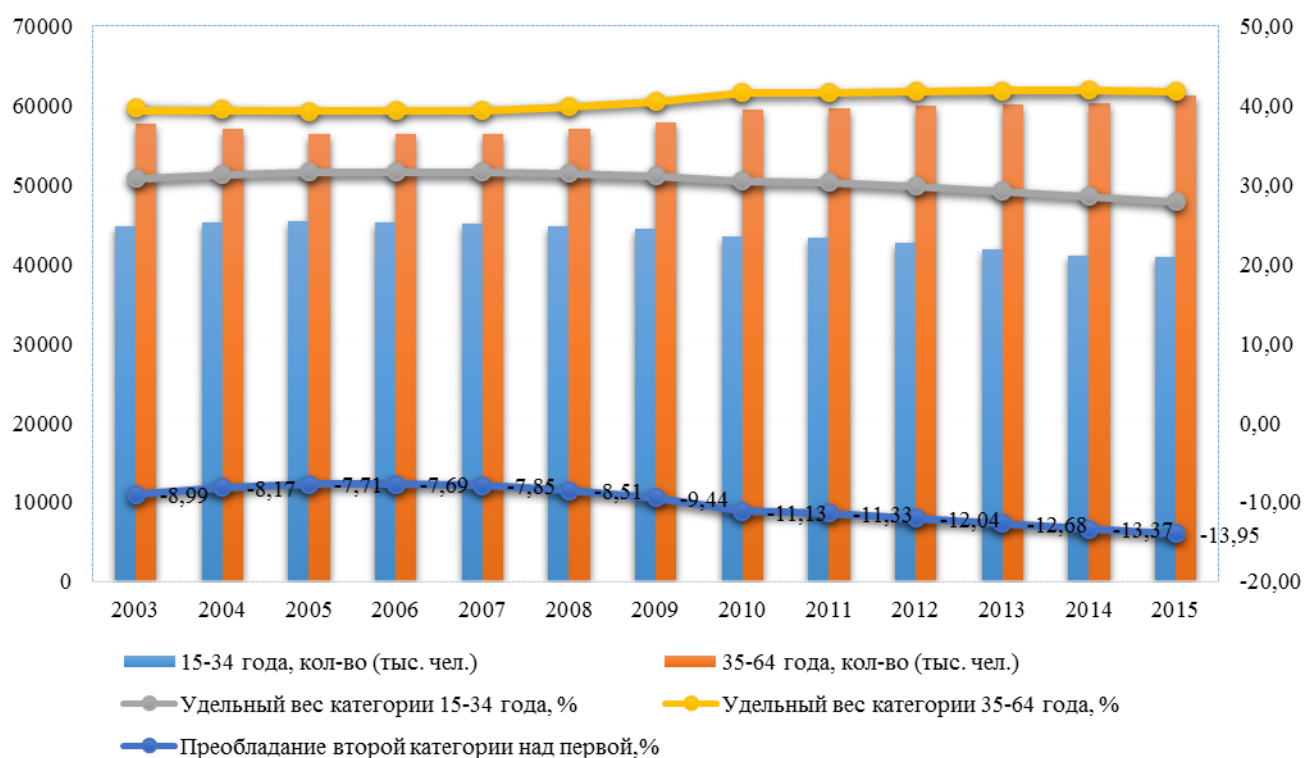


Рисунок 21 – Возрастные группы населения России и их численность за 2003-2015 годы, тыс. чел. / % [92]

Вместе с наращиванием численности категории второй группы пользователей (35-64 года) и увеличением разрыва с первой категорией населения в России (15-34 года) происходит и ругая довольно существенная тенденция. Так, если рассматривать среднее значение уровня проникновения Интернета по данным возрастным группам, то можно отметить, что разница со средним значением уровня проникновения в группе от 15- до 34 лет постоянно увеличивается (разница первой категории со второй в 2007 году составила 15,2%, в 2012 году разница возросла до 45,7%, в начале 2016 года разница составляла 37,2%).

Таким образом, преобладание второй укрупненной нами группы пользователей Интернета в численности жителей России в возрасте от 35 лет и старше (без учета возрастной категории от 57 лет и старше) и увеличение отставания данной категории по уровню проникновения Интернета от менее численной группы в возрасте от 15-ти до 34-х лет позволяет говорить о

необходимости развития дополнительного образования в данной группе с целью повышения ее Интернет-активности рисунок 22.

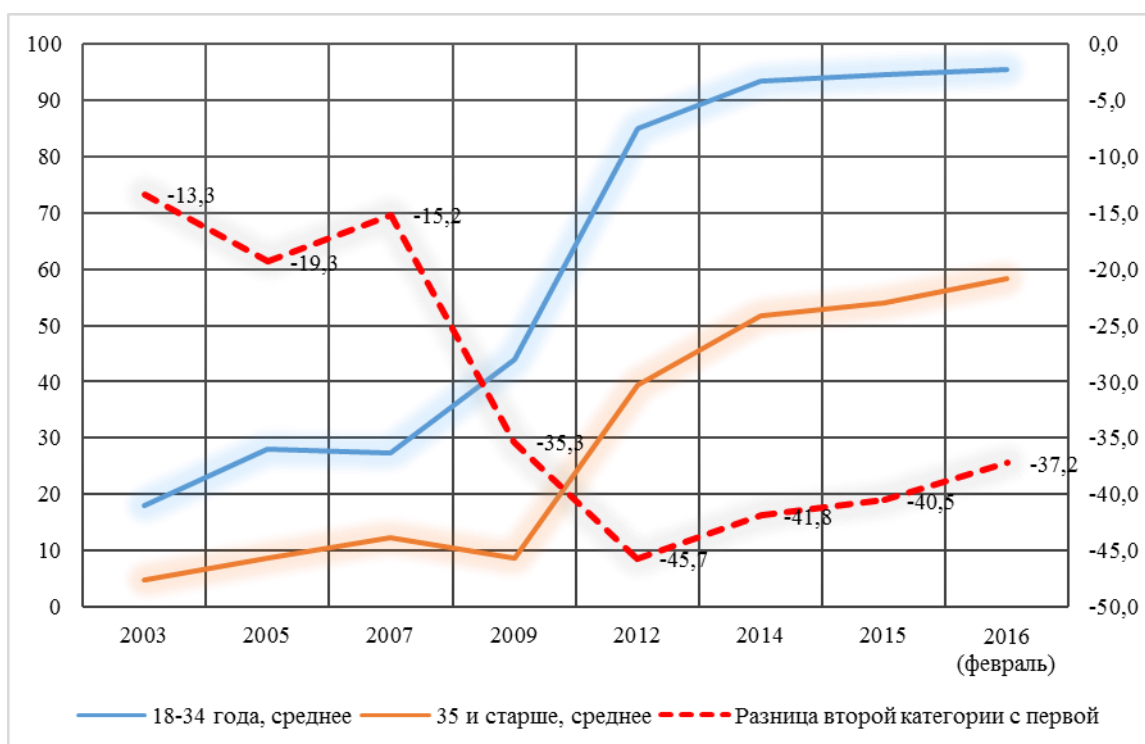


Рисунок 22 – Разница в среднем значении уровня проникновения Интернета по основным возрастным группам за 2003-2016 годы [92]

Исследование профиля покупок, сделанных потребителями магазинов сферы Интернет-торговли показывает, что российские потребители покупали в основном мелкую бытовую технику (42%), одежду и обувь (41%), мобильные телефоны и планшеты (35%), косметику и парфюмерию (34%), электронику (видео, аудио, фото) (31%), компьютеры, ноутбуки (31%), товары для дома и сада (29%), товары для детей (29%), крупную бытовую технику (21%), товары для спорта (20%), автозапчасти (19%), строительные материалы (15%), мебель (13%), товары хенд-мей (8%). Профиль покупок в Интернет-магазинах России, Китая и в англоязычных фирмах российских пользователей представлен на рисунке 23.



Рисунок 23 – Профиль покупок в Интернет-магазинах России, Китая и в англоязычных фирмах российских пользователей, % [89]

Разница в профилях покупок показывает, что в магазинах России жители более склонны покупать мелкую бытовую технику, а в китайских магазинах и англоязычных одежду и обувь, косметику и парфюмерию, электронику, товары для детей и товары для спорта. При этом основными мотивами осуществления покупки за рубежом являются: более низкая стоимость товара, нежели в Интернет-магазинах в России (71% активных пользователей отмечает эту причину как главную при осуществлении покупки на иностранных сайтах), есть товары, которые не продаются в России (42%), более широкая ассортиментная линейка в различных группах товаров у зарубежных фирм (33%), зарубежные фирмы предоставляют возможность купить уникальные, эксклюзивные товары (27%), качество товара выше, чем в российских Интернет-магазинах (15%), другие причины осуществления покупки (15%) рисунок 24.



