

Содержание:

ВВЕДЕНИЕ

На сегодняшний день российская экономика переживает период трансформации, что вызывает рост числа информационных ресурсов, которые необходимы для успешного развития предприятия. При этом объем информационных ресурсов значим и велик, большинство управленцев принимают управленческие решения, основываясь лишь на интуицию и опыт, так как большой объем информационных ресурсов не дает выделить из него действительно необходимый и качественный информационный ресурс.

Быстрое изменение среды привело к необходимости искать пути развития в условиях информационного пространства, которое основывается на избытке информационных ресурсов, огромном числе информационных связей и информационных продуктов. Такое значение информационных ресурсов вызывает просчеты и ошибки при принятии управленческих решений, основанных на неправильно выбранных информационных данных. В настоящее время для каждого предприятия информация имеет важное значение.

Качественно и своевременность информационного обеспечения в части управленческой деятельности стало основой для успешного развития предприятия, при этом дает гарантию на долговременное конкурентное преимущество на рынке.

Целью работы является изучение влияния информационных сетей на становление современного общества.

Для решения поставленной цели были поставлены следующие задачи:

- изучить теоретические основы информационных сетей
- изучить значение информационных сетей в современном обществе
- провести анализ электронной коммерции в России на примере Ozon.ru.

Предметом работы является влияния информационных сетей на становление современного общества.

Объектом работы является Ozon.ru.

Изучению проблем, связанных с управлением информационными сетями, посвящены работы многих отечественных и зарубежных ученых, на трудах которых базируется выполненное исследование. Ими исследованы и решены многие теоретические и прикладные задачи, обусловленные содержанием работ по управлению информационными сетями.

В результате выполнения работы были использованы труды таких авторов как Колков А. И., Ровинская Т. Л., Колков А. И. и др.

Методы исследования. Теоретико-методологической основой исследования явились фундаментальные теоретические положения современной экономики. Ключевыми методами исследования послужили системный анализ и проблемно-ориентированный подход как разновидность структурно-функционального анализа. Использовались такие методологические приемы как сравнение, анализ и синтез, индукция и дедукция.

1. Теоретические основы информационных сетей

1.1. Информационная деятельность как приоритет общественного развития в XXI веке

Информационно-технологическая революция, будучи логическим следствием и продолжателем предыдущих этапов научно-технического прогресса определяет общий контекст современности. Основное её отличие от предыдущих эпох кроется не столько в обновлении способов производства, сколько в сужении горизонтов социокультурного развития. Поясним более подробно нашу позицию. В специальной литературе, посвященной научному, научно-техническому, технологическому развитию человечества каждое открытие, которое в дальнейшем повлияло на его темп и сущность, идентифицируют как безусловный прорыв. При этом любые предостережения относительно будущего воспринимаются как важные, но такие, которые не способны остановить трансформацию общества под влиянием инноваций. Характерным в этом ракурсе считаем призыв Ж.-Ж. Руссо не отрывать прирост научных и технических достижений человечества с его социально-культурной, социально-политической и морально-эстетической эволюцией. Для выражения своей идеи он применил аллегорию, отметив: «Если бы житель каких-нибудь отдаленных стран попытался

создать себе представление о европейских нравах, исходя из состояния наук в наших странах, из совершенства наших искусств... то у этого чужеземца сложилось бы о наших нравах представление как раз обратное тому, что они собой представляют в действительности» [8, с. 23].

Сказанное почти три века назад сохраняет свою актуальность и в эпоху глобальных информационных сетей. Окружив себя современной техникой, овладев необходимыми секретами природы, покорив все стихии, человечество оставляет без должного внимания развитие духовных и социальных сторон своей сущности. Мы намеренно обходим сотни фамилий философов, историков, социологов, политологов, культурологов, а также тысячи томов научных трудов, в которых подробно описан цивилизационный прогресс человечества от его зарождения и до конца XX века. Предмет нашего научного интереса — начало новой эры, которая в полной мере развернула себя в начале XX века завершением компьютеризации и информатизации всех сфер жизнедеятельности. Общество, в котором названные процессы определяют метрику социального пространства и времени, традиционно называют информационным. Как ни странно, в современных философских энциклопедиях и словарях не приведено более-менее устоявшегося определения информации [6, с. 59].

Так, в переиздании «Новой философской энциклопедии» (2010) статья «Информация» отсылает к статье «Теория информации». И хотя ее автор указывает важность концепции информационного взаимодействия для понимания развития природных и социальных процессов, всё же он обходит категориальное выражение сущности информации. Философский словарь под редакцией И. Т. Фролова (2001) содержит отдельную статью, посвященную информации, но так же не дает исчерпывающего понимания ее философского содержания. Освещая различные аспекты информации, составители словаря считают, что информационное общество — это всего лишь «идеал, который должен реализоваться в ходе социального развития».

Не раскрывают специфики философского подхода к толкованию информации и более современные словари. С середины XX в. — это общенаучное понятие, включающее в себя обмен данными между людьми, человеком и машиной, машиной и машиной. То есть под информацией понимают любое активное действие, которое может иметь как материальное, так и нематериальное выражение. Понятие информации в контексте данного исследования применяется для обоснования тезиса об атрибутивном характере информационной деятельности в общественном развитии человечества. Прежде всего мы должны

ответить на вопрос: какая информация представляет общественную стоимость, и по каким критериям следует определять её цену? Для решения этой проблемы разделим информацию на «положительную» (способствует эволюционному темпу развития) и «негативную» (приводит к деградации общества, содержит аморальный, подрывной контекст). На наш взгляд, именно «положительная информация» наполняет информационные потоки, которые являются объектами информационной деятельности. Общественный прогресс возможен лишь там, где на входе и выходе общественных информационных взаимодействий находится информация, идентифицирована нами как положительная [9, с. 45].

Поскольку она является отражением социальных отношений, то её структурированность связана с доминирующей системой социальных сетей. Только такая информация может быть объектом правового регулирования, основой экономических отношений, двигателем общественных изменений. Правомерно возникает вопрос о том, может ли информационное пространство быть контролируемым? Кто и при каких условиях способен определять его правила, нормы и приоритеты? Некоторые исследователи убеждены, что с такой задачей предстоит справиться государству, поскольку именно оно есть гарантом правопорядка, основная функция которого — защита всех типов отношений, возникающих в обществе. Неудивительно, что вначале XXI века в эпоху технологий, призванных обеспечить реализацию всех форм индивидуализации «во всем мире ныне растет привлекательность ценностей «социальной солидарности», взаимопомощи, обеспечения индивидуальной безопасности не силами разрозненных индивидов... а усилиями государств, местных communities, союзов государств и т. п. В таких условиях естественно повышается роль таких «глобальных», именно общецивилизационных ценностей, как международное сотрудничество, единство и сплоченность человечества».

Несмотря на такую попытку возвращения в социально-философский дискурс нарратива государства, открытым остается вопрос о том, как государство с ограниченной территорией может охватить те отношения, которые не имеют границ, а именно — информационные отношения? Глобальное информационное пространство лишено искусственных границ, которыми являются государства. Изучая языки и приобщаясь к информационным сетям, человек все меньше зависит от властных и гражданских структур. Такие рассуждения привели исследователей общества к выводу об исчезновении государства уже в ближайшем будущем. Впрочем, прогнозы не оправдались. Как пишут С. Нора и А. Минк, кооперируясь в экономической и социально-политической сфере, принимая международные

акты, государства обеспечивают себе исключительный доступ ко всему комплексу социально важной информации [10, с. 123].

На наш взгляд, этот процесс является обратной стороной глобализации. Открывая рынки, приближая культуры, уплотняя социальное пространство, глобализационные процессы, тем не менее, опираются на стабильные социальные образования, которые олицетворяют собой государства, транснациональные корпорации, экономические консорциумы, органы так называемого мирового правительства. Указанные социально-правовые и морально-ценностные индивидуализированные интересы неизбежно порождают конфликт в понимании информационной деятельности, её защищенности, автономности, открытости, самоорганизованности различными социальными агентами. За эти принципы открыто выступают представители технической элиты, которые демонстрируют негативное отношение к административно-правовому контролю. Подчиненные им информационные ресурсы в автоматизированном режиме регулируют право на защиту персональных данных, право на мнение, право на неприкосновенность личной жизни и т. д. Нередко не завершались успехом обращения официальных властей к владельцам социальных сетей с просьбой предоставить данные о том или ином лице, раскрыть его статус, персональную информацию или иные сведения. Общественные организации также пристально следят за открытостью информационного пространства и всеми средствами борются против чрезмерной нормативности, формализации и регламентации информационной деятельности. В 1996 году на мировом форуме в Давосе Дж. Барлоу была представлена «Декларация независимости киберпространства».

Целью декларации было провозглашение нового мира, в котором нет привилегий и предубеждений, социальной дискриминации и административного ресурса. Это реальность, в которой не действуют старые индустриальные методы порабощения человека, отсутствуют границы и социальная несправедливость. Сторонники такой позиции считали, что сеть должна оставаться «чистой» от законодательного нормирования, быть зоной свободного вещания информации, идей, мыслей. Ведь, войдя в сеть, субъект социальных отношений тем самым соглашается с «коллективным» использованием его информации, в результате чего она становится общим ресурсом. Впрочем, такую позицию мы вынуждены признать утопической. Этому есть несколько причин. Прежде всего, отметим, что декларирование владельцами транснациональных корпораций информационной свободы, равенства доступа к социально важным данным умело конвертируется ими в значительные доходы и сетевое порабощение населения отдельно взятых

стран. Мы убеждены в невозможности создания и реализации такой модели информационного взаимодействия, которая исключала бы действия, направленные на разрушение, дестабилизацию социальной системы. Ведь принудительно, административно, политически, экономически, военно можно вмешаться в работу любой информационной сети и навязать подключенным к ней социальным агентам заранее определенные правила игры. Второй аспект, ограничивающий полноценную реализацию социокультурного потенциала информационных сетей, кроется в искажении представления об информационных отношениях, информационных ресурсах и информационной деятельности. Примечательно в данном контексте исследование В. А. Емелина и А. Ш. Тхостова, которые сравнили Интернет с Вавилонской башней, вполне правомерно ставя вопрос о том, насколько информационное пространство реально. При ответе на этот вопрос следует учесть проблемы связанные с распознаванием и различением информации, которая размещается в безграничном пространстве глобальных сетей несметным количеством пользователей [8, с. 23].

