

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/238648>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Оценка бизнеса

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 3

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ 5

ГЛАВА 1. Электронная торговля как составляющая электронного бизнеса 5

1.1. Электронный бизнес и электронная торговля – понятие, критерии 5

1.2. Организационные и правовые аспекты электронной торговли 8

1.3. Каналы и инструменты маркетинга электронной торговли в малом бизнесе 12

ГЛАВА 2. ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ В МАЛОМ БИЗНЕСЕ 19

2.1. Обзор платформ и инструментов, используемых для электронной торговли 19

2.2. Тенденции развития электронной торговли на примере сегментов HoReCa и ритейл 24

2.3. Тенденции развития электронной торговли в сегментах образовательных услуг, DIY мастер-классов и инфопродуктов 27

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 32

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ 34

ВВЕДЕНИЕ

Переход России к рыночной экономике, активное внедрение средств массовой коммуникации и широкое распространение различных электронных устройств, подключенных к единой системе «мировой паутины» – все это значительно изменило систему коммуникаций в сфере торговли и бизнеса, а также привело к возникновению электронной торговли.

Актуальность работы обусловлена значительными и достаточно стремительными изменениями, затрагивающими бизнес-среду. На сегодняшний день digital-продукты по целому ряду аспектов предоставляют для авторов и рекламодателей больше возможностей, чем традиционные методы рекламы и ведения торговли. Во-первых, онлайн-площадки позволяют получать мгновенную обратную связь от зрителей. Во-вторых, сохраненные эфиры и видео у крупных блогеров достигают широкого охвата, зачастую большего, чем на телевидении. В-третьих, диджитал-продукты открывают большие возможности для рекламодателей – от изучения аудитории до расчета всей «воронки продаж» от показа рекламного объявления до совершения пользователем целевого действия.

Заявленная тема изучается в рамках таких направлений как экономика, менеджмент, цифровые коммуникации. Однако, ввиду стремительного развития процессов, а также обширности темы, на сегодняшний день изученность носит точечный характер. В научной литературе рассматриваются отдельные аспекты развития электронной торговли, однако, целостного изучения темы не представлено. В качестве методов исследования используется сравнение, анализ и синтез, обобщение, наблюдение, экспертный анализ, индукция и дедукция.

Объектом изучения является система электронной торговли и ее роль в функционировании малого бизнеса. Предметом изучения являются тенденции и принципы электронной торговли.

Целью данной работы является изучение роли электронной торговли в развитии малого бизнеса.

В соответствии с целью сформулированы следующие задачи:

- рассмотреть организационные и правовые аспекты электронной торговли;
- изучить каналы и инструменты маркетинга электронной торговли в малом бизнесе;
- представить обзор платформ и инструментов, используемых для электронной торговли;
- выявить тенденции развития электронной торговли на примере сегментов HoReCa и ритейл;
- определить тенденции развития электронной торговли в сегментах образовательных услуг, DIY мастер-классов и инфопродуктов.

Теоретическую основу исследования составляют отраслевые отчеты, научные статьи, исследования

различных авторов, таких как З.Р. Абдеевой, А.А. Иловой, И.А. Клепицкий, А.В.Сигарева, И.Ш. Хисаевой и других.

Работа состоит из 3-х частей: введения, основной части, заключения и списка литературы. Основная часть включает 2 главы: первая глава состоит из 2-х параграфов, вторая – из 3-х.

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

ГЛАВА 1. Электронная торговля как составляющая электронного бизнеса

1.1. Электронный бизнес и электронная торговля – понятие, критерии

Бизнес – инициативная экономическая деятельность, осуществляемая за счет собственных или заемных средств, ставящая главными целями получение дохода. [1, 13] Для ведения бизнеса требуется соблюдение юридических формальностей в виде оформления юридических лиц и определенного списка документов. «К числу наиболее общих формальных обязанностей, связанных с ведением бизнеса, относятся:

- 1) регистрация бизнеса;
- 2) ведение учета и представление отчетности;
- 3) получение лицензий, если это необходимо;
- 4) сравнительно новая обязанность организации вести учет бенефициарных владельцев и представлять информацию о них.» [1, 8, с.130] В зависимости от сферы, в которой осуществляется бизнес-деятельность, бизнес должен соблюдать целый ряд законодательных требований, в том числе по уплате определенного процента налога на прибыль.