Рисунок 24 - Мотивы осуществления покупок потребителей сегмента Интернет-торговли в России [89]

Таким образом, проведенный анализ позволил установить, что ценовые факторы являются для отечественных потребителей наиболее влиятельными. Также если учитывать совокупность мотивов в двух категориях «Известность, репутация магазина» и «отзывы покупателей в интернете», то получим вторую по величине влиятельную группу мотивов – уровень доверия потребителей к Интернет-магазину. Следовательно, представляется целесообразным в стратегии развития Интернет-торговли учитывать данные категории более внимательно.

3.4 Мероприятия по развитию потенциала Интернет-экономики и результаты их внедрения

Структуризация выявленных проблем позволяет говорить необходимости решения наиболее важных стратегических задач по развитию потенциала Интернет-экономики, а именно:

1. Необходимо выработать единое концептуальное представление о вкладе потенциала Интернет-экономики в развитие государства, что и будет

являться критерием эффективного развития. Таким показателем может стать вклад Интернет-экономики в ВВП страны.

2. Необходимо повысить кооперационные связи между производителями продукции ИКТ и обеспечивающей развитие Интернет-потенциала инфраструктурой (конфликты между телекоммуникационными и интернет-компаниями, связанные с пирингом трафика, ОТА-сервисами и сетевой резко обострились, преимущество в программном обеспечении и производстве в отрасли ИКТ зарубежных компаний приводит к некоторому застою в развитии отечественных производителей, что стимулирует импортозамещение, сохраняются проблемы с развитием С2С сервисами, необходимо повысить уровень сетевой готовности общества).

3. Особое внимание необходимо уделить повышению уровня проникновения Интернета, особенно в возрастной категории граждан от 35 до 64 лет, повысить уровень Интернет-культуры посредством специальных курсов и программ, повысить доверие путем повышения безопасности и переосмысления концепции Privacy (данные пользователей как главный ресурс интернета).

В целом представляется необходимым сместить акцент с решения текущих задач к структурным концептуальным обоснованиям и программам с использованием перспективно-анализирующего подхода, который должен строиться на таких основных позициях: учет внешних факторов развития потенциала Интернет-экономики: глобальных мировых трендов, развития отраслей экономики, готовности общества к реализации деятельности в глобальной сети и т.д.; предприятия сферы Интернет-коммерции должны стремиться к повышению потребительской ценности, лояльности, развитию уровня проникновения коммерческой деятельности в глобальную сеть, наращиванию кооперационных связей в рамках трансграничной Интернет-торговли. Концепция расширения потенциала Интернет-экономики, предлагаемая для решения поставленных задач в системной их взаимосвязи представлена на рисунке 25.



Рисунок 25 – Концепция расширения потенциала Интернет-экономики

Достаточно высокий потенциал развития Интернет-экономики требует взвешенных критериев при инвестировании проектов. Несмотря на достаточно продуктивную работу многих специализированных институтов, приоритет инвестирования в социально-значимых отраслях (здравоохранение, образование, социальные услуги и т.д.) значительно ниже приоритетов в отраслях быстрой окупаемости (торговля, другие сферы бизнеса).

Для развития потенциала Интернет-экономики в России представляется целесообразным разработать дополнительную программу, направленную на устранения выявленных в результате исследования пробелов. Программа должна содержать чёткие критерии достижения программных мероприятий, а также суть механизмов достижения запланированных результатов. Предлагаемая программа коррелируется с государственной программой Российской Федерации Информационное общество (2011-2020 годы) [91], не противоречит основным ее позициям и не повторяет их. Предложенные мероприятия дополняют данный документ новыми критериями и позициями относительно путей развития Интернет-экономики в будущем таблица 20.

Таблица 20 – Программа развития потенциала Интернет-экономики и Интернет-коммерции на 2017-2020 годы

	Показатели развития				Эффе кт (+; -)	Суть и механизмы реализации предлагаемого мероприятия
	2017	2018	2019	2020		
Повышение возможности использовать потенциал Интернет-экономики						
Повышение удельного веса организаций, использующих глобальные информационные сети, %	92,1	93,3	95,5	98	5,9	Предоставить налоговые льготы организациям провайдинга, осуществляющим интернетизацию в отдалённых населенных пунктах России, рекомендовать организациям разработать веб сайт и упростить процедуры регистрации доменов для отдалённых регионов и организаций социального значения
Повышение удельного веса организаций, использующих сеть Интернет, %	92	95	97	98	6	
Повышение удельного веса организаций, имеющих веб-сайт, %	55	65	75	85	30	
Повышение удельного веса организаций, имеющих широкополосный доступ в интернет, % Согласно оценкам ряда независимых эконометрических исследований, рост ВВП составляет 0,25 - 1,5% на каждые 10% увеличения уровня проникновения широкополосного доступа. Развитие широкополосного доступа способствует внедрению более эффективных бизнес-процессов, снижает транзакционные издержки и обеспечивает лучший доступ к трудовым и материальным ресурсам, а также к потребителям.	85	89	93	95	10	Необходимо четкое определение на федеральном уровне географических регионов, в которых необходимо государственное вмешательство (с низким уровнем рентабельности); учет потребностей и структуры экономики, основанный на анализе рынка и факторов развития широкополосного доступа. Следует поощрять прямое участие государственных, и негосударственных структур в расширении доступа. необходимо разработать прозрачные, процедуры использования бюджетных средств, выделяемых на развитие широкополосного доступа с использованием механизмов частно-государственного партнёрства и межбюджетных субсидий и трансфертов для развития инфраструктуры. Необходимо разработать типовые процедуры и правила финансовой поддержки со стороны федерального и региональных бюджетов для развития инфраструктуры в сельских поселениях, удаленных и труднодоступных территориях

Продолжение таблицы 20

Повышение уровня проникновения Интернета (количества пользователей на 100 чел.)	63,8	69,5	75,1	80,2	16,4	Предоставлять налоговые льготы фирмам провайдинга, обеспечивающим доступ к удаленным населенным пунктам, повысить количество точек бесплатного доступа
Повышение Индекса сетевой готовности общества (рейтинговая позиция по критериям Всемирного форума)	35	30	25	20	-15	Стимулировать инновационную среду развития Интернет-технологий, повысить уровень Интернет-культуры пользователей (реализуется посредством практически всех приведённых в Программе мероприятий)
Создание на базе учебных организаций курсов обучения Интернет-предпринимательству, единиц	100	120	130	140	40	Обучающие курсы позволят заинтересовать предпринимателей перенести (или же создать) свою деятельность в сфере Интернет-экономики, что положительно скажется на объемах Интернет-коммерции
Повышение уровня проникновения Интернета в возрастные группы от 35 до 65 и более лиц посредством специальных курсов обучения Интернет-грамотности, кол-во курсов	100	120	130	140	40	Посредством повышения Интернет-культуры наиболее широкой потенциальной Интернет-аудитории будет повышаться возможность реализации деятельности населения в сети Интернет, их пользовательская активность
Направления государственного регулирования развития потенциала Интернет-экономики						
Развитие кластерных инициатив (по аналогии Сколково), единиц прототипа	2	3	4	5	3	Упрощения процедур получения финансового обеспечения на создание кластеров в сфере Интернет-экономики и сопутствующих отраслях
Поддержка кластерных инициатив в области кооперации предприятия ИКТ, провайдинга, Интернет-коммерции (кластер, единицы)	1	2	3	4	3	
Приоритет инвестированию проектам, связанным с решением социальных проблем (не менее 5% Интернет-проектов, профинансированных Фондами, млн. руб.)	2,4	3,5	5,8	6,5	4,1	Дополнить существующие критерии финансирования проектов в области Интернет-экономики показателями социальной эффективности и степенью влияния на развитие потенциала Интернет-экономики

