

08.00.00 ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

08.00.00 ECONOMIC SCIENCES

УДК 334.7
ББК 65.290с51

Bezudnaya Anna Heroldovna,
doctor of economics, professor,
head of the department of management and innovation
of Saint-Petersburg state
economic University,
Saint-Petersburg,
e-mail: annaspbru@yandex.ru

Безудная Анна Герольдовна,
д-р экон. наук, профессор,
зав. кафедрой менеджмента и инноваций
Санкт-Петербургского государственного
экономического университета,
г. Санкт-Петербург,
e-mail: annaspbru@yandex.ru

ФОРМИРОВАНИЕ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ КАК ОСНОВЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

THE FORMATION OF E-COMMERCE AS THE BASIS OF COMPETITIVENESS OF BUSINESS ACTIVITIES

08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством
08.00.05 – Economics and management of national economy

В статье рассматриваются средства развития электронной коммерции посредством поисковой оптимизации (SEO) с целью повышения конкурентоспособности предпринимательской деятельности. Проведен анализ использования поисковой оптимизации — SEO (англ. Search Engine Optimization — поисково-машинная оптимизация или поисковая оптимизация) — позволяет по-новому организовать предпринимательскую деятельность в электронном бизнесе. SEO — это комплекс мер технического и семантического характера с целью усилить поисковые позиции сайта. Определяет комплекс мер, которые должны повысить видимость сайта организации в результатах, выданных поисковой системой.

The article discusses the means of development of e-Commerce through search engine optimization (SEO) with the aim of improving the competitiveness of business activities. The analysis of the use of search engine optimization — SEO (Search Engine Optimization) — is a new way of arrangement of business activity in electronic business. SEO is a set of measures of technical and semantic nature for the purpose of enhancement of the search positions of the website. It is defined the set of measures that should improve the visibility of the website in the results issued by the search engine.

Ключевые слова: электронная коммерция, предпринимательская деятельность, поисковая система, Интернет, электронный бизнес, сайт, экономический эффект, информационные технологии, тематический индекс цитирования, интернет-магазин, SEO-организации.

Keywords: electronic commerce, business, search engine, Internet, e-business, website, economic effect, information technology, thematic index of citing, online shop, SEO organizations.

В настоящее время активно развивается предпринимательская деятельность как одна из форм экономической активности. Но любая предпринимательская деятельность

должна быть конкурентоспособна по отношению к постоянно меняющейся внешней среде. Поэтому организациям приходится искать все новые виды предпринимательской деятельности, позволяющие не только развиваться, но и иметь постоянный коммерческий доход.

Целью исследования является рассмотрение электронной коммерции как одного из видов предпринимательской деятельности по осуществлению коммерческих операций с использованием Интернета. Проведенный в исследовании анализ показал, что статистика работы интернет-магазинов демонстрирует внушительные темпы развития. Даже на пике кризиса 2008 года посещаемость интернет-магазинов росла.

Предпринимательская деятельность с использованием электронной коммерции имеет свои особенности, обусловленные Интернетом. Объем продаж, размеры спроса и конкурентная борьба в сфере электронного бизнеса осуществляется через Интернет, точнее, при помощи поисковых систем, сайтов. От положения сайта интернет-магазина в поисковой системе, его электронных и потребительских характеристик зависит успешность электронного бизнеса или электронного бизнес-процесса.

Выделение особого вида бизнес-процессов, электронных бизнес-процессов, позволяет уделить им то внимание, которое они заслуживают из-за своей роли в современной экономике, также ставит задачу изучения особенностей этого вида бизнес-процессов, отличий, недостатков и преимуществ по сравнению с другими. Аналитический подход к отдельной группе современных бизнес-процессов поможет подтолкнуть дальнейшее их развитие, особенно в смысле развития технологий, по которым осуществляются эти бизнес-процессы, и решить другие проблемы и задачи, связанные с эффективностью бизнеса, за счет широкого применения электронных технологий в электронных бизнес-процессах.