Бизнес традиционно делят на малый, средний и крупный.

Малый бизнес - это компании и ИП из Единого реестра налоговой с пометкой «Микро-предприятие» и «Малое предприятие». К малому бизнесу относят компании и ИП с доходом от 120 млн. руб. до 800 млн руб. в год и со среднесписочной численностью сотрудников от 15 до 100 человек [1, 13] Меньшие по уровню дохода и количеству сотрудников предприятия именуются микро-предприятиями, большие – средними и крупными.

Для формы ООО существует условие, относительно которого минимум 51% уставного капитала должен принадлежать физлицу либо другим средним, малым или микро-предприятиям.

Законодательной базой, регулирующей деятельность предприятий малого бизнеса, являются различные законы, акты и поправки, основные из которых: Федеральный закон от 24.07.2007 N 209-ФЗ (ред. от 02.07.2021) «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации», Постановление Правительства РФ от 04.04.2016 N 265 «О предельных значениях дохода, полученного от осуществления предпринимательской деятельности, для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства» и другие.

Электронный бизнес – понятие относительно молодое, возникшее главным образом в связи с развитием интернет («цифровых», digital) технологий. Digital («цифровой») среда – это совокупность технических средств «цифровизации» контента, с помощью которых аудио и видео информация шифруется, сохраняется и передается преимущественно посредством сети Интернет. Спектр средств, используемых для передачи цифрового контента, значительно шире, чем для аналогового контента. Если аналоговая дистрибуция задействовала главным образом такие технические устройства как радиоприемник или телевизор, то цифровая дистрибуция производится через значительно более широкий спектр устройств, среди которых видеозаписывающие устройства, проекторы, компьютеры, планшеты, мобильные устройства связи.

Понятие электронный бизнес обозначает экономическую деятельность, имеющую рискованный характер и личную ответственность основателей, направленную на получение прибыли, и осуществляемую с помощью цифровых средств коммуникации и маркетинга.

Правительства разных стран заинтересованы в том, чтобы развивать на территории своей страны digital-среду. В России Правительственная программа «Цифровая экономика» была принята в 2017 году. На сегодняшний день цифровая политика находится в стадии становления. Базовые нормы и правила продолжают формулироваться и закрепляться в законодательных нормах.

Развитие digital изменило подход к передаче информации. Диджитал-продукты и их маркетинг строится на основе анализа потребностей пользователя. Обобщенно это можно описать следующим образом: пользователь делает запрос на устройстве (компьютер, планшет, телефон и др.), и устройство выдает ответ. [2, 1]

В целом подход к маркетингу цифровой эпохи основывается на потребностях потребителей, а не свойствах самого продукта. В настоящий момент компании активно изучают спрос и запросы потребителей, чтобы

своим продуктом «ответить» на его запрос и потребность. Более того, сами продукты создаются на основе глубокого изучения потребностей аудитории.

Электронный бизнес включает целый ряд процессов, таких как электронная торговля, учет, дистрибуция и другие. Электронная торговля является осуществляемым с помощью цифровых средств процессом обмена товаров и услуг на денежные средства, производимым между продавцом и покупателем.

Электронная торговля имеет различные виды в зависимости от сферы деятельности компании и влияния других факторов. С помощью электронной торговли могут реализовываться как цифровые товары, использование которых возможно только в digital-среде (например, компьютерные игры), так и физические объекты, предназначены для использования в реальной среде (одежда, еда).