Продолжение таблицы 20

Повысить количество точек бесплатного доступа к Интернету в местах наибольшего скопления людей (кафетерии, библиотеки, станции метро, ж/д и т.д.)	1000	2000	5000	10000	9000	Обязать субъектов, отвечающих на указанные виды деятельности установить бесплатные точки доступа к Интернету в местах, наиболее для этого благоприятных с точки зрения безопасности и удобства пользования
Повысить количество бюджетных мест на специальностях в сфере ИКТ, в % к количеству имеющихся	5	10	15	20	15	На государственном уровне определить перечень ВУЗов в которых будет расширено количество бюджетных мест
Развитие инфраструктуры доступа						
Повысить среднее значение скорости загрузки данных, предоставляемых провайдерами в рамках стандартных пакетов, Мб/м	90	110	115	120	30	Обязать субъектов, осуществляющих предпринимательскую деятельность в сфере провайдера в рамках стандартных пакетов доступа использовать указанные показатели, разработать целевых показателей распространения инфраструктуры в регионах, где отсутствуют экономические стимулы для частного инвестирования (так называемые «серые» или «белые» территории). Это позволит отслеживать действия государства, направленные на стимулирование развертывания инфраструктуры, Международный опыт показывает, что создание независимого регулирующего органа, деятельность которого связана с регулированием сферы провайдера, действующего в рамках четкого разграничения полномочий по формулированию политики и ее реализации, может быть одним из наиболее эффективных вариантов.
Повысить объем предоставляемого широкополосного доступа в Интернет, в % к общему объему доступа (стандартного, цифрового и т.д.)	60	70	80	90	30	

Продолжение таблицы 20

Стимулирование провайдинговых компаний и потребителей к переходу на модель ценообразования, которая основывается на потребительской ценности услуг, основное внимание уделяется индивидуальным нуждам и запросам пользователей, дифференциация предложения осуществляется по цене услуги, количеству и содержанию опций для пользователя, количество введенных сервисов, направленных на регулирование потребляемого трафика	Повышение потребительской ценности провайдинг-организаций и их роли в социально-экономическом развитии					Использование специальных сервисов (к примеру - "Турбо кнопка" - опция, которая уже сейчас пользуется популярностью в предложениях мобильных операторов, и позволяющая реализовать приоритетность трафика для отдельного мобильного терминала в течение ограниченного периода времени (минуты или часы). Эта опция особенно полезна в условиях перегрузки сот. Разделение пакета услуг широкополосного доступа между несколькими устройствами являются другим ценностным предложением, которое базируется на одном контракте подписки множества мобильных устройств (смартфонов, телефонов, электронных книг и т.п.) и разделяющих один и тот же разрешенный трафик.
Повышения количества безопасных серверов, %	20	40	60	80	60	Повышение культуры безопасности ведения сайтов со стороны пользователей посредством предоставления дополнительных бесплатных программ
Повышение количества сайтов Интернет-коммерции, имеющих SSL-сертификат, %	60	70	80	90	30	Рекомендовать соответствующим документом всем структурам, ведущим коммерческую или другую деятельность в просторах глобальной сети иметь SSL-сертификат и ввести штрафы за его отсутствие
Развитие потенциала Интернет-торговли						
Повышение доверия населения к сфере Интернет-коммерции посредством формирования Рейтинга доверия к Интернет-магазину	Разработка рейтинга доверия, основанного не только на отзывах покупателей о сайте, но и на экспертных оценках профессионалов					Обязать соответствующие структуры (Ассоциацию интернет-магазинов в России, Ассоциацию электронных коммуникаций и другие органы разработать и ежегодно предоставлять обществу «Рейтинг доверия»

Окончание таблицы 20

Пересмотр стратегий взаимодействия с потребителями и повышение потребительской ценности	Повысить потребительскую ценность организаций, развивать линии трансграничной Интернет-коммерции					Перевести сайты на языки линии трансграничного сотрудничества, развивать сервисы, способствующие возможности осуществления покупок в различных Интернет-магазинах, активно использовать рассылки
Повышение удельного веса организаций, имеющих веб-сайт и относящихся к сфере оптовой и розничной торговли, %	55	65	75	85	30	Стимулировать организации посредством упрощения процедур регистрации доменов и затрат на соответствующие процедуры
Повышение количества сделок, профинансированных ФРИИ в Интернет-сегменте «коммерция» без поздних раундов, кол-во	310	350	375	400	90	Стадия pre-seed является самым непрозрачным этапом финансирования, что вызывает сложности в сборе и оценке данных. Разработать критерии более детальных экспертных оценок при финансировании проектов на начальных стадиях
Повышение объемов финансирования сделок, посредством ФРИИ в Интернет-сегменте «коммерция» без поздних раундов, млн. долл.	220	250	260	275	55	

Для разработки программы были учтены показатели, полученные посредством эмпирических исследований и изложенные в работе ранее, а также крайние отчеты Группы Всемирного банка «Цифровые дивиденды 2016» [92] и «Широкополосный доступ в России: аналитический доклад» [93] посредством которых были дополнены программные мероприятия с учетом успешного опыта и мировых перспектив.

Также проведенный анализ состояния отечественного сегмента Интернет-коммерции с оглядкой на зарубежный опыт и перспективы глобальных трендов в сегменте представляется целесообразным решить такие задачи:

1. Предоставление потребителям вне зависимости от размера населенного пункта и расстояния до центра всего возможного ассортимента товаров. Рост доступности товаров для маломобильных групп населения;

2. Устранение правовых коллизий в законодательной базе Интернет-торговли, создание условий для выравнивания законодательства разных форматов продажи: интернет-продажи, дистанционные продажи, продажи в розничных магазинах. Устранение правовой дискриминации интернет-магазинов относительно розничного ритейла, четкое определение границ и отличий разных форматов торговли. Договорное регулирование процедур возврата товара. Четкое определение процедуры выдачи фискального чека в случае дистанционной торговли;

3. Обеспечение каналов сбыта для кустарного производства на всей территории страны, рост мелкого предпринимательства и повышения уровня самозанятости;

4. Усиление безопасности сделок между частными и юридическими лицами и между частными лицами за счет повышения прозрачности и технологичности сопровождения сделок;

5. Слабая активность Ассоциации компаний розничной электронной торговли в рамках влияния на развитие Интернет-торговли, требуется повышение законотворческой и регулирующей активности данных структур

(речь также идет и об Ассоциации интернет-магазинов России, которая на данном этапе больше выполняет роль «рекламатора и статиста», нежели органа, активно участвующего в развитии Интернет-коммерции).

6. Особое значение для развития Интернет-торговли имеет повышение уровня доверия со стороны потребителей к услугам и товарам, купленным в интернете, безопасность, налаживание контактов с потребителями по статусу аудиторий, выравнивание диспропорций в показателях обеспеченности интернетом и средствами выхода в интернет, повышение уровня интернет-культуры.

Программа предлагаемых мероприятий рассчитана на период с 2017 года до 2020 года. Посредством ее реализации планируется получить такие наиболее значимые результаты: повысить удельный вес организаций, использующих глобальные информационные сети на 5,9%, удельный вес организаций, использующих сеть Интернет на 6%, удельный вес организаций, имеющих веб сайты на 30%, повысить удельный вес организаций, имеющих широкополосный доступ на 10%, повысить уровень развития Интернета и его проникновения в общество (количество пользователей на 100 человек) на 16,4%, повысить уровень проникновения в возрастные группы от 35 до 65-ти и более лет на 40%, повысить количество безопасных серверов на 60%, повысить количество сайтов Интернет-коммерции, имеющих сертификат SSL на 30%.