В результате, количество информации абсолютно разрывает связь с ее качеством, а практика самотиражирования информационных сообщений превращает восторг от скорости доступа к информационным ресурсам в сомнение в ее точности и достоверности. Учитывая сказанное, укажем на важную институциональную роль государства в организации информационной деятельности. Наши аргументы по этому поводу сводятся к следующим соображениям. Прежде всего, государство и его представительские органы значительно ближе к гражданам, нежели наднациональные корпорации и их руководители. Психокультура, характеризующая население отдельных стран, позволяет довольно точно предсказать мотивы и поступки властей. Во-вторых, в начале XXI в. степень интеграции общества и информационных сетей в глобальном масштабе нельзя считать удовлетворительной. По различным социологическим оценкам, даже в развитых странах мира от 15 до 30 % населения не являются активными пользователями виртуальных социальных сетей, а информационные технологии используют только как инструмент упрощения повседневных дел (оплата счетов, переписка, просмотр новостей). В развивающихся странах и странах третьего мира ситуация значительно хуже. Именно это заставляет нас признать за государством важную функцию адаптации её граждан к активному привлечению к информационной деятельности, как на уровне быта, так и при ведении бизнеса, реализации собственной гражданской активности и тому подобное. Без воли государств процесс окончательной глобализации информационных сетей невозможен. Ведь сетевое пространство, хотя и нефизическое, все же является

виртуальным относительно к его носителям — серверам, коммуникативным сетям, протоколам, администраторам, спутникам, провайдерам [12, с. 45].

Третьим аргументом в пользу государственного регулирования информационной деятельности является введение, поддержка и разработка стандартов. Последние обеспечивают стабильность и надежность системы, а также доверие к ней как к носителю социальной справедливости. И хотя корпорации масштаба Apple, Google, Facebook, Samsung и другие пытаются внедрить собственные стандарты безопасности, отчетности, аутентификации и даже денежные единицы, государство без особых потерь способно отмежеваться от этих систем. Несмотря на то, что каждый из нас испытывает дискомфорт без доступа к Интернету, сотовой связи и системам спутниковой навигации, в мире существует незначительное количество глобальных информационных сетей, отсутствие которых могло бы ощутимо негативно повлиять на жизнедеятельность и благосостояние социума. Если проанализировать средства, которые используют мировые лидеры в случае наложения санкций на то или иное государство, то, прежде всего, ограничения касаются торгово-финансового оборота, добычи полезных ископаемых и сотрудничества в военной сфере. Свертывание других программ, в том числе цифровых сетевых сервисов, виртуальных социальных сетей, не привлекается. Напротив, применяются все возможные средства для недопущения свертывания указанных систем на территории отдельного государства. Ведь потенциал глобальных информационных сетей оказывается достаточным для поддержания открытым канала, через который будет происходить или нивелирование конфликта, или десантирования необходимых идей. Мы пришли к выводу, что на данном этапе цивилизационного развития государство, как основной политический игрок, имеет основания вмешиваться в информационные отношения и информационные процессы, происходящие на его территории. Этот вывод коррелирует со становлением мировых правовых систем, в котором четко определены виды информационных отношений, которые нуждаются в социокультурной оценке и правовой защите. Во-первых, это отношения, связанные с функционированием Интернета и доступа к нему. Во-вторых, отношения в сфере электронной коммерции, которые становятся доминирующими в социальном пространстве, поскольку полезны как потребителю, так и производителю. В-третьих, отношения по защите авторских и других исключительных прав на объекты интеллектуальной собственности, которые размещены в информационном пространстве. В-четвертых, отношения, возникающие по защите конфиденциальности информации, предотвращения распространения информации частного или стратегического содержания.

Приведенный перечень отношений, которые возникают в информационном пространстве и становятся объектами информационной деятельности, свидетельствует о том, что они являются неоднородными по своей социокультурной природе и требуют дополнительного социально-философского и политико-экономического обоснования [14, с. 59].

1.2. Взгляд на становление и проблемы развития информационного общества

Ни для кого не секрет, что современное общество — общество IT-технологий, которые пронизывают буквально все сферы жизни и деятельности человека. Мы не можем представить свою жизнь без различных гаджетов, компьютеров, интернета. «Мы живем в XXI веке, а это значит, что мы живем в информационном обществе» — такое название Куянцева Л. М. дала своей статье и раскрыла всю суть современной эпохи. В статье она приводит определение информационного общества как общества, в котором большинство работающих занято производством, хранением, переработкой и реализацией информации. Но что такое информация? Существует очень много трактовок определения данного понятия, почти все они сходятся в том, что информация — это какие-либо сведения. Колков А. И. (кандидат технических наук) определяет информацию как основу знаний. И он абсолютно прав, если принять информацию как сведения. Ведь сведения — это познания в какой-либо области такое определение дает нам толковый словарь Ожегова), а познания — это и есть приобретение знаний (Рис.1.).



Рисунок 1 - Лингвистическое значение слова «информация»

Если информация — основа знаний, то информационное общество — это общество в котором главную роль играет накопление, сохранение и передача этих знаний. Общество долгое время накапливало и училось сохранять и использовать приобретённые знания. Теперь мы переходим от эпохи накопления в эпоху использования. Важную роль занимает передача информации, что обуславливает развитие информационно-коммуникативных технологий. Важно понимать, что при эффективном использовании накопленных знаний, информация от коммуникации неотделима. Хоть это и разные понятия, но в своей точке соприкосновения и порождают информационное общество (Рис.2.).



Рисунок 2 - Взаимодействие информации и коммуникации

Вообще, мнения о становлении информационного общества разделяются: одни считают его неотделимой частью постиндустриального общества, т. е. что информационное общество пришло к нам ровно тогда, когда и постиндустриальное; другие считают его «новой ступенью» в развитии общества. Постиндустриальное общество характеризовалось огромными темпами развития науки и техники, однако, невозможно было предугадать, что его развитие пойдет именно в сторону всеобщей информатизации и глобального господства IT-технологий. Так же, как и сейчас, мы не можем предугадать, каким будет новый этап развития общества через несколько столетий, мы можем только предполагать. Поэтому, целесообразно рассматривать информационное общество как следующую «ступень» в развитии общества (Рис.3.).



Рисунок 3 - Основные стадии развития общества

В настоящее время нам не так важно, относится ли информационное общество к постиндустриальному, либо является новой стадией, важно то, что в любом случае, оно еще не достигло своего окончательного «расцвета», и существуют различные проблемы на пути его становления. Колков А. И. (кандидат технических наук) видит проблему в развитии информационного общества в том, что человечество еще не научилось использовать свои знания. Он считает, что информационное общество должно быть преобразовано в интеллектуальное, где индивидуальный интеллект объединяется в систему, целью которой является эффективное использование знаний без вреда для человечества. Под вредом понимаются знания, например, такие как о производстве смертоносных бактерий или знания об оружии массового уничтожения — очевидно, они наносят человечеству вред. Лысенко А. Е. (кандидат медико-технических наук) со своей медицинской точки зрения видит барьер к полному переходу к информационному обществу в «неравенстве», а именно — в положении инвалидов, которые лишены возможности использования информационно-коммуникационных технологий в полной мере. Для людей с ограниченными возможностями должны создаваться технологии, с учетом их умственных и физических недостатков, ведь если мы говорим об обществе, то оно должно охватывать все слои населения, включая инвалидов. Лопатина Н. В. (кандидат социологических наук) видит проблему в самом функционировании информационного общества, где вызванная его развитием дисфункция классических элементов происходит не деликатным образом, а фактически путем рейдерства. Наиболее яркий пример — библиотека и интернет: с появлением интернета библиотеки резко отстранились на задний план, многим из них просто стало бессмысленно существовать, а ведь они

представляли собой целую систему, много людей было задействовано, а потом постепенно потеряло ценность своей деятельности. Конечно сейчас, многие библиотеки усовершенствованы, их архивы систематизированы и автоматизированы в информационные системы, однако переход к данной системе не был произведен постепенно и деликатно, без каких-либо потерь для субъектов данной сферы деятельности. Тоже самое произошло и с системой государственного управления, как пишет Усынин Ю. К. в своей статье «Трансформация коммуникативного пространства власти и общества в контексте развития информационных технологий», где внедрение информационных технологий происходило также не без противоречий. Однако, это можно назвать предсказуемым следствием информатизации, ведь невозможно произвести полностью однородный переход к абсолютно новым технологиям работ на столь обширной территории как Россия. Несмотря на указанные проблемы и противоречия в развитии информационного общества, нужно отметить, что его становление несомненно содержит массу положительных сторон и плодотворно влияет на развитие общества, которое благодаря информации и коммуникациям становится наиболее интеллектуальным и демократичным, а указанные проблемы — лишь дело времени.

Таким образом, информационное общество — это самостоятельная стадия развития общества, которая характеризуется развитием информационно-коммуникационных технологий для всех слоев населения, где индивидуальный интеллект преобразуется в целую интеллектуальную систему, с целью эффективного использования знаний во благо человечества, и все сферы жизни и деятельности человека информатизированы, а главными продуктами на экономическом рынке являются услуги и информация [18, с. 23].

