

Крохичева Г. Е., д. э. н., проф. кафедры «Экономическая безопасность, учет и право», ДГТУ, Ростов-на-Дону, Россия;
galina-krokhicheva@yandex.ru;

Сидоренко Е.Н., ассистент кафедры «Экономическая безопасность, учет и право» ФГБОУ ВО ДГТУ, Ростов – на – Дону, Россия;
sidorenkco_elen@mail.ru

Побиванец Т.В., студент кафедры «Промышленное и гражданское строительство» ФГБОУ ВО ДГТУ, Ростов – на – Дону, Россия;
tatyana.pobivanets.101997@mail.ru

Корниенко Э.Г., студент кафедры «Промышленное и гражданское строительство» ФГБОУ ВО ДГТУ, Ростов – на – Дону, Россия;
kornienko.eleonora@yandex.ru

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ КОМПАНИЙ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Аннотация. Цифровая экономика в Российской Федерации как самостоятельная структура начала формироваться и развиваться не так давно, однако она направлена на все сферы жизни общества. Государство делает большой упор на развитие данной формы экономических отношений. Проект «Индустрия 4.0» показывает нам масштаб цифровой экономики в России. Можно сказать, что это полноценный переход функционирования жизни общества в технологическую сферу. Целью цифровизации является автоматизация всех сфер жизни общества, улучшение социальной жизни населения, упрощение государственного контроля за оборотом денежных средств в стране и другое. Поэтому с развитием цифровизации важно определить особенности предприятий в аспектах электронной коммерческой деятельности.

Ключевые слова: цифровая экономика; рынок сбыта; интернет-магазин; цифровизация; электронные коммерческие отношения; предприятия цифровой экономики.

Krokhicheva G.E., doctor of Economic Sciences, professor "Economic security, account and right" DGTU, Rostov-on-Don, Russia;
galina-krokhicheva@yandex.ru

Sidorenko E.N., assistant of the chair " Economic security, account and right " of FGBOU in ASA DSTU, Rostov-on - don, Russia;

Pobyvanets T.V., student of the Industrial and Civil Construction Department, FSBEI of VSTU, Rostov - on - Don, Russia;
tatyana.pobivanets.101997@mail.ru

Kornienko E.G., student of the Industrial and Civil Construction Department of FSBEI HE DSTU, Rostov - on - Don, Russia;
kornienko.eleonora@yandex.ru

THE OPERATION OF COMPANIES IN THE CONDITIONS OF THE DIGITAL ECONOMY

Annotation. The digital economy in the Russian Federation as an independent structure began to form and develop not so long ago, but it is aimed at all spheres of society. The state places great emphasis on the development of this form of economic relations. The Industry 4.0 project shows us the scale of the digital economy in Russia. We can say that this is a full-fledged transition of the functioning of society's life to the technological sphere. The purpose of digitalization is to automate all spheres of society, improve the social life of the population, simplify state control over the circulation of funds in the country, and more. Therefore, with the development of digitalization, it is important to identify the characteristics of enterprises in the aspects of electronic commerce.

Keywords: digital economy; sales market; online store; digitalization; electronic commercial relations; digital economy enterprises.

Цифровая экономика – это часть экономических отношений, осуществляемых в рамках электронных, цифровых технологий. [1]

Так как цифровая экономика и «традиционная» взаимосвязаны, то необходимо понять, что отличает предприятия цифровой экономики. Можно выделить следующие виды функционирования предприятий:

1. Предприятия в «традиционной» рыночной системе;
2. Предприятия, соединяющие «традиционную» и цифровую экономики;
3. Предприятия в цифровой экономике.

Примером первого типа классификации можем считать торговые точки на рынках, небольшие продуктовые магазины, ларьки др.

Ко второму типу классификации можем отнести все предприятия и компании, у которых существует сайт и которые осуществляют хотя бы минимальную деятельность с использованием сети Интернет: реклама; консультирование клиентов; получение и обработка заказов; общение с контрагентами. А также организации, имеющие реальные торговые точки и параллельно осуществляющие реализацию своего продукта с использованием интернет-магазина.

К представителям третьей категории классификации относятся те представители бизнеса, которые функционируют исключительно с использованием сети Интернет. Примерами таких предпринимательств можно назвать интернет-магазины; он-лайн консультанты и он-лайн репетиторы. [4]

При росте современных технологий с каждым годом возрастает количество бизнеса, функционирующего в режиме цифровой экономики, то есть в рамках второй и третьей категории нашей классификации. Поэтому важно особенности функционирования таких предпринимательств.

