



Munich Personal RePEc Archive

Investing in internet-business

Rudkovskaya, Maria

Financial University under the Government of the Russian
Federation

8 December 2015

Online at <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/68269/>
MPRA Paper No. 68269, posted 09 Dec 2015 13:23 UTC

ИНВЕСТИЦИИ В ИНТЕРНЕТ-БИЗНЕС

Рудковская М.Е.

Финансовый университет при Правительстве РФ

INVESTING IN INTERNET-BUSINESS

Rudkovskaya M.E.

Financial University under the Government of Russian Federation

Аннотация: В статье рассматривается очень весомая на сегодняшний день тема использования Интернета в коммерческой деятельности, а также идет речь о привлекательности инвестирования электронного бизнеса. Автор рассуждает о перспективах дальнейшего развития роли всемирной паутины для российской интернет-экономики.

Abstract. The article raises the topic of Internet use in business, and describes the investment attractiveness of e-business. The author talks about the prospects of further development of the role of the World Wide Web for the Russian Internet economy.

Ключевые слова: интернет-бизнес, инвестиции, электронная коммерция, Рунет.

Keywords: Internet-business, investment, e-commerce, Runet.

Под интернет-экономикой принято понимать применение в бизнесе современных информационных технологий. Их применение предпринимателями в бизнесе сегодня, позволяют преуспевать завтра, а те, кто игнорирует их использование, как правило, отстают. Бизнес в Интернет — собирательное, многогранное и объемное понятие. Это совокупность всех видов ведения коммерческой деятельности и деловой активности в рамках электронной сети со своей определенной спецификой и возможностями с целью удовлетворения потребностей и получения различных благ взамен.

Интернет, безусловно, меняет методы работы многих компаний, причем коренным образом. Заметнее всего изменения проявляются в области высоких технологий, но для сегодняшнего дня характерно их проникновение и в другие сферы, такие как, машиностроение, химия, биотехнология, медицина, финансовые и фондовые рынки, нефтяные газодобывающие отрасли и т.д.

Интернет позволяет компаниям выйти со своим товаром на огромный мировой рынок, а также значительно снизить расходы в отношении спроса и предложения, осуществлять обслуживание заказчиков на таком высоком уровне, о котором можно было только мечтать. У Интернета нет границ. Он позволяет внедряться на ранее недоступные по географическим причинам рынки, создавать новые рынки труда и капитала, новые потоки доходов и, в конечном счете, пересмотреть сам характер своей деятельности.

Появление Интернета, как глобальной сети связи, привело к настоящему перевороту в области организации и ведения коммерческой деятельности. Революция коснулась как внешних отношений между компаниями и их партнерами или клиентами, так и внутренней структуры самих компаний. Это подтверждается появлением не только новых направлений ведения бизнеса, но и принципиальных изменений уже существующих. В последние годы эти тенденции становятся все более явными.

Число пользователей всемирной паутины уже давно перевалило за миллиард, а оборот электронной коммерции вырос до триллиона долларов. В настоящее время в мире насчитывается 3,2 миллиарда пользователей Интернета (всё население Земли составляет 7,2 миллиарда человек) из них 2 миллиарда проживают в развивающихся странах. Данные факты красноречиво свидетельствуют о том, что компании, которые не будут учитывать потенциал электронного бизнеса и электронной коммерции, могут легко утратить свои коммерческие позиции под натиском более способных к адаптации в

условиях новых реалий рынка конкурентов. Ценообразование и ценовая политика в электронной коммерции складывается в таких условиях, которые максимально приближены к условиям идеальной конкуренции. Ни один поставщик не в силах ограничивать доступ покупателей к информации о ценах и конкурентных предложениях. Точно также ни один посредник не сможет монополизировать рынок и диктовать свои условия поставщику. Мало того, покупатели всегда вправе свободно обмениваться информацией об интересующих товарах между собой на специализированных форумах и в социальных сетях.

По традиции, как правило, фирма направляет инвестиции вовнутрь, при этом концентрируясь на повышении эффективности каждого своего предприятия в отдельности. А интернет-экономика, напротив, больше направлена на установление связей и заключение сделок со всем внешним миром. Благодаря электронному бизнесу польза приходит не только от ускорения и автоматизации собственных процессов, но и от повышения эффективности контактов с новыми поставщиками и заказчиками, а также значительным снижением транзакционных издержек.

Инвестиции в интернет-бизнес не только могут принести высокую прибыль, но и обеспечивать движение общества вперед к устойчивому развитию мироздания. По сути дела, кардинально изменяется геоэкономическая ситуация на рынках труда, производства товаров и услуг, капитала, социальной сферы, создания равных возможностей торговли во многих странах мира. Все это прописано в многостраничных резолюциях ООН, других международных организациях, которые ведут огромную работу в сфере развития интернет-торговли.