1.3. Значение информационных сетей в современном обществе

Сеть (англ. «network») – это взаимодействующая совокупность объектов, связанных друг с другом линиями связи.

В информационных процессах, системах и технологиях под термином «сеть» понимают как минимум несколько компьютеров и иных вычислительных машин, соединенных между собой с помощью специального оборудования для обеспечения вычислений и обмена различными видами информации.

Коммуникационная сеть – это система объектов, осуществляющих функции создания (генерации), преобразования, хранения и потребления продукта и линий передачи, по которым осуществляется передача этого продукта внутри сети. Объекты такой системы называют пунктами или узлами сети, а линии – коммуникациями, соединениями или каналами связи.

По функциональной принадлежности компьютерные сети бывают: информационные, вычислительные, информационно-вычислительные [2, с. 59].

Основу сетевых технологий составляют вычислительные сети – это средства связи (телекоммуникации), с помощью которых распределенные в пространстве компьютеры объединяются в систему. Первые коммуникационные компьютерные сети создавались, в первую очередь, для проведения математических вычислений и получили название – «вычислительные сети» – это компьютерные коммуникационные сети, предназначенные для проведения измерений, экспериментов, сложных объединенных математических вычислений и т.п. работ, в том числе в автоматических и автоматизированных системах. Практически одновременно эти сети стали использовать для обмена различного рода данными (сети передачи данных) и информацией. В результате появились как информационно-вычислительные сети, так и информационные сети.

Информационно-вычислительные сети включают вычислительные сети, предназначенные для распределенной обработки данных (совместное использование вычислительных мощностей в любых предметных областях), и информационные сети, предназначенные для совместного использования информационных ресурсов [3, с. 408].

Информационная сеть – это коммуникационная сеть, в которой информация выступает в качестве продукта создания, переработки, хранения и использования. В таких сетях осуществляются сеансы информационного взаимодействия разных категорий пользователей.

Информационное взаимодействие (англ. «Information interaction») – это процесс взаимодействия двух и более субъектов, целью и основным содержанием которого является изменение имеющейся информации хотя бы у одного из них.

В информационных сетях управляющие системы называются серверами – это подключенные к сети достаточно мощные вычислительные машины, обладающие определенными ресурсами общего пользования и, как правило, возможностью объединять компьютеры в информационных сетях [13, с. 75].

С точки зрения организации существует разделение сетей на три вида: реальные, искусственные и одноранговые.

К реальным сетям относят сети, в которых компьютеры соединяются между собой по определенной схеме посредством специальных устройств – сетевых адаптеров и требуют присутствия специалистов, осуществляющих контроль и эксплуатацию таких сетей. Их называют сетями с выделенным сервером (англ. «real network» или «Network With an Attitude», NWA). Например, NetWare фирмы Novell и Windows NT фирмы Microsoft. Эти сети позволяют осуществлять централизованное управление. Более сложной и одновременно распространенной считается технология сети «клиент/сервер», когда любой компьютер сети в определенных ситуациях может быть попеременно как сервером, так и клиентом [5, с. 47].

Искусственные сети не требуют специального сетевого жесткого диска.

Компьютеры в этих сетях связываются между собой через последовательные или параллельные порты без специальных сетевых адаптеров. Иногда такая связь называется ноль-модемной или ноль- слотовой, так как ни в один из слотов компьютера не включена сетевая плата (адаптер).

Одноранговые сети организуются по принципу «равный среди равных» (англ. «peer-to-peer network»), т.е. без выделенного сервера и относятся к промежуточному типу между реальными и искусственными. В них любой компьютер попеременно может выступать в роли сервера или рабочей станции (PC) – «клиента».

«Клиентом» обычно считается менее мощный компьютер, ресурсы которого не предоставляются в совместное использование в сети. Сеть, образованная из таких компьютеров, базирующаяся на ПО, обеспечивающем их работу в таких режимах, называется «клиент-серверной». В качестве программного обеспечения таких сетей обычно используют ОС Windows'95/97/98/2000 и др. Преимущество этих сетей заключается в применении в них почти таких же возможностей (сервисов), как и в реальных сетях, при этом одноранговые сети легче устанавливать и обслуживать. Кроме того, не требуется однозначно выделять серверы, так как любой компьютер может быть сервером и одновременно клиентом, а с компьютеров пользователей можно обращаться к папкам, файлам и принтерам, находящимся на других компьютерах этой сети .

Используется и понятие «виртуальные частные сети» (англ. «Virtual Personal Network», VPN), первоначально означавшее организацию работы (рабочие места)

некоторых сотрудников организации на дому. При создании таких сетей в соответствующие здания заводят одну кабель, и пользователи получают возможность передачи данных, выхода в Интернет, телевидение и телефонную связь, другие информационные услуги [16, с. 123].

Сети различаются назначением, конфигурацией, характеристиками применяемого оборудования и программ. Они бывают универсальные и специализированные; однородные (гомогенные), т.е. состоящие из программно совместимых ЭВМ, и неоднородные (гетерогенные), включающие различное программное обеспечение и разнотипные компьютеры.

Корпоративные сети (сети масштаба предприятия; англ. «enterprise-wide networks»), охватывающие территорию, как правило, представляющую одно или несколько близко расположенных зданий, входящих в состав этой корпорации (предприятия). В зависимости от масштаба и охватываемых территорий, они являются разновидностью территориальных и региональных сетей.

К сетям нового поколения относят и нейронные сети.

Нейронные сети – это обобщенное название групп алгоритмов, умеющих обучаться на примерах, извлекая скрытые закономерности из потока данных.

При этом алгоритмы обучения не требуют предварительных знаний о существующих в предметной области взаимосвязях. Необходимо подобрать достаточное число примеров, описывающих поведение моделируемой системы в прошлом.

Компьютерные технологии, получившие название нейросетевых, работают по аналогии с принципами строения и функционирования нейронов головного мозга человека и позволяют решать чрезвычайно широкий круг задач: распознавание человеческой речи и абстрактных образов, классификацию состояний сложных систем, управление технологическими процессами и финансовыми потоками, решение аналитических, исследовательских, прогнозных задач, связанных с обширными информационными потоками. Являясь мощным технологическим инструментом, нейросетевые технологии облегчают принятие важных и неочевидных решений в условиях неопределенности, дефицита времени и ограниченных информационных ресурсов [17, с. 47].

Гибкость и мощность нейронных сетей открывает перед неограниченные возможности применения, особенно в качестве аналитических инструментов в

плохо формализуемых и многокритериальных областях (например, для анализа финансовой и банковской деятельности).

Развитие территориальных, региональных, международных (глобальных) компьютерных систем способствовало появлению всемирной «сети сетей» – Интернета. Он появился в результате объединения между собой разных сетей с целью обмена информацией и решения других задач, что способствовало появлению интернет-технологий [11, с. 187].

Интернет обычно формируется как совокупность создаваемых различными организациями опорных сетей, как правило, для удовлетворения собственных потребностей. Эти сети бывают международные, государственные, региональные и отраслевые. Некоторые из них для выхода в Интернет выделяют специальные сетевые узлы с серверами, называемыми хостами, и становятся провайдерами Интернета.

Данные различных исследований и опросов говорят о том, что 93% современных подростков являются активными пользователями сети Интернет.

В информационных сетях управляющие системы называются серверами.

Под термином «сервер» (англ. «server» – обслуживающий процессор, узел обслуживания) понимают подключенную к сети, достаточно мощную вычислительную машину, обладающую определенными ресурсами общего пользования, а также, как правило, возможностью объединять некоторое количество компьютеров как в локальной, так и в глобальной информационных сетях [4, с. 113].

Процессы, осуществляемые в сети, можно разделить на основные и вспомогательные.

К основным относятся прикладные процессы – ввод, обработка, хранение и передача информации пользователям.

Вспомогательными считаются процессы взаимодействия прикладных процессов друг с другом с помощью средств коммуникации.

Эти процессы достаточно сложны, поэтому Международная организация стандартов (ISO) разработала эталонную модель ISO/OSI, в которой рекомендуется делить названные процессы на семь уровней. Сверху вниз это:

- 7 – прикладной,
- 6 – представительный,
- 5 – сеансовый,
- 4 – транспортный,
- 3 – сетевой,
- 2 – канальный,
- 1 – физический.

Любой уровень выполняет указания вышестоящего уровня.

Прикладной уровень использует сервис всех остальных уровней процессов взаимодействия. Основная задача уровней – обеспечить надежное взаимодействие прикладных процессов. Вышестоящие уровни способны исправлять ошибки нижестоящих. Так, например, ошибка, пропущенная канальным уровнем при передаче информации, будет выявлена и исправлена транспортным.

На разных уровнях происходит обмен в различных единицах информации: биты, кадры, фреймы, пакеты, сеансовые сообщения, пользовательские сообщения. Уровень может «ничего не знать» о содержании сообщения, но он должен «знать», что дальше делать с этим сообщением. Уровень приложений передает сообщение на следующий уровень и т.д. через все уровни, пока физический уровень не передаст его в кабель. Каждый уровень по-своему обрабатывает, например, сообщение электронной почты, но не «знает» о фактическом содержании этого сообщения [16, с. 155].

Информационные сети, предназначены для совместного использования информационных ресурсов. Перечислить же все современные сетевые прикладные процессы просто невозможно.

Основными прикладными процессами являются:

Информационные банки для решения задач управления, планирования, учёта и отчётности.

Электронная почта, передача сообщений и документов, учёт и контроль корреспонденции. Электронное письмо доходит до адресата в считанные минуты.