ЗАДАНИЕ ДЛЯ РАЗДЕЛА «СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ»

Студенту:

Группа	ФИО
3-3401	Емельянова Александра Евгеньевна

Институт	Электронного образования	Кафедра	Кафедра экономики
Уровень образования		Направление/специальность	Национальная экономика

Исходные данные к разделу «Социальная ответственность»:	
1. Описание рабочего места (рабочей зоны, технологического процесса, механического оборудования) на предмет возникновения: - вредных проявлений факторов производственной среды (метеоусловия, вредные вещества, освещение, шумы, вибрации, электромагнитные поля, ионизирующие излучения) - опасных проявлений факторов производственной среды (механической природы, термического характера, электрической, пожарной природы) - чрезвычайных ситуаций социального характера	При осуществлении операций в сети Интернет используются устройства, которые имеют некоторые вредные проявления: компьютер при длительном использовании снижает зрение, а также содержит магнитное излучение, негативно сказывающееся на здоровье человека при его переизбытке; мобильные телефоны также наносят вред здоровью посредством электромагнитного излучения (по данным Международного агентства по изучению раковых заболеваний излучение от мобильных телефонов классифицировано как «возможно канцерогенное для человека»).
2. Список законодательных и нормативных документов по теме	Законодательных и нормативных документов для изучения не предусмотрено
Перечень вопросов, подлежащих исследованию, проектированию и разработке:	
1. Анализ факторов внутренней социальной ответственности: - принципы корпоративной культуры исследуемой организации; - системы организации труда и его безопасности; - развитие человеческих ресурсов через обучающие программы и программы подготовки и повышения квалификации; - Системы социальных гарантий организации; - оказание помощи работникам в критических ситуациях.	Культура безопасности хранения и обработки данных, связанных с операциями в глобальной сети

2. Анализ факторов внешней социальной ответственности: - содействие охране окружающей среды; - взаимодействие с местным сообществом и местной властью; - Спонсорство и корпоративная благотворительность; - ответственность перед потребителями товаров и услуги (выпуск качественных товаров) - готовность участвовать в кризисных ситуациях и т.д.	Принципы и нормы осуществления безопасных операций в Интернете, сертификация сайтов на предмет уровня их безопасности. Особенности социальной ответственности субъектов Интернет-торговли при осуществлении операций купли-продажи продукции в глобальной сети, системы потребительских гарантий, связанных с качеством товара и его доставки к потребителю.
3. Правовые и организационные вопросы обеспечения социальной ответственности: - Анализ правовых норм трудового законодательства; - анализ специальных (характерные для исследуемой области деятельности) правовых и нормативных законодательных актов; - анализ внутренних нормативных документов и регламентов организации в области исследуемой деятельности	Законодательных и нормативных документов для изучения не предусмотрено.
Перечень графического материала:	
При необходимости представить эскизные графические материалы к расчётному заданию (обязательно для специалистов и магистров)	

Дата выдачи задания для раздела по линейному графику	
--	--

Задание выдал консультант:

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Старший преподаватель	Феденкова Анна Сергеевна			

Задание принял к исполнению студент:

Группа	ФИО	Подпись	Дата
3-3401	Емельянова Александра Евгеньевна		

4 Социальная ответственность как составляющая расширения потенциала Интернет-экономики

Низкий уровень развития потенциала Интернет-экономики и Интернет-торговли как ее важнейшей составляющей является, в том числе и следствием недостаточно высокого уровня социальной ответственности при осуществлении коммерческих функций различных субъектов в глобальной сети в отношении потребителей товаров и услуг. Компании, ведущие деятельность в глобальном Интернет-пространстве зачастую склонны к стратегиям массового сбыта и не заботятся о полном соблюдении прав потребителей, качестве товаров и услуг, могут скрывать некоторые дефекты покупки от заказчика. Кроме этого, существует и другая проблема. Ранее мы уже приводили данные о том, что лишь единицы коммерческих структур в Интернете имеют SSL-сертификат, а значительное количество российских сайтов сферы Интернет-торговли содержат ссылки на вредоносные объекты. Таким образом, для решения социальных проблем, связанных с развитием потенциала Интернет-экономики, видится две основные линии:

первая – это повышение уровня доверия населения к сети Интернет посредством регулирования процессов безопасности со стороны государства. Анализируя успешные мировые практики можно предложить следующие мероприятия:

- «Телефоны доверия» - необходимо в рамках администрации Рунета сформировать специальные горячие линии, которые бы могли оказывать помощь гражданам при осуществлении операций через Интернет, а также информировать об алгоритмах действий при несоблюдении их прав.

- «Ответственные коммерческие структуры». Также необходимо стимулировать самих предпринимателей к повышению безопасности данных. Известны уникальные в России случаи. Необходимо развивать корпоративную культуру безопасности, при условии обращения к сторонним лицам обязательно подписание соглашения об уровне сервиса (SLA). Довольно положительно можно оценить Недели «Недели безопасного Рунета» -

официальной российской серии мероприятий Международного Дня безопасного Интернета, которая проводится с 2008 года. Эти мероприятия способствуют развитию безопасной предпринимательской культуры в сети.

Многие аналитические исследования и собственные наблюдения содержат данные о том, что основными аспектами недоверия со стороны потребителей являются: неуверенность в том, что товар надлежащего качества, сложности при возврате товара ненадлежащего качества, неуверенность в том, что товар доставят в хорошем состоянии, низкий уровень безопасности сайта и недоверие к системам оплаты.

Для решения проблем безопасности на уровне е-коммерции представляется целесообразным ввести обязательную сертификацию. SSL сертификаты используются для защиты передаваемой информации в разнообразнейших областях: при взаимодействии с клиентами (регистрация и авторизация на сайте, передача данных от клиента на сервер, оплата кредитными картами), передача конфиденциальных данных в интранете, обеспечение безопасной коммуникации между сотрудниками, работающими удаленно, защита приложений и почтовых серверов. Кроме защитной функции следует обратить внимание на то, что наличие SSL сертификата на сайте позитивно влияет на доверие посетителей и может дополнительно мотивировать посетителя совершить определенное действие на странице (например, зарегистрироваться или завершить покупку). Выдача сертификатов должна находиться в правовом и управленческом поле администрации Рунета и соответствующих органов. Необходимо также обязать субъектов Интернет-торговли размещать данные сертификаты на виртуальных досках с целью информирования граждан о уровне заботы об их безопасности.

Второй глобальной линией видится забота о качестве товара или услуг, предоставляемых клиентам в Интернете. Необходимо формировать официальный рейтинг надежности Интернет-магазинов посредством оценок потребителей и экспертных оценок. В данном случае экспертами могут выступать представители Рунета, Института Интернета в России, специалист

других институциональных организаций, участвующие в процессе развития Интернет-экономики и Интернет-торговли. При этом необходимо обязать коммерческие структуры размещать информацию о состоянии их позиции в официальном рейтинге ответственности. Ориентировочными параметрами рейтинга могут быть: количество положительных и отрицательных отзывов покупателей, контрольные закупки и балльные оценки специалистов, показатели, характеризующие эффективность системы доставки товара к конечному потребителю.

Необходимо также организовать специализированную горячую линию для потребителей сегмента Интернет-коммерции, на которую бы они могли обратиться в случае получения товара или услуги ненадлежащего качества.

Заключение

В проведенном исследовании проведен поиск направлений расширения потенциала Интернет-экономики в России, выявлены структурные «точки роста», обеспечивающие его развития. Его итоги позволяют сформулировать такие выводы и рекомендации:

1. Синтез научных теорий относительно сущности Интернет-экономики, выраженный в информационных, технологических и сетевых парадигмах, представляет собой релевантный процесс изучения данного явления с учетом состояния сферы ИКТ, уровня информационного обмена в обществе и экономике, процессов развития мировой глобальной среды, стратегий субъектов, осуществляющих коммерческую деятельность в офлайн и онлайн пространстве.

2. Фундаментальные предпосылки расширения потенциала Интернет-экономики заключаются в высокой сетевой готовности общества и деловых кругов использовать Интернет для осуществления социально-экономической активности, качественной инфраструктуре доступа к сети (провадинга), готовности предпринимательских структур к частичному или полному перенесению своей деятельности в глобальную сеть, доверии взаимодействующих сторон, обеспеченности заинтересованных сторон средствами доступа и высоким уровнем пользователей. Именно этими критериями также объясняется разница в развитии потенциала Интернет-экономики в развитых, развивающихся и других странах мира.

3. Структура потенциала Интернет-экономики основана на системном развитии взаимосвязанных областей позволяет предложить системный методический подход к оценке исследуемого явление, основными показателями в котором будут: состояние сферы ИКТ (ее импортоориентированной или экспортоориентированной модели, уровня ее развития в национальном масштабе); организационном развитии (уровне использования Интернета в рамках предприятий коммерческой среды и государственных учреждений, их

готовности к перенесению своей активности в сеть и т.д.); степени доверия с Интернет-операциям в обществе и степени готовности российского общества к использованию сети; обеспеченности качественным доступом к сети (развитие инфраструктуры и рынка провадинга); развитие Интернет-торговли. Итогом его применения является определение стадии развития Интернет-экономики страны, концепции и программы, направленной на развитие объекта исследования.