Таким образом, электронный бизнес-процесс — это организованная предпринимательская деятельность, направленная на осуществление финансовых, торговых, страховых и информационных транзакций с использованием

компьютерных сетей и технологий при ведении любых видов бизнеса в различных сферах экономики. Предложенное здесь определение не относит к электронным бизнес-процессам те бизнес-процессы, которые осуществляются при помощи компьютерных программ или компьютерных технологий вообще. Ключевым в предложенном определении электронного бизнес-процесса является наличие компьютерной среды (сети) как системы коммуникаций, каналов, без которой невозможен бизнес-процесс.

Появление поисковой оптимизации — SEO (англ. Search Engine Optimization — поисково-машинная оптимизация или поисковая оптимизация) — позволяет по-новому организовать предпринимательскую деятельность в электронном бизнесе. SEO — это комплекс мер технического и семантического характера с целью усилить поисковые позиции сайта. Эти меры должны повысить видимость сайта организации в результатах, выданных поисковой системой.

Сейчас поисковая оптимизация (SEO) существует и как отдельный вид деятельности, и как разновидность электронного бизнес-процесса, специфическая бизнес-операция. Поисковая оптимизация (SEO) стала неотъемлемой частью предпринимательской деятельности, направленной на увеличение эффективности коммерческих мероприятий.

Системы информационного поиска классифицируют по масштабу их действия на три уровня.

1. Системы информационного поиска, призванные эффективно работать с большими, очень большими массивами данных, которые предполагают использование гипертекста и др.

2. Системы персонального информационного поиска в виде встроенных в операционные системы инструментов. Программы электронной почты предоставляют возможности поиска, поиска и фильтрации спама, сортировки получаемых или отправляемых писем и др.

3. Системы корпоративного информационного поиска, ведомственного или отраслевого информационного поиска, которые построены по принципу ориентации на предметную сферу поиска, принадлежности документов к корпорациям, ведомствам, отраслям и др.

Среди полезных свойств поисковых систем выделяют следующие:

— способность системы информационного поиска быстро работать с огромными массивами данных, растущих так же быстро, как и скорость работы компьютера;

— большую гибкость работы поисковой системы при выполнении операций сравнения;

— возможность эффективно проводить ранжированный поиск, когда надо не просто найти запрашиваемые документы, но и выполнить это наиболее эффективно, выдав наилучший (наиболее точный) поиск документов с точки зрения содержания запроса.

Поисковая оптимизация (SEO) — технология, целью которой является улучшение позиций сайта компании в поисковой системе в связи с запросом пользователя. От позиции сайта зависит число посещений пользователями, и каждое посещение может закончиться покупкой в интернет-магазине. Следовательно, вероятность покупки увеличивается благодаря мероприятиям электронной оптимизации. Улучшение позиции сайта, с учетом названных характеристик, возможно при помощи электронной оптимизации в поисковой системе. SEO (англ. Search Engine Optimization — поисково-машинная оптимизация или поисковая оптимизация) — это комплекс мер технического и семантического характера с целью усилить поисковые позиции сайта. Эти меры

должны повысить видимость сайта компании, физического лица и т. п. в результатах, выданных поисковой системой.

Развитие электронного бизнеса приводит к спросу на поисковую оптимизацию (SEO). Уже сегодня можно говорить, что поисковая оптимизация представляет собой отдельный, совершенно самостоятельный вид электронной коммерции для тех фирм, которые разрабатывают программный продукт. Также поисковая оптимизация (далее — SEO) стала неотъемлемой частью электронного маркетинга, набором маркетинговых мероприятий для фирм любого вида деятельности.