Информация передаётся небольшими порциями ограниченной длины – так называемыми пакетами. Каждый пакет, кроме передаваемых данных, обязательно содержит служебный заголовок, в котором указаны адрес назначения и адрес источника. Маршрут пакета в компьютерной сети заранее не фиксирован, он может проходить через разные промежуточные компьютеры, и даже разнородные сети. Компьютерная сеть никогда не бывает занятой; при сильной загрузке просто увеличивается время доставки пакетов.

Телесовещания и телеконференции. Для проведения совещания в банке информационной сети открывается специальный файл, в который закладывается первоначальный текст и иллюстрирующий его материал. Электронные картотеки, справочники, энциклопедии, библиотеки, газеты, видеотекс. Видеотексом называют массовую информационную службу, рассчитанную на широкие круги населения. В этой службе создаётся ряд банков, содержащих разнообразные сведения, интересные для населения: политическая, экономическая информация, данные о службе быта, расписание движения средств транспорта и т.д.

Электронные финансовые банки, оплата счетов. Диспетчерские транспортные службы: резервирование мест на поезда, суда, самолёты.

Возможности сетей:

- использование территориально распределенного программного обеспечения, информационных баз данных и баз знаний, находящихся у различных пользователей;
- организация распределенной обработки данных путем привлечения ресурсов многих вычислительных машин;
- оперативное перераспределение нагрузки между компьютерами, включенными в сеть и ликвидации пиковой нагрузки за счет перераспределения ее с учетом часовых поясов;
- специализация отдельных машин на работе с уникальными программами, которые нужны ряду пользователей сети;
- коллективизация ресурсов, в особенности дорогостоящего периферийного оборудования, которым экономически нецелесообразно укомплектовывать каждую ЭВМ;
- простота эксплуатации и доступа пользователя к сети;
- открытость – возможность подключения разнотипных ЭВМ;
- развиваемость – возможность наращивания ресурсов сети и абонентов;

- автономность – работа пользователя на своей ЭВМ не должна ограничиваться тем, что ЭВМ включена в сеть;
- интегральность – возможность обработки и передачи информации различного вида: символьной, графической и др;
- защищенность – возможность пресечения несанкционированного доступа к сети;
- небольшое время ответа обеспечивает эффективную работу пользователя в диалоговом режиме в соответствии с назначением сети;
- непрерывность работы – возможность отключения и подключения компонентов сети без прерывания ее работы;
- помехоустойчивость – способность достоверно передавать информацию в условиях помех;
- высокая надежность и приемлемая стоимость услуг сети [11, с. 174].

2. Электронная коммерция в России на примере Ozon.ru

2.1. Анализ рынка электронной коммерции в России

Общий объем рынка интернет торговли в 2013 году составил 470 млрд рублей, рост по отношению к прошлому году составил 34%. В ближайшие годы мы ожидаем продолжение активного роста интернет-торговли. Однако, темпы роста будут постепенно замедляться: с текущих 30-35% в год до 26-30% в год. В 2016 году оборот товарной розничной торговли в рунете превысит 1 триллион рублей.



Рисунок 4 - Объем рынка

В ТОП-5 категорий в 2013 году по обороту вошли:

- Электроника и бытовая техника (107 млрд рублей)
- Одежда, обувь (76 млрд рублей)

- Компьютеры, ноутбуки, комплектующие (45,6 млрд рублей)
- Автозапчасти (26 млрд рублей)
- Мобильные телефоны (26 млрд рублей)

По сравнению с 2012 годом в ТОП-5 категорий вошел сегмент «Автозапчасти», вытеснив «Детские товары». Напомним, что в 2012 году в ТОП-5 по обороту были «Электроника и бытовая техника», «Одежда, обувь», «Компьютеры, ноутбуки, комплектующие», «Мобильные телефоны», «Детские товары».

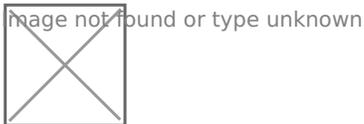


Рисунок 5 - Объем рынка по сегментам, млрд. руб.

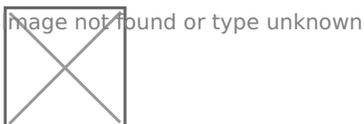


Рисунок 6 - Структура рынка по категориям (доли в процентах оборота)

ТОП-5 категорий по среднесуточному количеству заказов:

- Одежда, обувь (59 тысяч заказов)
- Электроника и бытовая техника (47 тысяч заказов)
- Продукты питания (30 тысяч заказов)
- Автозапчасти (25 тысяч заказов)
- Для дома (19 тысячи заказов)

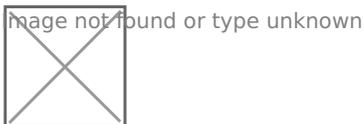


Рисунок 7 - Среднесуточное число заказов по сегментам, тыс. штук

Рост оборота основных сегментов за 2013 год:

- Электроника и бытовая техника – рост 33%

- Одежда, обувь – рост 34%
- Компьютеры, ноутбуки, комплектующие – рост 23%
- Автозапчасти – рост 43%
- Мобильные телефоны – рост 32%

Image not found or type unknown



Рисунок 8 - Изменение оборотов по сегментам год к году (2013 в сравнении с 2012)

ТОП-5 самых быстрорастущих сегментов:

- Для дома – рост 97%
- Зоотовары – рост 95%
- Лекарства – рост 63%
- Оборудование – рост 55%
- Подарки – рост 50%

Image not found or type unknown



Рисунок 9 - Сравнение оборотов год к году, млрд. рублей

2.2. Анализ рынка электронной коммерции книг

В настоящий момент фактически все издательства используют в качестве одного из направлений сбытовой политики интернет-канал. Согласно аналитике журнала «Книжная индустрия», в 2013 г. на него приходилось около 8% продаж традиционных бумажных книг в структуре рыночных каналов сбыта, или 6,27 млрд руб. (в 2012 г. – 5,93 млрд руб.).

Как видно из рис. 7, на протяжении последних лет в интернет-канале наблюдается постепенное снижение темпов роста продаж. Отчасти это было связано с

достижением точки насыщения в наименее затратном московском регионе и переключением на работу с консервативной региональной аудиторией, а также ростом конкуренции.

Основными трендами развития данного канала в 2011-2013 гг. были:

- рост интернет-аудитории, закрепление привычки у россиян приобретать книги в виртуальном магазине при параллельном развитии клиентских сервисов (личный кабинет, адресный мейлинг, контекстная реклама, работы блогами и социальными сетями);

- рост числа интернет-магазинов, уплотнение конкурентного поля, активное появление в online-сегменте новых игроков, открытие медийных (в том числе книжных) товарных направлений крупными некнижными online-игроками (электронный стол заказов «Е5» и др.);

- максимальный для книжного ритейла размер среднего чека (800-1000 руб.) при параллельной агрессивной ценовой политике как основного способа привлечения клиента и сохранения рыночной доли;

- развитие логистики, расширение географии физического присутствия столичных интернет-магазинов, создание площадок федерального уровня обслуживания.

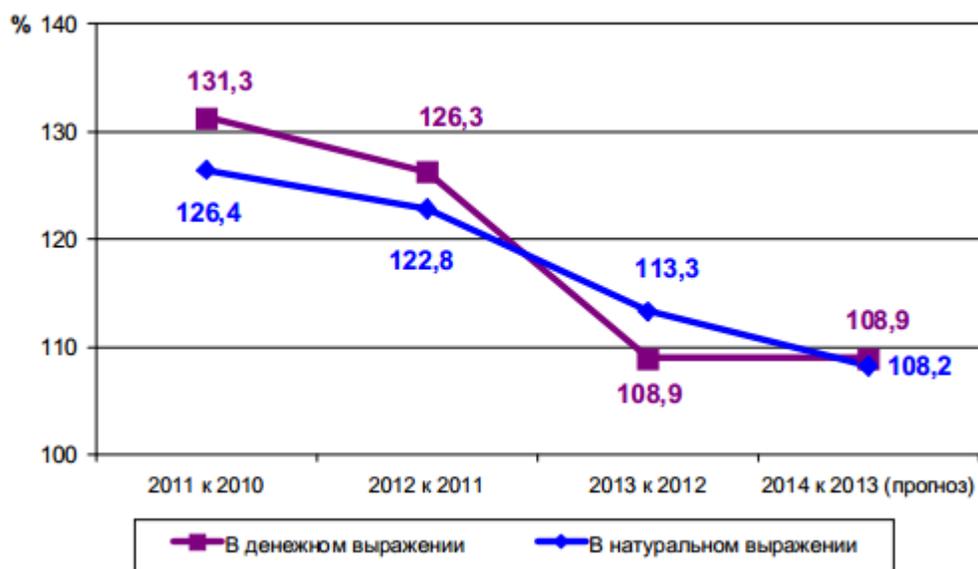


Рисунок 10 - Интернет-канал: темпы роста продаж печатной книги в 2011-2014 гг.

Основными игроками в интернет-канале в 2013 г. были: «Лабиринт» (Labirint.ru), «Озон» (OZON.ru), «Логос-Интернет» (Read.ru), «Мой магазин» (My-shop.ru),

«Книга.ру» и др. (см. табл. 27).

На текущий момент OZON.ru остается лидером книжной интернет-торговли России с расчетной долей 24% (1,8 млрд руб.) от оборота печатной книги в данном канале. Общий ассортимент печатных книг OZON.ru, доступных для приобретения на декабрь 2013 г., насчитывает 2 млн названий (включая print-on-demand) (см. рис. 8).

Средняя цена книги в этом магазине находилась в пределах 245 руб. (без учета стоимости доставки). В 2013 г. OZON ежемесячно включал в свой ассортимент 8000 новых наименований книг и работал напрямую практически со всеми крупными издательствами России. К услугам клиентов OZON предлагает 2100 пунктов выдачи заказов на всей территории России, Казахстана и Латвии – всего 255 городов.