4. Проведенный анализ проблем и перспектив развития Интернет-экономики в России и мире позволил выявить следующие тенденции:

4.1. Существует тесная взаимосвязь между показателями развития офлайн и онлайн экономики. Если говорить о ее тесноте в математическом исчислении, то между объемами ВВП России и объемами рынка Интернет-торговли коэффициент корреляции составляет 0,976, между ВВП и уровнем проникновения Интернета – 0,988, между активностью организаций в сети и ВВП – 0,988. Менее тесная связь сохраняется с показателями развития обеспечивающих отраслей, однако это позволяет классифицировать сферы ИКТ и провайдинга как системно-дополняющие, без расширения которых развитие потенциала Интернет-экономики невозможно. Анализ и оценка использования сети организациями России в рамках своей деятельности позволил установить, что наиболее активно ведут работу в виртуальном пространстве и используют глобальную сеть предприятия высшего профессионального образования, организации, деятельность которых связана с добычей полезных ископаемых и перерабатывающим производством, в то время как организации сферы торговли и предоставления услуг менее активно переносят свою деятельность в Интернет. Это говорит о необходимости их стимулирования к такому процессу, а также позволяет сделать вывод, что высокая восходящая траектория роста Интернет-торговли для России еще впереди.

4.2. На современном этапе развития потенциала Интернет-экономики в глобальном пространстве можно говорить о разделении стран на те, которым свойственна новая волна развития (это развитые страны мира) те, для которых

современный этап развития Интернет-экономики характеризуется расширением и переходом к этапу зрелости (это развивающиеся страны) и страны, находящиеся на этапе становления Интернет-экономики (отстающие страны мира). Также анализ показателей развития реальной и виртуальной экономики в странах мира позволяет определить неявную, однако прослеживаемую зависимость между ВВП, ВВП на душу населения и ВНД на душу населения (как показателями реальной экономики) и уровнем проникновения Интернета и качеством провайдинга (как показателями потенциала расширения Интернет-экономики). Так, страны с более высокими показателями уровня проникновения Интернета и качеством широкополосного доступа имеют более высокие показатели валового внутреннего продукта на душу населения и валового национального дохода на душу населения и наоборот (особенно четко данная тенденция прослеживается в Норвегии, Германии, Люксембурге, Нидерландах, Швеции и Швейцарии). Это говорит о том, что развитие Интернет-экономики приносит высокие дивиденды, получаемые как посредством активности платежно-торговых операций, так и посредством повышения самозанятости населения, развития малого предпринимательства в сети, повышения качества жизни и т.д. При этом Интернет-коммерция является главным двигателем развития всего потенциала Интернет-экономики.

4.3. Структуры Интернет-торговли в России уступают зарубежным по важнейшим показателям: обороту в сети, среднему чеку, количеству покупателей, что связано с недостаточно активной стратегией развития и маркетинговыми инструментами их реализации, а также с низким уровнем доверия со стороны потребителей (у российских потребителей отмечается неуверенность в качестве товаров и услуг, покупаемых через Интернет, недоверие к услугам доставки и процедурам осуществления платежей).

Для устранения указанных проблем разработана Программа развития Интернет-экономики и Интернет-коммерции в России на 2017-2020 годы в основу которой положены успешные мировые практики развития потенциала Интернет-экономики. В целом, предложенные рекомендации положительно

скажутся на сетевой готовности общества и его сетевой активности, что позволит России к 2020 году существенно расширить потенциал Интернет-экономики.

Список использованных источников:

1. Встреча Владимира Путина с руководителями круглых столов первого российского форума «Интернет Экономика» [электронный ресурс] // сайт youtube.com URL: <https://www.youtube.com/watch?v=i4ivF2wXMJU#action=share> (дата обращения: 10.03.2016).
2. Перечень поручений Президента по итогам первого российского форума «Интернет Экономика» [электронный ресурс] // сайт Российский форум Интернет-экономика. URL: <http://ie.iri.center/press/1582/> (дата обращения: 10.03.2016).
3. Виртуальная экономика России [электронный ресурс] // сайт Аналитическая лаборатория ВЕДИ. URL: http://www.vedi.ru/s_lb/lb0401_r.htm (дата обращения: 07.04.2016).
4. Красильников О.Ю., Красильникова Е.В. Теоретические основы Интернет-экономики. Саратов: Изд-во «Научная книга», 2007. 111 с.
5. Лазарев И.А., Лазарев К.И., Хижа Г.С. Новая информационная экономика и сетевые механизмы ее развития // Экономические стратегии. 2005. №8. С. 60-66.
6. Макаренко Е.В. Сетевая экономика: учебное пособие. М.: Изд. центр Евразийского открытого института, 2011. 120 с.
7. Электронная экономика: сущность и этапы развития [электронный ресурс] // сайт Макроэкономика. 2012. № 6. URL: <http://uecs.ru/makroekonomika/item/1427-2012-06-29-06> (дата обращения: 10.03.2016).
8. Сухарев О.С. Информационная экономика: аспекты развития // Финансы и кредит. 2009. № 5. С. 8-21.
9. Стрелец И.А. Новая экономика и информационные технологии. М.: Изд-во «Экзамен», 2003. 256 с.
10. Друкер П. Посткапиталистическое общество / Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология / под. ред. В. Л. Иноземцева. М. : Academia, 1999. С. 70-100.

11. Ташакова Л.Х. Развитие теоретических воззрений на природу и сущность виртуальной экономики // Социально-экономические явления и процессы. 2012. № 6. С. 123-127.
12. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования ; перевод с англ. / под ред. В.Л. Иноземцева. М.: Academia, 1999. 326 с.
13. Стрелец И.А. Новая экономика и ее влияние на развитие экономических процессов в России // Креативная экономика, 2007. № 1. С. 57-63.
14. Паринов С.И., Яковлева Т.И. Экономика 21 века на базе Интернет-технологий. [электронный ресурс] // сайт Российская Виртуальная Лаборатория для Экономистов и Социологов. URL: <http://rvles.ieie.nsc.ru/parinov/economy21.htm> (дата обращения: 10.03.2016).
15. E-commerce [электронный ресурс] // сайт Online Etymology Dictionary URL: <http://www.etymonline.com/index.php> (дата обращения: 10.03.2016).
16. Кастельс М. Галактика Интернет: размышления об Интернете, бизнесе и обществе/ пер. с англ. под. ред. В. Харитонова. Екатеринбург: У-Фактория, 2004. 328 с.
17. Кастельс М. Становление общества сетевых структур / Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология / под ред. В.Л. Иноземцева. М.: «Academia», 1999. 495 с.
18. Цуканова О. А., Варзунов А. В. Сетевая экономика: учебное пособие, 2-е издание, измененное и дополненное. СПб.: НИУ ИТМО, 2012. 76 с.
19. Брацун Д.А. Сетевая экономика: учебное пособие. Пермь, 2013. 96 с.
20. Макаренкова Е.В. Сетевая экономика: учебное пособие. М.: Изд. центр Евразийского открытого института, 2011. 120 с.
21. Сухарев О.С. Экономический рост, институты и технологии. М.: Финансы и статистика, 2015. 214 с.
22. Бугорский В.Н. Сетевая экономика: учеб. пособие. М.: Финансы и статистика, 2008. 256 с.

23. Шеншин А.С. Интернет-экономика: электр. учебно-методическое пособие. Н. Новгород: Нижегородский госуниверситет, 2012. 48 с.
24. Закон Мура будет работать за счет биотехнологий [электронный ресурс] // сайт Технотрон. URL: <http://www.texnotron.com/2013/05/16/zakon-mura-budet-rabotat-za-schet-biotexnologij.html> (дата обращения: 10.04.2016).
25. Тапскотт Д. Электронно-цифровое общество. К.: "INTpress" М.: "Релф-бук", 1999. 432 с.
26. Mann C.L. Global Electronic Commerce. Washington, DC: Institute for International Economics, 2000. P. 25.
27. Тоффлер Э. Революционное богатство: как оно будет создано и как оно изменит нашу жизнь [пер. с англ. М. Султанова, И. Цыркун]. М.: Профиздат, 2008. 569 с.
28. Гаврилова О.М. Значение электронной коммерции для современного бизнеса и общества [электронный ресурс] // сайт Гуманитарные научные исследования. 2015. № 7 URL: <http://human.snauka.ru/2015/07/12160> (дата обращения: 12.04.2016).
29. The seoul declaration for the future of the internet economy [электронный ресурс] // сайт OECD.ORG. URL: <http://www.oecd.org/sti/40839436.pdf> (дата обращения: 10.04.2016).
30. Committed to connecting the world [электронный ресурс] // сайт ITU Telecom. URL: <http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/default.aspx> (дата обращения: 10.04.2016).
31. Consumer survey shows the importance of streamlined brand experiences [электронный ресурс] // сайт National Retail Federation/ URL: <https://nrf.com/news/keep-it-simple#sthash.zMmNblCW.dpuf> (дата обращения: 10.04.2016).
32. Countries should address disruptive effects of the digital economy [электронный ресурс] // сайт OECD.ORG. URL: <http://www.oecd.org/internet/countries-should-address-disruptive-effects-of-the-digital-economy.htm> (дата обращения: 10.04.2016).