Инвестиции в Интернет условно можно разделить на три группы.

1. В интернет-компаниях: поисковые системы, онлайн-магазины, электронные СМИ и т.д.
2. В оффлайновые компании в интернете: создание сайтов компаний, сервисных служб, рекламы в сети.
3. В интернет-технологии: телекоммуникационные и сервисные компании, интернет-провайдеры и т.д.

Владельцам бизнеса очень важен прирост аудитории, приток и освоение инвестиций, а также стоимость бизнеса и его перспективы.

Для того, чтобы заинтересовать инвесторов у интернет-проектов два пути.

1. Научиться делать хорошие инструменты, которыми в дальнейшем стратегические инвесторы смогли бы воспользоваться при построении цепочек создания стоимости (маркетинге, закупках, инновациях и т.д.).
2. Научиться применять данные инструменты самим и активно развивать бизнес вокруг них.

К основным факторам инвестиционной привлекательности российского Интернета можно отнести, в первую очередь, его быстрое развитие, а, как следствие— быструю окупаемость затрат. Во-вторых, онлайн-бизнес не требует таких крупных капиталовложений, как оффлайновый: любая интернет-компания - это офис, сотрудники и технология - ничего больше. В-третьих; онлайн-бизнес не обладает такими факторами риска, как, к примеру, нефтяной или газовый, т.к. он никогда не был государственным и никогда не приватизировался, проще говоря, никогда не вступал в прямые конфликты с властью.

Сегодня для России главное не отставать от процессов, происходящих в области бизнеса в сети, особенно при формировании соответствующего международного законодательства и интеграции в мировое экономическое пространство. Пока что инвесторы еще очень осторожно ступают на российскую землю, наученные финансовыми кризисами, налоговым законодательством, мафией и преступностью. Тем не менее, в России не избежать инвестиций в развитие интернет-экономики, т.к. потенциальный рынок товаров и услуг, а самое главное – потребителей, в нашей стране слишком велик.

Безусловно, для того, чтобы в сфере электронной торговли произошел резкий скачок, инвестиции необходимы, прежде всего, в сферу телекоммуникаций, т.к. именно качество доступа в Интернет, особенно в регионах, является необходимым условием увеличения числа пользователей.

Путь интернет-экономики тернист и труден, но очень важно идти в этом направлении, ибо на современном этапе это уже не мода одиночек, а необходимая реальность для масс.

Другое дело, что очень важен взвешенный подход к использованию интернет-технологий для организации бизнеса и, в частности, торговли. Этот подход основан на цели защитить интересы как продавца, так и покупателя. Российские компании из сектора реальной экономики аналогично компаниям других стран, рано или поздно внедряют в бизнес-практику методы ведения своего бизнеса через интернет и станут использовать интернет-технологии с целью повышения эффективности, качества и конкурентоспособности.

Сегодня бизнес в сети в большей степени основан на создании и дальнейшей реализации Интернет-ресурсов. Если кто-то создал сайт и, при этом, смог сделать его достаточно популярным, но не получается поддерживать его дальнейшее развитие, то вполне логичное решение - продать данный сайт тому, кто согласен его купить. Таким образом, будет осуществляться перераспределение ресурсов от собственников менее эффективных к более эффективным.

Интернет — глобальное направление, перспективы развития которого гарантированы, и, в общем-то, ни у кого никаких сомнений не вызывают. Многие стараются уже сегодня приобрести активы, которые могут занять завтра ключевые позиции в Рунете.

Современный рынок интернет-проектов в России находится в очень благоприятном положении. Неоспоримым является тот факт, что в ближайшее время, число интернет-компаний, вышедших на точку самоокупаемости, увеличится, и, соответственно, будет расти и инвестиционная привлекательность Рунета в целом. Инвестиции в российские интернет-проекты будут продолжать стремительно расти, но для этого важным является сохранение позитивной динамики в экономике и повышение качества самих проектов.

Библиографический список:

1. Имери В. Как сделать бизнес в Internet: Пер. с англ. - 3-е изд. - К.; М.; СПб. : «Диалектика», 2003.
2. Калужский М.Л., Карпов В.В. Сетевые интернет-коммуникации как инструмент маркетинга // Практический маркетинг. – 2013. – № 2. – С. 32-39. – ISSN 2071-3762
3. Калужский М.Л. Электронная коммерция: маркетинговые сети и инфраструктура рынка ОмГТУ. – Москва : Экономика, 2014. – 328 с.
4. Интернет в России: Состояние, тенденции и перспективы развития. 2012. Отчет. – М.: ОАО «НИЦ «Экономика», 2012.