Средний чек покупателя этого интернет-магазина в 2013 г. составлял 1000 руб. (в Москве –1232 руб.) и включал пять позиций.

Вопреки тренду максимального расширения ассортимента, что свойственно интернет-магазинам в целом, «Лабиринт»(Labirint.ru) сохраняет свою книжную направленность, и расчетная для него доля канала интернет-продаж печатной книги на книжном рынке России по итогам 2013 г. составляет не менее 6,7%. Интернет-магазин «Лабиринт» впервые заявил о себе в марте 2005 г. и является подразделением вертикально интегрированной компании «Книжный Лабиринт» с собственным издательством, оптовым складом и сетью розничных магазинов. На сегодняшний день он входит в первую тройку книжных интернет-магазинов Рунета, представляя около 140 000 названий печатных книг и имея 380 пунктов выдачи заказов на всей территории России.

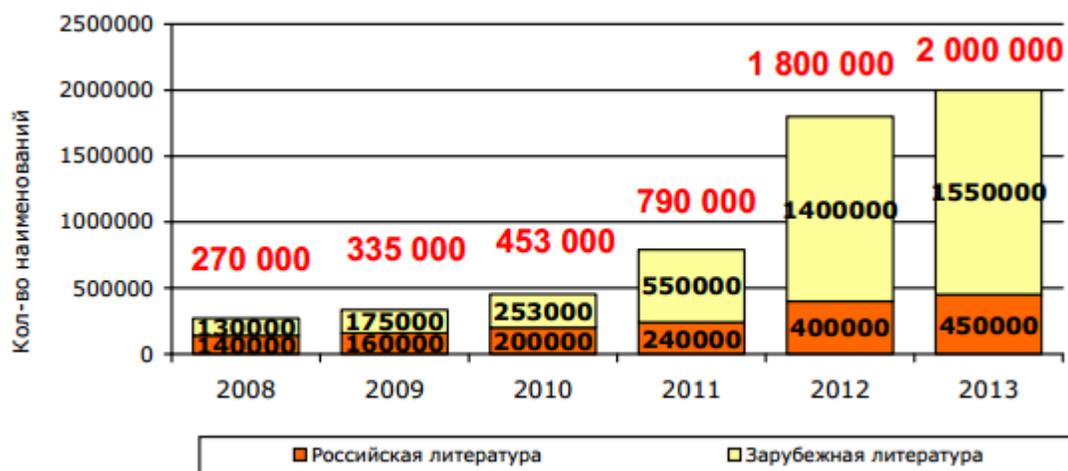


Рисунок 11 - Динамика развития книжного ассортимента OZON.ru в 2008-2013 гг.

Сопоставимым количеством пунктов выдачи заказов (332) на территории России располагает и интернет-магазин My-shop, преимущественно в партнерстве с салонами автосервиса (ООО «МВО-Столица»), салонами «Мультифото» (ООО «Базис») и региональными офисами транспортной компании ООО «ПЭК».

На данный момент My-shop предлагает более 1 млн названий печатных книг по универсальному каталогу наряду с не книжными товарными группами.

В 2013 г. существенно прирастил долю книжного интернет-рынка магазин Read.ru (ООО «Логос-Интернет»). На сегодня этот магазин располагает 1300 пунктами выдачи заказов в 170 городах России в партнерстве с ЗАО «Нева», ООО «Пресс-Логистик», «Центропечать», «Урал-Пресс», «QIWI Post» (в т.ч. 320 пунктов в Москве и 200 в Санкт-Петербурге). Помимо печатных книг, игр, игрушек, канцтоваров и товаров для хобби, Read.ru предлагает сервис подписки и распространения через интернет-магазин периодических изданий: от популярных ежемесячных журналов, изданий для детей и подростков до специализированных отраслевых и научных журналов. В 2013 г. расчётная доля оборота интернет-продаж печатной книги для ООО «Логос-Интернет» составляет 6-7%.

Согласно исследованию «Российский рынок Интернет-торговли книгами 2013», проведенному компанией РБК.research, в 2013 г. рынок интернет-торговли книгами и прочей печатной продукцией составил 2% от всего оборота товарного сегмента рынка электронной коммерции России. Большая часть рынка онлайн-продаж книг сосредоточена в российских городах с численностью населения от 100 до 500 тысяч человек.

По итогам исследования РБК, традиционные книги ещё в 2011 г. являлись самой востребованной группой товаров, приобретаемых с помощью Интернета. Но всего год спустя, в 2012 г., печатная продукция перестала лидировать, потребители стали уделять больше внимания таким товарам, как компьютеры, цифровая и бытовая техника, одежда и обувь. На данный момент лишь менее трети опрошенных являются покупателями печатных книг через Интернет, что позволяет сделать выводы о насыщении этого сегмента рынка интернет-торговли. Еще одним важным фактором является растущая популярность электронных книг.

Таблица 1 - Ведущие книжные интернет-магазины в Рунете

Название магазина	Адрес в Интернете	Число наименований книг в ассортименте						Владелец	Год создания
		2009	2010	2011	2012	Январь 2013	Январь 2014		
Books.ru	www.books.ru	314 471	160 501	128 906	3 508 036	4 779 189	5 224 144	ООО «Символ-Плюс»	1996
Read.ru	www.read.ru	–	100 000	более 200 000	337 587	2 609 781	3 022 206	Группа компаний «Логос»	2009
OZON.ru	www.ozon.ru	335 000	453 000	790 000	1 800 000	1 800 000	2 000 000	Baring Vostok Private Equity Fund	1998
My-shop.ru	www.my-shop.ru	н/д	н/д	н/д	н/д	н/д	1 203 480	н/д	2003
«Книга.ру»	www.kniga.ru	н/д	н/д	н/д	н/д	н/д	444 180	н/д	2008
«Библио-Глобус»	www.bgshop.ru				250 000			Холдинг «Библио-Глобус»	2000
«Библион»	www.biblion.ru	140 864	180 000	220 000		ок. 250 000		ЗАО «Библион – Русская книга»	1999
Московский дом книги	www.mdk-arbat.ru				в среднем 170 000-180 000			Московский дом книги	2009
«Лабиринт»	www.labyrinth-shop.ru	143 635	н/д	84 090	117 070	119 813	137 822	ООО «Лабиринт»	2005
ТДК «Москва»	www.moscowbooks.ru	-	-	-	38000	38300	более 40 000	ООО ТДК «Москва»	2012
«Болеро»	www.bolero.ru	125 308	140 474	143 785	436 085	436 067	1840	Интернет-холдинг «House»	1999
Co@Libri	www.colibri.ru	35 184	более 100 000	108 117	117 712	13 020	Магазин закрыт	«КноРус»	1999
Soyuzkniga	www.soyuzkniga.ru	–	100 000	40 000			Магазин закрыт	Холдинг «Терра-ИПК»	2009
Bookean	www.bookean.ru	–	100 000	170 000	В стадии закрытия		Магазин закрыт	Компания «Топ-книга»	2009

По мнению аналитиков компании РБК.research, в последнее время сократилось время между началом пользования Интернетом и первой покупкой с его помощью: если раньше шла речь о 3 годах, то сейчас этот срок сократился до 1-2. Также отмечается увеличение доли повторных покупок и мультикатегорийных заказов.

Выросло количество заказов, за которые пользователи предпочитают платить банковскими картами еще до получения товара. Сейчас доля безналичной оплаты покупок в OZON составляет 15%, хотя долгое время этот показатель оставался на уровне 10%.

Пока довольно мало клиентов, которые совершают покупки на OZON.ru с помощью мобильных устройств. Чаще всего пользователи используют смартфоны и планшеты, чтобы просмотреть ассортимент товаров, а непосредственно покупку совершают и оплачивают все-таки с помощью компьютера. Несмотря на то, что доля тех, кто пользуется мобильным приложением для полного цикла приобретения товара, составляет всего несколько процентов от общего количества покупателей, Назамутдинова подчеркивает, что активнее всего через приложение покупают именно книги, а средний чек у таких заказов вышена 15%. Оплата электронными деньгами товаров на OZON.ru составляет 20-22%.

В то же время интернет-магазина «Лабиринт» в 2013 г., согласно исследованию РБК.research, доля покупателей выросла с 14,9% до 23,6%. Также у «Лабиринта» достаточно высокий показатель уровня доверия клиентов: 75% участников опроса посоветовали бы своим знакомым и близким воспользоваться услугами этого ритейлера. Связано это, по словам пользователей, с удобством навигации сайта и приемлемой ценовой политикой.

2.3. Место Интернет-магазина Ozon в Интернет-торговле

Интернет-холдинг Ozon состоит из нескольких подразделений: интернет-магазина Ozon.ru, туристического онлайн-агентства Ozon Travel, интернет-магазина обуви Sapato.ru, службы курьерской доставки «О-Курьер», компании-разработчика интернет-решений для интернет-магазинов Ozon eSolutions. Совокупная выручка холдинга Ozon выросла по результатам 2012 года вдвое и достигла \$565 млн. 19% оборота приходится на приобретённый в начале 2012 года интернет-магазин обуви Sapato.ru (стоимость покупки предположительно составила \$50 млн), 39% выручки холдинга обеспечивают интернет-продажи авиабилетов, отелей и других туристических продуктов (Ozon Travel). Непосредственно интернет-магазин Ozon.ru по результатам 2012 года достиг оборота в \$237 млн, что составляет 42% выручки всего холдинга Ozon. Этот показатель позволяет ему занять лишь третью позицию в рейтинге ТОП-10 крупнейших интернет-магазинов Рунета.