33. World Development Report 2016: Digital Dividends [электронный ресурс] // сайт The World Bank. URL: <http://www.worldbank.org/en/publication/wdr2016> (дата обращения: 10.04.2016).
34. Максиянова Т.В. Влияние Интернет-экономики на ВВП России // Вестник университета им. В.И. Вернадского. 2012 № 2. С. 177-187.
35. Максиянова Т.В. Место и роль интернет-экономики в экономической науке // Вопросы современной науки и практики. 2013. № 1. С. 162-168.
36. Максиянова Т.В. Интернет-коммерция как перспективное направление развития интернет-экономики // Экономика и управление народным хозяйством. 2011. № 1. С. 31–33.
37. Максиянова Т.В. Международные показатели интенсивности использования интернета в системе Интернет-экономики // Вопросы современной науки и практики. 2012. №3. С. 201-207.
38. Иноземцев В.Л. Современное постиндустриальное общество: природа, противоречия, перспективы. М.: Логос, 2000. 326 с.
39. OECD Guide to Measuring the Information Society 2011 economy [электронный ресурс] // сайт OECD.ORG. URL: <http://www.oecd.org/sti/scitech/oecdguidetomeasuringtheinformationsociety2011.htm> (дата обращения: 10.04.2016).
40. The Network of Global Corporate Control: Swiss Federal Institute of Technology: [электронный ресурс] // сайт Plos.One. URL: <http://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0025995> (дата обращения: 10.04.2016).
41. Воробьев К.Ю. Сущность электронной коммерции в системе международных торговых связей // Российский внешнеэкономический вестник. 2015. № 3. С. 106-114.
42. Васильева Т.В. Организация и оценка эффективности предпринимательской деятельности в сфере интернет-коммерции. СПб.: Изд-во ИМЦ «НВШ-СПб», 2007. 272 с.

43. Казакова К.В., Пушилин Д.В. Перспективы развития Интернет-торговли в России // Фундаментальные исследования. 2014. № 12. С. 1968-1972.
44. Афанасьев В.А. Отличительные признаки электронной торговли // Интернет-маркетинг. 2012. № 5. С. 17-20.
45. Банке Б. Россия онлайн. Влияние Интернета на российскую экономику. М. : The Boston Consulting Group Inc., 2011. 44 с.
46. Покуль В.О. Основные подходы к изучению потребительского поведения в условиях информатизации экономики // Человеческий капитал. 2014. № 2. С. 92-97.
47. Ensuring the Global Participation in the Internet Economy for Development [электронный ресурс] // сайт OECD-ILIBRARY.ORG. URL: http://www.oecd-ilibrary.org/docserver/download/5k437p2rp4bq.pdf?expires=1458981865&id=id&ac_sname=guest&checksum=5CBD5F61F7AD93F0A9199CE054EF2DDC (дата обращения: 10.04.2016).
48. Porter Michael E. Strategy and the Internet [электронный ресурс] // сайт Harvard Business Review. URL: <https://hbr.org/2001/03/strategy-and-the-internet> (дата обращения: 10.04.2016).
49. Top 250 Global Powers of Retailing 2016 [электронный ресурс] // сайт National Retail Federation. URL: <https://nrf.com/news/2016-top-250-global-powers-of-retailing> (дата обращения: 10.04.2016).
50. E-Commerce and Development Report [электронный ресурс] // сайт UNCTAD. URL: [http://unctad.org/en/Pages/Publications/E-Commerce-and-Development-Report-\(Series\).aspx](http://unctad.org/en/Pages/Publications/E-Commerce-and-Development-Report-(Series).aspx) (дата обращения: 10.04.2016).
51. Measuring the Digital Economy [электронный ресурс] // сайт Keepeek. URL: http://www.keepeek.com/Digital-Asset-Management/oecd/science-and-technology/measuring-the-digital-economy_9789264221796-en#page1 (дата обращения: 10.04.2016).
52. Доверие и недоверие в условиях развития гражданского общества / отв. ред. А.Б. Купрейченко, И.В. Мерсияновой. М.: Издательский дом НИУ ВШЭ, 2013. 564 с.

53. Безопасный Интернет как двигатель экономического роста (выступление Анхель Гурриа, генерального секретаря ОЭСР) [электронный ресурс] // сайт OECD. URL: <http://www.oecd.org/sti/asecureinternetasanengineofeconomicgrowth.htm> (дата обращения: 28.03.2016)
54. Белл Д. Социальные рамки информационного общества. [электронный ресурс] // сайт Library Socio. URL: <http://lib.socio.msu.ru> (дата обращения: 10.04.2016).
55. Сасаки М., Давыденко В.А., Латов Ю.В. Проблемы и парадоксы анализа институционального доверия как элемента социального капитала современной России // Журнал институциональных исследований, 2009. № 1. С. 20-35.
56. Сухарев О.С. Институционально-психологическая модель развития российской экономики // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2014. № 13. С. 2-16.
57. Digital Identity Management for Natural Persons Enabling Innovation and Trust in the Internet Economy - Guidance for Government Policy Makers [электронный ресурс] // сайт OECD-ILIBRARY.ORG. URL: <http://www.oecd-ilibrary.org/docserver/download/5kg1zqsm3pns.pdf?expires=1458982761&id=id&acname=guest&checksum=BADC3BFB68ABC0FDB66D7986C2CAE1B9> (дата обращения: 10.04.2016).
58. Предложения форума «Интернет-экономика 2015», представленные Владимиру Путину, поступят для рассмотрения в администрацию президента [электронный ресурс] // сайт Экспертный Центр Электронного Государства. URL: <http://d-russia.ru/predlozheniya-foruma-internet-ekonomika-2015-predstavlennyye-vladimiru-putinu-postupyat-dlya-rassmotreniya-v-administraciyu-prezidenta.html> (дата обращения: 10.04.2016).
59. Встреча Владимира Путина с руководителями круглых столов первого российского форума «Интернет Экономика»: стенограмма [электронный ресурс] // сайт youtube.com. URL:

<https://www.youtube.com/watch?v=i4ivF2wXMJU#action=share> (дата обращения: 07.04.2016).

60. Внешняя торговля [электронный ресурс] // сайт Федеральная служба государственной статистики. URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/fttrade/ (дата обращения: 10.04.2016).

61. Форум "Интернет + Медиа" [электронный ресурс] // сайт Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям России URL: <http://www.farpmc.ru/rospechat.html> (дата обращения: 10.04.2016).

62. Ассоциация электронных коммуникаций (аналитические доклады) [электронный ресурс] // сайт РАЭК ассоциация электронных коммуникаций. URL: <http://raec.ru/analytics/> (дата обращения: 10.04.2016).

63. Интернет в России исследование «экономика Рунета 2012-2013» [электронный ресурс] // сайт Неделя Российского интернета 2013. URL: <http://2013.russianinternetweek.ru/upload/files/riw13-research-economics-2012-2013.pdf> (дата обращения: 10.04.2016).

64. Интернет в России: состояние, тенденции и перспективы развития: отраслевой доклад [электронный ресурс] // сайт Unkniga. URL: <http://www.unkniga.ru/images/docs/2015/doklad-internetv-rossii-2014.pdf> (дата обращения: 10.04.2016).

65. Countries should address disruptive effects of the digital economy [электронный ресурс] // сайт OECD-ILIBRARY.ORG. URL: <http://www.oecd.org/internet/countries-should-address-disruptive-effects-of-the-digital-economy.htm> (дата обращения: 10.04.2016).

66. Рейтинг стран мира по уровню развития Интернета [электронный ресурс] // сайт Центр гуманитарных технологий. URL: <http://gtmarket.ru/ratings/internet-development/info> (дата обращения: 10.04.2016).

67. World Development Indicators: Gross Domestic Product 2015 [электронный ресурс] // сайт Центр гуманитарных технологий. URL:

<http://gtmarket.ru/ratings/rating-countries-gdp/rating-countries-gdp-info> (дата обращения: 10.04.2016).