Пользователи Интернета сначала передавали адреса сайтов из уст в уста, а потом стали появляться каталоги сайтов для упрощения поиска, позднее поисковые системы вытеснили каталоги. С распространением поисковых систем и появилась необходимость в SEO. По мере того как усложнились алгоритмы ранжирования сайтов поисковыми машинами, и рос спрос на SEO как отдельный вид деятельности, поскольку для нее нужны были узкие специалисты. Сайтов становится слишком много в выдаче поисковиков, все не могут быть на первой странице выдачи поисковика, а затем и на первых страницах. Но по статистике индивидуумы, которые ищут какую-либо информацию в поисковике, не просматривают более 10 сайтов (то есть просматривают только первую страницу выдачи поисковика), а через несколько лет развития Интернета статистика показывает, что 70 % пользователей поисковика просматривают только топ-3 выдачи. Так росла конкуренция среди интернет-сайтов. SEO-компании с помощью комплекса мер поднимают сайт ближе к первым местам выдачи поисковика.

Для 96 % индивидуумов Интернет начинается общением с поисковой системой, а прибыль организаций, имеющих сайты в Интернете, напрямую зависит от посещаемости этих сайтов. Задачей SEO-организаций является продвижение сайта как можно ближе к первым местам выдачи поисковой системой с помощью комплекса мер. Таким образом, SEO как отдельный вид коммерческой деятельности получает все большее распространение. Наиболее частым является выход на сайт из поисковых систем, а наименее популярным — переход по рекламе, размещенной в Интернете. Следовательно, оптимизация должна быть направлена именно на положение сайта в поисковой системе. Затраты же на рекламу в Интернете гораздо менее эффективны [2].

Таким образом, конкуренция среди интернет-сайтов сейчас очень высока. С целью ведения конкурентной борьбы появляются SEO-организации, которые помогают сайтам подниматься выше в списке поисковой системы [1].

Методы поисковой оптимизации разнообразны, они делятся на внешние и внутренние. Улучшение позиции сайта в поисковой системе может произойти в результате регистрации в каталогах поисковых систем или в самостоятельных каталогах.

Поисковая оптимизация сегодня активно развивается как информационная технология. Ее экономический эффект, ее влияние на эффективность предпринимательской деятельности практически не изучена, то есть требуется исследование факторов и особенностей поисковой оптимизации с целью развития этого вида электронного бизнеса [3].

Перечислим характеристики сайта, на которые могут существенно повлиять меры поисковой оптимизации:

— *видимость* сайта в поисковых системах, влияющая на динамику поискового трафика на сайт, — одна из важнейших характеристик сайта. Эксперты отмечают, что видимость сайта связана целевыми запросами,

так как видимость сайта — это измерение уровня размещения ссылок на данный сайт в результатах поиска, который получает пользователь по своему целевому запросу;

— *эффективность позиции ссылки* с точки зрения видимости оценивается при помощи показателя click-through ratio;

— *авторитетность* или *значимость* сайта — количество внешних ссылок на данный сайт. Принято считать, что переход на сайт по ссылке, размещенной на другом сайте, фактически означает рекомендацию к посещению сайта и его большую авторитетность с точки зрения содержащейся информации. Измерение авторитетности проводится в виде оценки цитируемости: при помощи тематического индекса цитирования сайта Яндекса (ТИЦ) и цитируемости страницы Google (PageRank);

— *доступность* сайта — обеспечение включения страниц сайта в список доступных для поиска в данной поиско-

вой системе или включение в индекс поисковой системы. SEO обеспечивает индексацию и ранжирование страниц сайта различными способами;

— *популярность* сайтов и оценка продающей способности запросов пользователей.

Необходимо также отметить, что содержательно сайт оценивается с точки зрения семантического ядра и *релевантности* содержащейся на сайте информации. Под релевантностью информации понимают ее соответствие запросу потенциального покупателя или пользователя. Это соответствие отслеживается как содержательно (по семантическому ядру), так и образно (по виду, оформлению сайта).

Имеющиеся статистические данные о деятельности поисковых систем позволяют провести эконометрический анализ и моделирование влияния электронной оптимизации на достижение предпринимательских целей (см. рисунок).