Основная проблема интернет-магазина Ozon.ru состоит в том, что несмотря на внушительную месячную аудиторию сайта (12,5 млн – 2013г.) и высокую конверсию (3%), ассортиментные предпочтения аудитории пока не позволяют площадке добиться большего среднего чека совершаемых покупок. Среди других участников рейтинга Ozon.ru имеет минимальный средний чек, который составляет, по нашим расчётам, всего \$73. В этой связи перед площадкой не первый год стоит задача расширения ассортимента, призванного увеличить размер средней покупки на сайте. По результатам 2012 года компании Ozon.ru удалось добиться увеличения доли товарных категорий, средний чек по которым значительно выше: медиа-носители и книги составляют 30% оборота, 35% приходится на электронику и технику. Остальные 35% — на "прочие категории". В 2012 интернет-магазин нарастил количество товарных позиций с 2 млн до 2,5 млн единиц.

В числе других приоритетов развития Ozon.ru значатся: повышение доли выполненных заказов (площадка обрабатывает около 290 тыс. заказов ежемесячно), развитие регионального присутствия (доля Москвы и С-Петербурга в обороте составляет менее 50% и сокращается). Ключевым преимуществом компании выступает как широкий ассортиментный ряд, что актуально особенно в регионах, где конкуренция пока не столь высока, так и сеть из 2,1 тыс. точек выдачи в 350 городах РФ. В 2012 году сеть пунктов выдачи Ozon увеличилась вдвое.

OZON.ru позволяет своим клиентам размещать объявления о продаже товаров. Проект C2C (на сайте этот сервис называется «Куплю-продам») стартовал в декабре 2007 и уверенно развивается. Сейчас сервисом пользуется более 8 000 человек, которые разместили более 20 000 объявлений о продаже товаров, ежедневно совершается до 100 сделок. Более половины объявлений размещено на товары, которых в интернет-магазине уже нет, что повышает шанс найти редкую книгу, не покидая сайт. Наибольшим спросом пользуются книги, на втором месте — DVD, на третьем — игры и музыка.

Использование сети компаний-агентов позволяет существенно сократить сроки доставки заказов, а также персонифицировать интернет-магазин OZON.ru в глазах региональных пользователей, повысить уровень их доверия и к интернет-магазину, и в целом к электронной торговле.

При магазине работает журнал «Magazin», который публикует интересные материалы о книжных новинках, кино, музыке, культурной жизни страны и интервью с популярными авторами.

Рейтинг ТОП-10 интернет-магазинов Рунета по посещаемости возглавляет сайт онлайн-гипермаркета Ozon.ru, месячная аудитория этой площадки составляет 12,5 млн чел. В тройку лидеров также попали ведущий онлайн-ритейлер одежды Wildberries.ru (11,6 млн) и интернет-магазин мелкой бытовой техники и электроники Sotmarket.ru (10,7 млн). Суммарная месячная аудитория ТОП-10 интернет-магазинов Рунета по посещаемости превышает 69 млн человек.

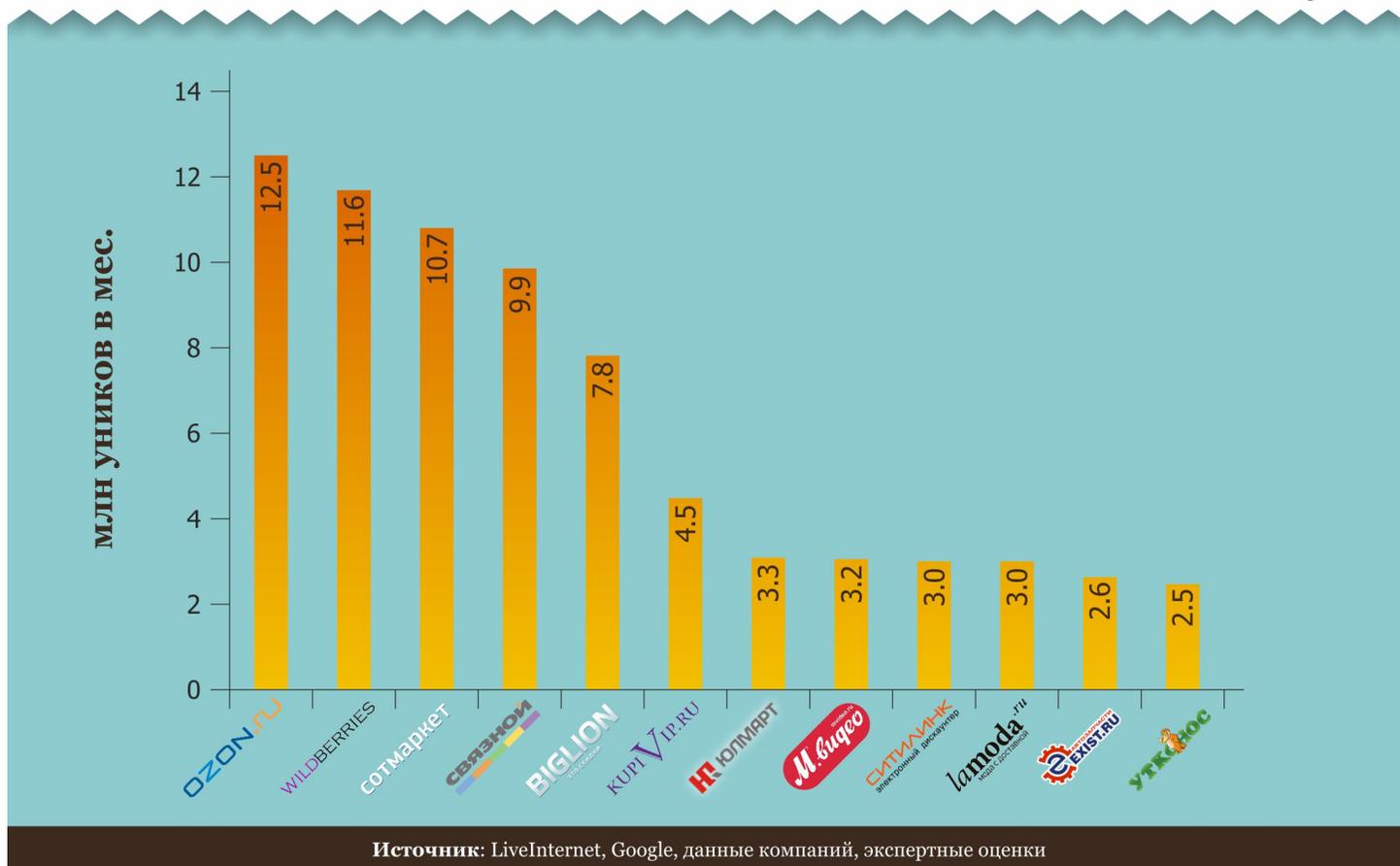


Рисунок 12 - Месячная аудитория ТОП-10 интернет-магазинов Рунета, млн уник. пос. (январь-февраль 2013г.)

Уровень посещаемости интернет-магазина является показателем популярности площадки, в качестве же основного критерия экономической успешности используется показатель объёма годового оборота ретейлера в Сети в финансовом выражении. Учитывая, что конверсия посетителей на сайтах магазинов различна, а средний чек покупки может отличаться в несколько раз, не стоит удивляться тому, что по сравнению с десяткой самых посещаемых интернет-магазинов Рунета, в ТОП-10 интернет-ретейлеров по обороту появляется два новых участника - магазин автомобильных запчастей и аксессуаров Exist.ru, магазин крупной бытовой техники Holodilnik.ru.