68. Digital Economy Outlook Tables 2015 [электронный ресурс] // сайт OECD-ILIBRARY.ORG. URL: <http://www.oecd.org/sti/deo-tables-2015.htm> (дата обращения: 10.04.2016).

69. World Bank Group [электронный ресурс] // сайт WORLDBANK.ORG. URL: <http://www.worldbank.org/> (дата обращения: 19.04.2016).

70. Laying the Foundation for the Internet Economy Access to the Internet via a High-Speed Infrastructure 2015 [электронный ресурс] // сайт OECD-ILIBRARY.ORG. URL: <http://www.oecd-ilibrary.org/docserver/download/5k95z9cvmnr6.pdf?expires=1458982315&id=id&acname=guest&checksum=39B2DCE049006F010B2EC348154624ED> (дата обращения: 10.04.2016).

71. OECD Guidelines on the Protection of Privacy and Transborder Flows of Personal [электронный ресурс] // сайт Keepeek.com URL: http://www.keepeek.com/Digital-Asset-Management/oecd/science-and-technology/oecd-guidelines-on-the-protection-of-privacy-and-transborder-flows-of-personal-data_9789264196391-en (дата обращения: 10.04.2016).

72. The Impact of Internet in OECD Countries [электронный ресурс] // сайт OECD-ILIBRARY.ORG. URL: <http://www.oecd-ilibrary.org/docserver/download/5k962hhgpb5d.pdf?expires=1458982362&id=id&acname=guest&checksum=E92E23653DA558FE6BF41CC1F67708F6> (дата обращения: 10.04.2016).

73. The OECD Model Survey on ICT Access and Usage by Households and Individuals - 2nd Revision - Working Party on Measurement and Analysis of the Digital Economy [электронный ресурс] // сайт OECD.ORG. URL: <http://www.oecd.org/sti/ieconomy/ICT-Model-Survey-Access-Usage-Households-Individuals.pdf> (дата обращения: 17.04.2016).

74. The OECD Model Survey on ICT Usage by Businesses [электронный ресурс] // сайт OECD.ORG.URL: <http://www.oecd.org/sti/ieconomy/ICT-Model-Survey-Usage-Businesses.pdf>
75. Global Information Technology Report 2015 Businesses [электронный ресурс] // сайт World Economic Forum. URL: <http://reports.weforum.org/global-information-technology-report-2015/> (дата обращения: 17.04.2016).
76. The ITU ICT Facts and Figures [электронный ресурс] // сайт ITU.INT. URL:<http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/facts/default.aspx> (дата обращения: 17.04.2016).
77. Безопасные серверы Интернета (на 1 млн человек) [электронный ресурс] // сайт WORLD BANK.ORG URL: <http://data.worldbank.org/indicator/IT.NET.SECR.P6> (дата обращения: 10.04.2016).
78. Исследование безопасности коммерческих сайтов [электронный ресурс] // сайт Защита интернет-бизнеса от потерь и простоев. URL: <https://sitesecure.ru/securityreport1q2015> (дата обращения: 17.04.2016).
79. Ежегодная конференция UNCTAD [электронный ресурс] // сайт UNCTAD.ORG URL: <http://unctad.org/en/Pages/Home.aspx> (дата обращения: 10.03.2016).
80. The 2015 BCG e-Intensity Index [электронный ресурс] // сайт BCGperspectives.com. URL: https://www.bcgperspectives.com/content/interactive/telecommunications_media_entertainment_bcg_e_intensity_index/ (дата обращения: 17.04.2016).
81. Key economic issues that influence retailers [электронный ресурс] // сайт NRF. Com. URL: <https://nrf.com/news/2016-top-250-global-powers-of-retailing#digitaldivide> (дата обращения: 17.04.2016).
82. Global perspective on retail: online retailing [электронный ресурс] // сайт annualreview.cushwake.com/ URL: http://annualreview.cushwake.com/downloads/01_Global_Perspective_on_Retail.pdf (дата обращения: 17.04.2016).

83. The 12 top global retail trends for 2015 [электронный ресурс] // сайт smartcompany.com. URL: <http://www.smartcompany.com.au//growth/44569-the-12-top-global-retail-trends-for-2015/> (дата обращения: 17.04.2016).
84. Об Ассоциации АРИМ [электронный ресурс] // сайт Ассоциация интернет-магазинов в России URL:<http://www.arim.ru/?do=inetshopping#/> (дата обращения: 17.04.2016).
85. Как повысить доверие к интернет-магазину [электронный ресурс] // сайт LIVEINTERNET.RU. URL: <http://www.liveinternet.ru/users/olganeposeda/post232956948> (дата обращения: 17.04.2016).
86. Продажи интернет-магазина: повышаем уровень доверия покупателей [электронный ресурс] // сайт Shopolog.Ru URL: <http://www.shopolog.ru/metodichka/logistics/prodazhi-internet-magazina-povyshaem-uroven-doveriya-pokupatelej/> (дата обращения: 17.04.2016).
87. Экономика РУНЕТА: 2014-2015 [электронный ресурс] // сайт Ассоциация электронных коммуникаций URL: <http://raec.ru/upload/files/er15.pdf> (дата обращения: 17.04.2016).
88. Драйвер развития Интернет-предпринимательства в России [электронный ресурс] // сайт Фонд развития интернет-инициатив ФРИИ. URL: <http://www.iidf.ru/> (дата обращения: 17.04.2016).
89. Startup Village России [электронный ресурс] // сайт Инновационный центр «Сколково» URL: <http://sk.ru/news/> (дата обращения: 17.04.2016).
90. Культура потребления легального контента в России еще не сложилась России [электронный ресурс] // сайт Институт развития Интернета URL: <http://xn--h1aax.xn--p1ai/> (дата обращения: 17.04.2016).
91. Гарант: «О государственной программе Российской Федерации Информационное общество (2011-2020 годы)» России [электронный ресурс]: Постановление Правительства РФ от 15 апреля 2014 г. N 313 URL: <http://base.garant.ru/70644220/#text#ixzz46AHeHCq0> (дата обращения: 17.04.2016).

92. Цифровые дивиденды 2016: основной доклад Группы Всемирного банка [электронный ресурс] // сайт WorldBankGroup URL: <http://www.worldbank.org/en/publication/wdr2016> (дата обращения: 17.04.2016).
93. Широкополосный доступ в России: аналитический доклад Всемирного банка [электронный ресурс] // сайт WorldBankGroup URL: <http://documents.worldbank.org/curated/en/2015/01/24140838/russian-federation-sector-assessment-broadband-russia> (дата обращения: 17.04.2016).

Приложение А

(справочное)

Таблица А.1 - Показатели развития крупнейших в мире сетевых структур
Интернет-коммерции за 2015 год

Top e-retailer sales rank FY15▲	Top 250 sales rank FY14	Name of company	Country of origin	FY2015 e-commerce retail sales (US\$ mil)	FY2014 e-commerce retail sales % of total retail revenue	FY2015 e-commerce growth rate	FY2010-2015 e-commerce CAGR
1	12	Amazon.com Inc.	US	\$70,080.00	100.0%	15.1%	18.6%
2	48	Apple Inc.	US	\$20,600.00	49.0%	12.6%	29.9%
3	58	JD.com, Inc.	China	\$17,672.00	100.0%	62.0%	73.2%
4	1	Wal-Mart Stores Inc.	U.S.	\$12,200.00	2.5%	22.0%	24.0%
5	76	Otto (GmbH & Co KG)	Germany	\$8,397.00	65.4%	5.6%	6.7%
6	5	Tesco PLC	U.K.	\$6,504.00	6.5%	20.0%	14.6%
7	35	Macy's Inc.	U.S.	\$5,400.00	19.2%	30.1%	34.9%
8	97	Liberty Interactive Corporation	U.S.	\$5,198.00	49.5%	6.4%	9.9%
9	15	Casino Guichard-Perrachon S.A.	France	\$4,606.00	7.1%	20.1%	15.8%
10	57	Suning Commerce Group Co., Ltd.	China	\$4,199.00	23.7%	17.8%	63.5%
11	9	The Home Depot Inc.	U.S.	\$3,765.00	4.5%	36.9%	42.9%
12	246	Vipshop Holdings Limited	China	\$3,701.00	100.0%	120.2%	153.8%
13	25	Best Buy Co., Inc.	U.S.	\$3,500.00	8.7%	16.7%	15.3%
14	143	Lojas Americanas S.A./B2W - Companhia Digital	Brazil	\$3,403.00	49.3%	30.8%	23.5%
15	115	Home Retail Group plc	U.K.	\$3,241.00	34.9%	8.0%	8.4%
16	2	Costco Wholesale Corporation	U.S.	\$3,000.00	2.7%	18.0%	15.9%
17	n/a	Zalando AG	Germany	\$2,943.00	100.0%	25.7%	63.1%