Внедрение электронной торговли является одной из приоритетных задач бизнеса различных отраслей. В условиях высокой конкуренции электронная торговля способствует расширению клиентской базы и привлечению новых покупателей. Кроме того, электронная торговля зачастую является более удобным способом приобретения товаров и услуг, чем офф-лайн методы. 2020-21гг., время карантина и пандемии, показали важность развития цифровых методов бизнеса.

«Несмотря на то что вопрос цифровой трансформации стал особенно популярным предметом обсуждения только в последнее десятилетие, важность и неизбежность цифровизации обсуждалась уже в 1990-х и 2000-х гг.» [2, 2] Данные являются важнейшим элементом в процессах цифровой трансформации.

Электронная торговля способствует более быстрому выведению на рынок, что в сочетании с экономией, являющейся большого масштаба, создает ситуацию большого перекоса и выделения малого числа

Список литературы

Русскоязычные источники

1. Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» // СЗ РФ. 31.07.2006. № 31 (1 ч.). Ст. 3434.
2. Аудитория социальных сетей и мессенджеров в 2021 году / URL: <https://blog.skillfactory.ru/auditoriya-soczialnyh-setej-i-messendzherov-v-2021-godu> (Дата обращения: 12.02.2022)
3. Бизнес как экономическая категория / <https://www.grandars.ru/college/biznes/biznes.html> (Дата обращения: 12.02.2022)
4. Восемь популярных маркетплейсов России, где можно начать продавать / Режим доступа: <https://www.retailcrm.ru/blog/glavnye-marketpleysy-rossii> (Дата обращения: 12.02.2022)
5. Гугл. Справка / URL: https://support.google.com/analytics/answer/10089681?hl=ru&ref_topic=9143232 (Дата обращения: 12.02.2022)
6. Затраты Ozon на маркетинг и продажи достигли 10 млрд рублей [AdIndex: <https://adindex.ru/news/digital/2021/03/30/292399.phtml>] (Дата обращения: 12.02.2022)
7. Ирина Шихман / URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Ирина_Шихман (Дата обращения: 12.02.2022)
8. Клепицкий И.А. Начало бизнеса: риск наказания. // Право. Журнал Высшей школы экономики. - 2020. - № 2. - С. 130-161
9. Котляревская И.В. Стратегический маркетинг. Учебное пособие в 2-х частях. Ч.1. Екатеринбург: Изд-во Урал. 2019. 138с.
10. Оборот розничной торговли в 2021 году // <https://oborot.ru/news/data-insight-v-2020-godu-v-rossii-dostavili-883-mln-posylok-iz-internet-magazinov-i131277.html>
11. Сигарев А.В. Электронная коммерция: вызовы и перспективы в условиях экономической нестабильности // Вестник Московского университета МВД России. - 2013. - № 2. - С. 170
12. Симакина М.А. Особенности использования технологий bigdata в маркетинге. Бюллетень науки и практики / Bulletin of Science and Practice / Т.4 №6. 2018г. с.255-260
13. Стукалова И.Б. Перспективы развития электронной торговли: возможности и угрозы // Теоретическая и прикладная экономика. - 2021. - № 4. - С. 29 - 40
14. Статус малого предприятия / <https://secrets.tinkoff.ru/biznes-s-nulya/malyy-biznes/> (Дата обращения: 12.02.2022)
15. Социальные сети / https://ru.wikipedia.org/wiki/социальные_сети
16. Федоров П.Г. Ритейл против маркетплейса // Директор по маркетингу и сбыту. - 2021. - №4 - С.13-15
17. Хисаева И.Ш. Методологические основы организации электронной предпринимательской деятельности в России // Вестник ВЭГУ. - 2012. - № 2. - С. 169

Англоязычные источники

1. Auriga. Digital Transformation: History, Present, and Future Trends. 2016. URL: <https://auriga.com/blog/digital-transformation-history-present-and-future-trends/> (дата обращения: 17.02.2021).
2. Julia V.Griffey. Introduction to interactive digital media. 2019. p.204

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/238648>