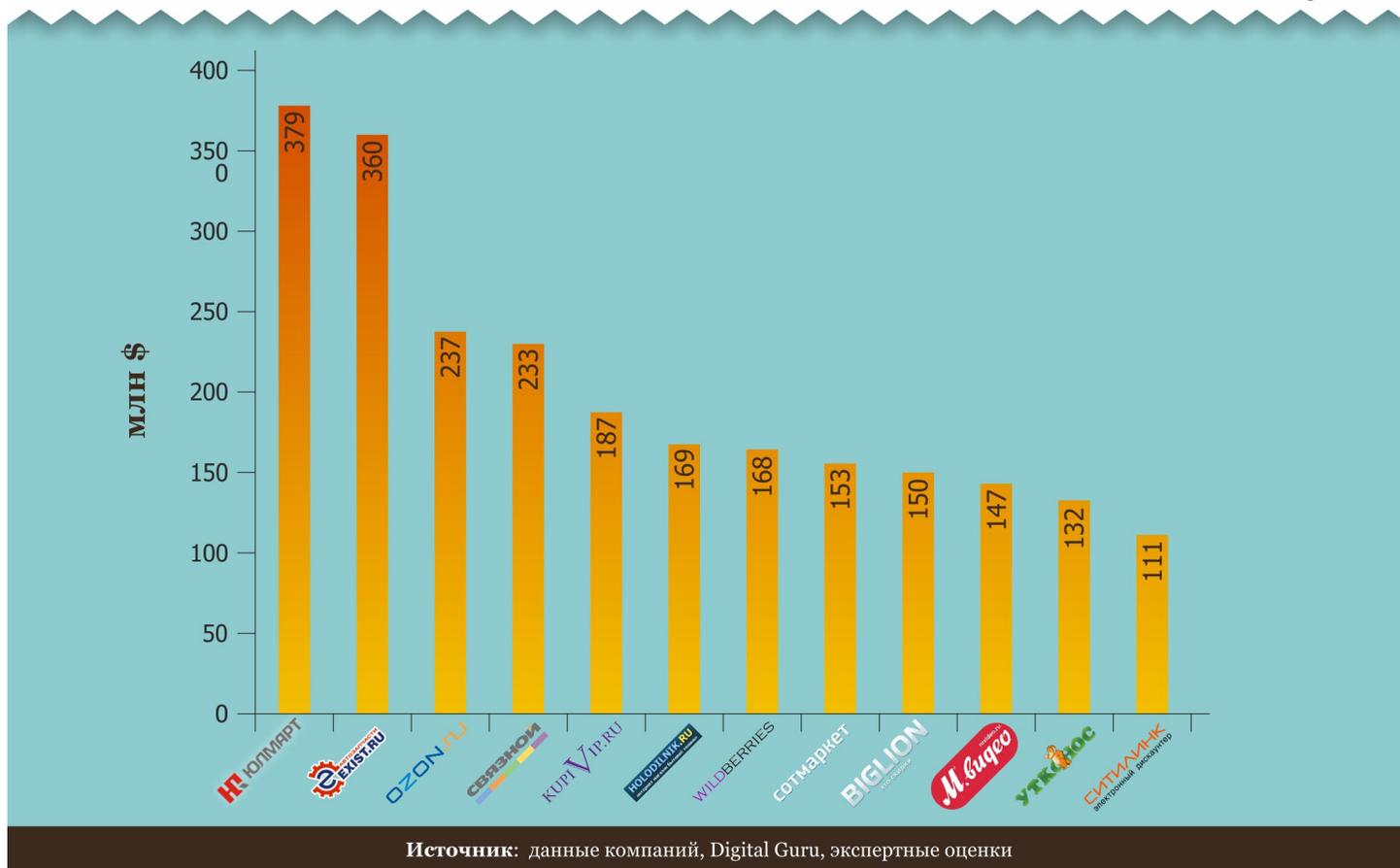


Рисунок 13 - ТОП-10 интернет-магазинов Рунета по обороту, млн \$ в год (2012г.)

На Рис.13 серым цветом «вне конкурса» отмечены онлайн-ритейлеры Utkonos.ru и Citilink.ru, которые не попали в ТОП-10 крупнейших интернет-магазинов Рунета, но по объёмам оборота вполне сопоставимы с участниками рейтинга. Крупнейшим интернет-магазином в Рунете является сайт по продаже электроники компании «Юлмарт» Ulmart.ru – по итогам 2012 года выручка данной площадки составила \$379 млн. Следует подчеркнуть, что на графике выше обозначены объёмы продаж непосредственно через сайт, то есть выручка офлайн-розницы рассмотренных компаний в объёмах интернет-продаж сайтов не учитывалась. Это важный момент, так как многие рейтинги рассматривают совокупную выручку компаний, не разделяя её по каналам продаж.

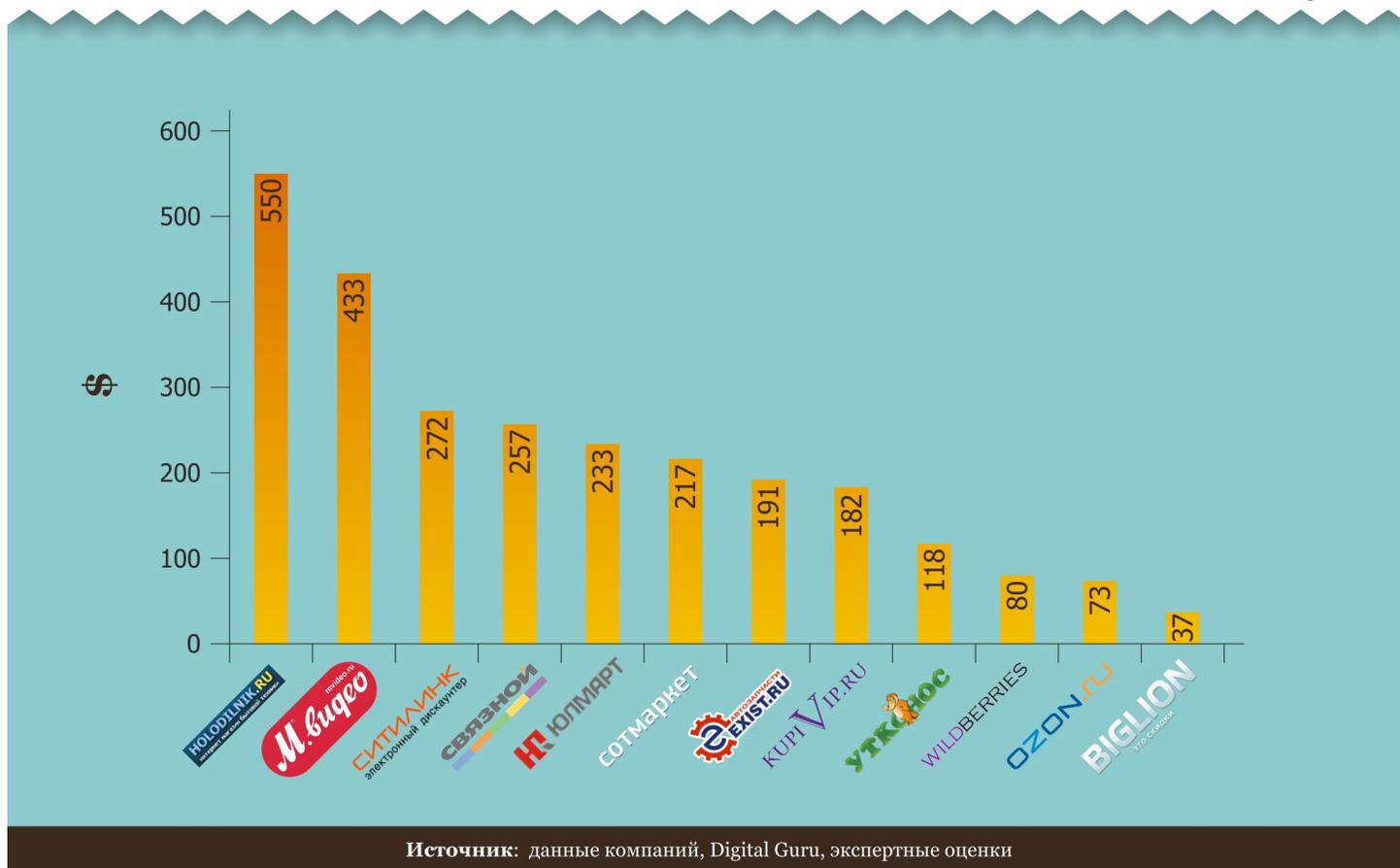


Рисунок 14 - Средний чек ТОП-10 интернет-магазинов Рунета по обороту, \$ (2012г.)

Средний чек среди участников рейтинга составляет \$225. Максимальные средние чеки в районе \$450-550 имеют интернет-магазины в структуре оборота которых крупная бытовая техника занимает доминирующее положение (Holodilnik.ru, Mvideo.ru). Вторая группа магазинов – продавцы мелкой бытовой техники и электроники (в т.ч. мобильных устройств), к этой группе относятся такие игроки рынка как Citilink.ru, Svyaznoy.ru, Ulmart.ru, Sotmarket.ru.

Для второй группы размер среднего чека колеблется в диапазоне от \$220 до \$275. Одежда и еда в Интернете – традиционно являются наиболее дешёвыми категориями, хотя последние несколько лет средний размер чека для товаров этой группы постоянно растёт; в нашем случае лидеры упомянутых сегментов достигли показателя в диапазоне от \$80 до \$180.

Существенная разница между размерами средних чеков магазинов Wildberries и KupiVIP связана с различиями в позиционировании и товарной специализации:

интернет-магазин Kurivip позиционируется как продавец люксовой и премиальной одежды, что сказывается на ценнике, а то время как Wildberries сконцентрировался на работе со средним и недорогим сегментами продукции.

Один из лидеров e-commerce в России – интернет-гипермаркет Ozon, изначально являясь продавцом книг и медианосителей, постепенно расширяет свой ассортимент, что позволяет ему постепенно увеличивать средний чек покупки. Это небыстрый процесс, ведь до сих пор вклад книг, DVD, CD и пр. в оборот площадки Ozon.ru превышает 30%, но эта доля постепенно снижается, а значит, средний чек 73\$ (2012г.) будет расти.

Перспективы роста среднего чека лидера среди купонных сервисов – сайта Biglion.ru (который на данный момент составляет всего \$37) туманны. Дело в том, что максимальный средний чек сервису обеспечивают жители московского региона (50\$), при этом конкуренция среди игроков рынка за Москву очень высока, а столичная аудитория давно пресытилась скидочными программами. Работа с региональной аудиторией требует дополнительных издержек, однако покупательная способность жителей регионов заметно ниже – средний чек Biglion.ru в регионах не превышает \$23.

Уровень конверсии в нашем случае – отношение количества оформленных заказов, поступивших с сайта интернет-магазина за 1 мес. к месячной уникальной аудитории рассматриваемой площадки.