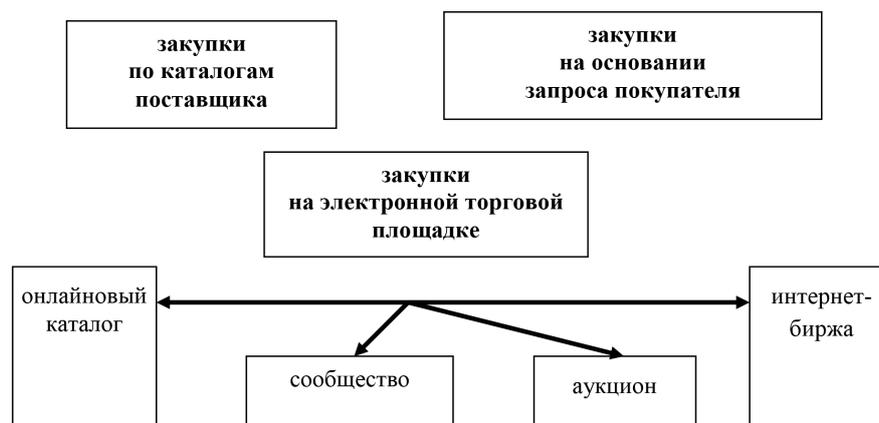


Рисунок. Схема электронной коммерции, модель «бизнес — бизнес»

В **заключение** необходимо отметить, что на основании проведенного анализа нами предлагается для эффективного ведения предпринимательской деятельности применять модель «бизнес — бизнес», которая в настоящий момент является наиболее перспективной с точки зрения развития электронной коммерции. Достоинством данной модели являются большие возможности по упрощению операций на всех этапах их осуществления, возможность интерактивного контроля за выполнением заказа, существенного снижения издержек.

Подводя итоги проведенного анализа, можно сделать следующий **вывод**: развитие предпринимательской

деятельности на сегодняшний день невозможно без электронной коммерции, что делает **актуальным** необходимость моделирования бизнес-процессов с учетом особенностей, которые свойственны этой форме предпринимательской деятельности. Учитывая внушительные темпы развития электронной коммерции, необходимость создания экономико-математической модели, позволяющей оптимизировать бизнес-процессы и усовершенствовать управление интернет-магазинами, сайтами и другими субъектами электронной коммерции, в настоящих условиях возрастает.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Маннинг К. Д., Рагхаван П., Шютце Х. Введение в информационный поиск: пер. с англ. М. : ООО «И. Д. Вильямс», 2011.
2. Ашманов И., Иванов А. Продвижение сайтов в поисковых системах. М. : ООО «И. Д. Вильямс», 2009.
3. Сенченко Е. В., Балаганская Е. Н. Использование интернет-ресурсов в торговой деятельности (на примере интернет-магазина Aliexpress) // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. 2015. № 4 (33). С. 223–226.

REFERENCES

1. Manning, K. D., Raghavan P., Schutze H. Introduction to information retrieval: trans. from English. M. : «I. D. Williams» LLC, 2011.
2. Ashmanov I., Ivanov A. Website Promotion in search engines. M. : «I. D. Williams» LLC, 2009.
3. Senchenko E. V., Balaganskaya E. N. The use of the Internet in trading activity (on the example of internet shop Aliexpress) // Business. Education. Law. Bulletin of Volgograd Business Institute. 2015. No. 4 (33). P. 223–226.

Как цитировать статью: Бездудная А. Г. Формирование электронной коммерции как основы конкурентоспособности предпринимательской деятельности // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. 2017. № 3 (40). С. 12–14.

For citation: Bezdudnaya A. H. The formation of e-commerce as the basis of competitiveness of business activities // Business. Education. Law. Bulletin of Volgograd Business Institute. 2017. No. 3 (40). P. 12–14.