Продолжение таблицы А.1

18	63	John Lewis Partnership plc	U.K.	\$2,854.00	18.0%	24.1%	29.4%
19	31	Sears Holdings Corp.	U.S.	\$2,850.00	9.1%	10.0%	12.3%
20	n/a	Newegg Inc.	U.S.	\$2,800.00	100.0%	3.7%	1.6%
21	21	Centres Distributeurs E. Leclerc	France	\$2,605.00	5.4%	33.3%	69.1%
22	62	The Gap Inc.	U.S.	\$2,500.00	15.2%	10.6%	17.0%
23	85	Staples Inc.	U.S.	\$2,500.00	21.6%	0.8%	2.4%
24	155	Next plc	U.K.	\$2,488.00	38.1%	13.3%	11.8%
25	197	Williams-Sonoma, Inc.	U.S.	\$2,371.00	50.5%	12.1%	13.2%
26	74	Nordstrom Inc.	U.S.	\$2,356.00	18.0%	22.9%	29.0%
27	n/a	Shop Direct Group	U.K.	\$2,331.00	86.0%	3.6%	5.7%
28	n/a	Vente.privee.com	France	\$2,311.00	100.0%	8.0%	17.5%
29	53	Kohl's Corp.	U.S.	\$2,168.00	11.4%	26.2%	29.4%
30	75	Dixons Carphone plc	U.K.	\$2,081.00	16.0%	19.4%	29.7%
31	8	Metro Ag	Germany	\$2,036.00	2.4%	20.2%	56.9%
32	129	Office Depot Inc.	U.S.	\$1,980.00	24.6%	120.5%	29.4%
33	11	Target Corp.	U.S.	\$1,815.00	2.5%	30.0%	19.3%
34	89	L Brands Inc.	U.S.	\$1,809.00	15.8%	2.4%	1.3%
35	28	J Sainsbury plc	U.K.	\$1,775.00	4.7%	7.0%	12.9%
36	6	Carrefour S.A.	France	\$1,728.00	1.8%	n/a	
37	n/a	HSN Inc.	U.S.	\$1,722.00	48.0%	8.8%	10.3%
38	24	Koninklijke Ahold N.V.	Netherlands	\$1,684.00	3.9%	16.7%	40.6%
39	n/a	ASOS Plc	U.K.	\$1,579.00	100.0%	26.7%	25.6%
40	n/a	Ocado Group plc	U.K.	\$1,570.00	100.0%	19.8%	16.6%
41	13	Groupe Auchan SA	France	\$1,534.00	2.2%	1.7%	11.3%
42	n/a	Overstock.com Inc.	U.S.	\$1,497.00	100.0%	14.8%	12.4%
43	18	Lowe's Companies, Inc.	U.S.	\$1,405.00	2.5%	31.6%	40.6%
44	n/a	Lands' End Inc.	U.S.	\$1,321.00	84.9%	1.3%	-2.6%
45	n/a	Ulmart, CJSC	Russia	\$1,300.00	100.0%	50.0%	63.2%
46	n/a	L.L. Bean Inc.	U.S.	\$1,285.00	79.8%	7.0%	6.6%
47	n/a	E-Commerce China Dangdang Inc.	China	\$1,243.00	100.0%	26.3%	29.1%
48	78	Toys "R" Us Inc.	U.S.	\$1,229.00	9.9%	6.8%	7.1%
49	79	J. C. Penney	U.S.	\$1,225.00	10.0%	13.4%	-7.0%
50	152	Nike Inc.	U.S.	\$1,219.00	18.4%	59.0%	43.9%

Приложение Б

(справочное)

Таблица Б.1 - Показатели развития офлайн и онлайн экономики России

Годы	ВВП млрд руб.	Объем рынка Интернет-торговли млрд. руб.	Показатели объема импорта продукции ИКТ в Россию	Показатели экспорта продукции ИКТ из России	Организации, использующие Интернет	Организации, имеющие веб-сайт	Уровень проникновения Интернета	Средняя стоимость чека как показатель доверия потребителей и их активности в Интернете
2006	26917	49	3627	73	61,3	21,1	8,2	2350
2007	33248	55	6074	315	67,8	19,8	8,7	2680
2008	41277	116	6919	233	73,7	22,8	10	3780
2009	38807	122	8126	124	78,3	24,1	16,4	3150
2010	46309	177	4296	133	82,4	28,5	18,4	3890
2011	55967	313	6677	133	84,8	33	22,8	4520
2012	66927	381	7818	98	86,9	37,8	57,6	4210
2013	71055	537	7432	145	88,1	41,3	68,4	5120
2014	77893	683	7769	229	89	40,3	70,2	5420
2015	80413	650	7812	245	90,01	40,8	73,2	6200

Приложение В

(справочное)

Таблица В.1 – Показатели Индекса сетевой готовности России за 2015 год

Expand All Pillars	Rank / 143	Score
Networked Readiness Index 1-7 (best)	41	4.5
Subindex A: Environment subindex 1-7 (best)	63	4.0
1st pillar: Political and regulatory environment 1-7 (best)	79	3.6
2nd pillar: Business and innovation environment 1-7 (best)	63	4.4
Subindex B: Readiness subindex 1-7 (best)	27	5.6
3rd pillar: Infrastructure and digital content 1-7 (best)	39	5.0
4th pillar: Affordability 1-7 (best)	15	6.5
5th pillar: Skills 1-7 (best)	52	5.3
Subindex C: Usage subindex 1-7 (best)	39	4.4
6th pillar: Individual usage 1-7 (best)	43	5.1
7th pillar: Business usage 1-7 (best)	66	3.6
8th pillar: Government usage 1-7 (best)	47	4.4
Subindex D: Impact subindex 1-7 (best)	42	4.1
9th pillar: Economic impacts 1-7 (best)	39	3.7
10th pillar: Social impacts 1-7 (best)	48	4.6

Приложение Г
(справочное)

Приложение Г.1 - Динамика импорта ИКТ-оборудования, млн. долл. [65]

	1996	2000	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Темп прироста 2013/1996
Австралия	1332	2999	3164	3764	4068	4228	4271	5306	6920	7 273	7 204	6270	440,8
Канада	2310	5469	4255	5 111	6 074	6 682	6 142	8 065	9 992	10 057	10 099	9820	337,2
Франция	2151	4 862	6 724	10 163	8 276	9 144	8 746	10 070	10 679	10 870	11 772	10131	447,2
Германия	3234	8 045	16 530	17 364	14 739	12 932	11 612	13 684	16 954	17 460	18 932	16845	485,5
Италия	2 074	5 046	7 083	6 853	6 870	7 128	5 726	7 657	7 546	7 185	7 648	5120	268,7
Япония	3 553	4 870	3 086	3 737	9 266	10 482	10 380	13 581	18 871	25 625	26 086	24510	634,2
Корея	1 467	3 005	1 852	2 610	4 540	5 342	4 610	5 990	8 578	5 455	5 954	4120	305,9
Нидерланды	1 502	5 771	6 254	5 669	16 159	15 462	12 376	14 891	16 103	15 938	18 267	14750	1116,4
Испания	2 189	4 076	5 587	5 787	6 398	6 245	4 848	5 238	6 290	5 090	5 631	4130	157,3
Швеция	1 017	2 255	2 623	2 549	4 174	4 506	3 384	4 430	6 554	6 200	6 390	5080	528,0
Швейцария	905	1 498	2 108	1 811	2 195	2 527	2 270	2 687	3 155	3 022	3 273	2950	261,7
Великобритания	5 962	12 721	14 788	15 795	15 087	15 023	526	16 838	18 236	16 561	18 074	14960	203,2
США	11128	34 891	48 531	52 050	58 631	65 906	62 898	75 974	81 723	86 026	94 221	90340	746,7
Китай	1 995	4 347	3 925	4 950	13 672	19 072	19 196	22 607	30 990	39 241	47 043	42180	2258,5
Россия	903	697	3 627	6 074	6 919	8 126	4 296	6 677	7 818	7 432	7 769	9560	760,1
Мир	69200	153 000	214 000	253 000	268000	314 000	286 500	354 000	421000	..	..		508,4