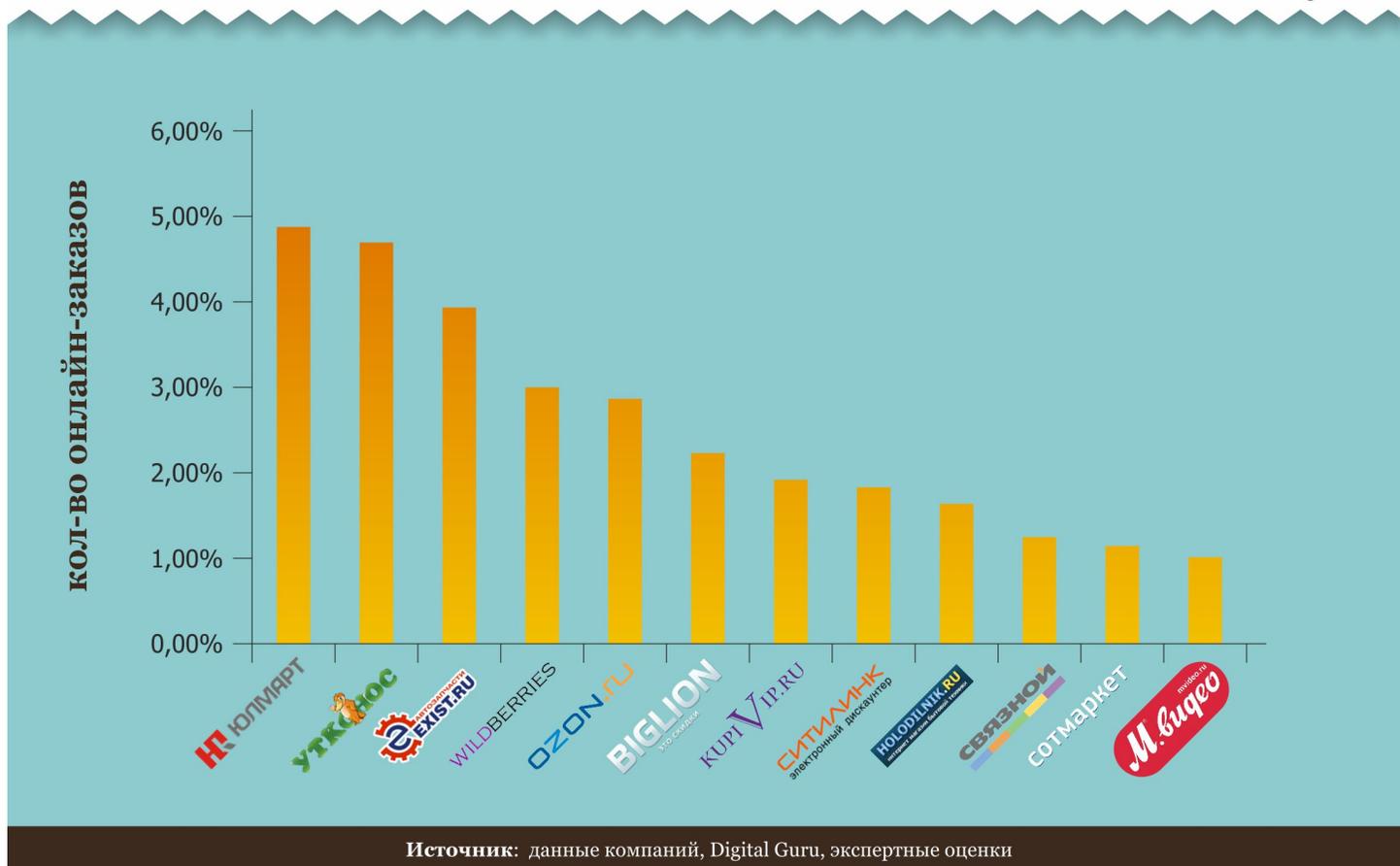


Рисунок 15 - Уровень конверсии ТОП-10 интернет-магазинов Рунета по обороту, % (2012г.)

Следует оговориться, что оформленный заказ или заявка не являются гарантией того, что товар будет оплачен и приобретён заказчиком. Для любого интернет-магазина следует рассматривать дополнительный важный показатель – процент возврата (отказа от совершения покупки). Причины отказа от совершения покупки могут быть совершенно различными: срыв сроков доставки товара, неудовлетворённость качеством товара, отсутствие приемлемых форм оплаты заказа и т.д.

Максимальный процент возвратов отмечается в сегменте «Одежда», здесь он может достигать 30-40% от общего числа совершённых заказов. Проблема отказа от покупки является одной из основных для интернет-магазинов. Непокупка товара нередко означает, что заказанный товар «повисает» на складе интернет-магазина и компании приходится нести дополнительные транспортные издержки по возврату, не говоря о том, что невыполненный заказ в равной степени нагружает

всю цепочку бизнес-процессов онлайн-ритейлера, при этом затраты на его обработку, доставку и хранение не отбиваются.

Лучшими показателями конверсии среди рассмотренной десятки отличаются сайты Ulmart.ru, Utkonos.ru и Exist.ru. Если средний уровень конверсии среди участников рейтинга составляет 2,7%, то для этих трёх сайтов он превышает 4%. Секрет лидеров заключается в высокой лояльности аудитории и развитом бренде: большая доля посетителей данных площадок заходят на сайт интернет-магазина не первый раз, имея сформировавшееся намерение совершить покупку. В конце списка с конверсией на уровне 1,1-1,6% оказались интернет-магазины Holodilnik.ru, Svyaznoy.ru, Sotmarket.ru, Mvideo.ru. Что касается площадок Holodilnik и Mvideo, оборот которых преимущественно составляет крупная бытовая техника, то в данном случае относительно низкая конверсия связана с важностью и относительной дороговизной совершаемой покупки, кроме того такие заявки часто поступают не через сайт, а по телефону

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Информационные технологии способны оказывать значительное воздействие на различные стороны человеческой жизни, в т. ч. на экономику. В высокоразвитых странах проходят, дополняя друг друга, параллельно две революции: как в развитии информационных технологий, так и в бизнесе. В итоге под влиянием информационных технологий сначала возникли методы эффективного управления компанией - всеобщее управление качеством, а и преобразования компаний - реинжиниринг бизнес-процессов и прочие. Использование систем информации и информационных технологий при интенсивном становлении рыночных отношений является наиболее важным элементом успешного управления и маркетинга. Компании все чаще используют поддержку современных систем информации и информационных технологий, чтобы держать под наблюдением увеличивающиеся внешние, а так же внутренние потоки информации, применять ее для анализа, составления прогнозов, принятия управленческих решений.

Однако, сегодня ситуация в рассматриваемой сфере характеризуется крайней неопределенностью. Прежде всего, это связано с постоянным увеличением количества технологических предложений, которые требуют высоких инвестиций, а значит и с повышением зависимости от внешних услуг. Внутрифирменные ассигнования на потребности ИТ растут значительно быстрее, нежели прочие

затраты предприятия. При этом высший менеджмент слабо осведомлен относительно общих расходов в сфере ИТ. Во-вторых, изменяется значение ИТ в хозяйственной активности многих предприятий.

При осуществлении внутрифирменных процессов функция информационных технологий перестала быть вспомогательной. Она превратилась в важнейший составной компонент продукта или мощностей производства. Хозяйственные риски сегодня во многом обуславливаются рисками в сфере ИТ. Реализация же современных организационных проектов с высокой производительностью, требует полного применения потенциала ИТ посредством телекоммуникационных средств.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Богданов Д. Социальные функции Интернета / Д. Богданов // «Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия Социальные науки». 2011. № 1. - 114 с.
2. Иванов Д.В. Общество как виртуальная реальность // Информационное общество: Сб. М.: ООО «Издательство АСТ», 2004. - 355 с.
3. Информатика и информационные технологии. Учебник / Н.Д. Угринович. М.: БИНОМ. Лаборатория знаний, 2013. - 512с.
4. Информатика. Учебное пособие для среднего профессионального образования/ Под общ. ред. И.А. Черноскутовой: СПб.:Питер, 2012. - 272с.
5. Информационные системы в экономике / под ред. Г. А. Титоренко. — М.:Юнити-Дана, 2012. - 159 с.
6. Клочкова Е. Н. Оценка эффективности развития информационного общества в России и некоторых странах мира/ Е. Н. Клочкова, О. В. Леднева // Информационное общество. -2014. -№ 2. - 59 с.
7. Книжный рынок России. Состояние, тенденции и перспективы развития. Отраслевой доклад. - М.: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, 2014. - 259 с.
8. Колков А. И. От информационного общества — к обществу интеллектуальному/ А. Колков // Информационные ресурсы России. -2010. -№ 1. - 75 с.
9. Лопатина Н. В. Информационная инфраструктура общества: современные проблемы функционирования и развития/ Н. В. Лопатина // Информационные ресурсы России. -2014. -№ 2. - 78 с.
10. Лысенко А. Е. Взгляд на развитие информационного общества, основанного на равных возможностях/ А. Е. Лысенко // Информационное общество. -2010. -№ 1. - 95 с.

11. Олифер В.Г., Олифер Н.А. Компьютерные сети. Принципы, технологии, протоколы: Учебник для вузов. 3-е изд. СПб.: Питер, 2012. - 958 с.
12. Парыгин Б.Д. Социальная психология. Проблемы методологии, истории и теории. СПб.: ИГУП, 1999. - 592 с.
13. Пятибратов А.П., Гудыно Л.П., Кириченко А.А. Вычислительные машины, сети и телекоммуникационные системы: Учебно-методический комплекс. М.: Изд. центр ЕАОИ, 2014. - 292 с.
14. Ровинская Т. Л. Информационное общество: теория и практика/ Т. Л. Ровинская // Мировая экономика и международные отношения. -2010. -№ 9. - 75 с.
15. Рынок Интернет-торговли в России в 2015 году. - М.: InSales, 2016. - 59 с.
16. Таненбаум Э.С. Компьютерные сети. СПб.: Питер, 2002. - 848с.
17. Таратута Е.Е. Философия виртуальной реальности: монография. СПб.: СПбГУ 2007. - 147 с.
18. Усынин Ю. К. Трансформация коммуникативного пространства власти и общества в контексте развития информационных технологий/ Ю. К. Усынин, А. С. Яковлев // Вестник Поволжской академии государственной службы. -2013. -№ 1. - 75 с.
19. Федосеева Н.Н. Блоги как новое средство коммуникации // Актуальные проблемы социальной коммуникации: материалы I Междунар. научно-практ. конф. / НГТУ им. Р.Е. Алексеева. НГТУ, 2010. - 65 с.
20. ozon.ru