В таблице 1.1 рассмотрим особенности функционирования предприятий, относящихся ко второму типу классификации, а также увидим различия между двумя видами магазинов. Третья колонка таблицы отражает особенности функционирования непосредственно интернет-магазина.

Таблица 1.1 – Особенности функционирования торговой компании с применением цифровой экономики¹

Показатель	Торговые точки	Интернет-магазин
1	2	3
Наличие товара	Товар имеется в раскладке магазина, рассортирован по категориям, маркам, ценам. Но в результате продаж есть риск снижения ассортимента, и как следствие факт не совершения продажи.	Весь имеющийся на складе товар представлен на сайте интернет-магазина, рассортирован по категориям, маркам, ценам. Отражен полный имеющийся ассортимент склада, и как следствие увеличиваются шансы совершения продажи.
Склад	Основная масса товара размещена на складе и поставляется в магазин в количестве, необходимом для	Весь товар, представленный в интернет-магазине хранится на складе и доставляется покупателю

¹ Составлено авторами

	раскладки. Нередко склад и магазин территориально расположены в разных местах, что является фактором нерегулярного обновления ассортимента.	непосредственно.
	Товары из одного склада поставляются как в торговые точки, так и доставляются покупателям интернет-магазина. Таким образом ассортимент товара представленного в торговой точке и интернет-магазине идентичен.	
Торговый зал	Торговый зал представлен реальными витринами, на которых физически расположен товар. Покупатели могут посетить торговый зал и внимательно исследовать характеристики и стоимость товара перед покупкой. У покупателей имеется возможность в случае необходимости обратиться за помощью к сотруднику торгового зала и получить консультацию непосредственно в момент обращения.	Торговый зал отсутствует. Вместо него представлена онлайн-витрина интернет магазина. Товар отражается в виде фотографий. К каждой фотографии составлено подробное описание товара и указан ценник. Отсутствует возможность физического ознакомления с товаром. Предусмотрено онлайн-консультация покупателей с помощью дополнительных приложений, зафиксированных на сайте либо по телефону горячей линии.
Персонал	Персонал магазина состоит из следующего штата сотрудников: генеральный директор; заместитель директора; сотрудники бухгалтерии; старший кассир; кассиры; менеджер; маркетолог; старший продавец; продавцы; сотрудники отдела кадров; начальник склада; кладовщик; уборщик. Типовая структура персонала магазина представлена на рисунке 1.	Стандартно штат сотрудников интернет-магазина выглядит следующим образом: директор интернет-магазина; директор отдела продаж; менеджер по продажам; директор отдела закупок; директор по логистике; маркетолог; интернет-маркетолог; менеджер по рекламе; Особенностью деятельности персонала интернет-магазина является возможность удаленной работы сотрудников. К таким сотрудникам можно отнести: менеджер; маркетолог; директор; сотрудники отдела кадров; блогер; курьер. При этом можно встретить случаи, когда работа осуществляется централизованно из офиса. Но чаще всего данная ситуация происходит в достаточно крупных корпорациях, имеющих большую сеть магазинов Также персонал интернет-магазина может быть представлен одним человеком, отвечающим за исполнение обязанностей всех вышеуказанных должностей.
	Некоторые сотрудники могут совмещать работу одновременно в двух видах магазина. Примерами таких должностей можно назвать: менеджер; маркетолог; директор; сотрудники отдела кадров; начальник склада; кладовщик; блогер; курьер.	
Оплата товара	Оплата возможна как по наличному, так и по безналичному расчету в кассу непосредственно при покупке товара. В случае приобретения дорогостоящего товара возможно оформление кредита или рассрочки непосредственно в магазина.	Существует несколько вариантов оплаты: — предоплата (безналичный расчет через банковскую карту с помощью приложения для оплаты на сайте); — оплата курьеру наличным расчетом; — оплата курьеру по безналичному расчету (наличии у курьера переносной контрольно-кассовой техники).
	Вне зависимости от способа оплаты продавец обязан предоставить, а покупатель имеет право получить товарный чек в бумажной либо электронной форме, заверенной электронной подписью.	
Получение товара	Покупатель получает товар в пользование непосредственно после его оплаты (либо оформления)	Покупатель получает товар в момент доставки его курьером либо в момент получения посылки. Товар может быть

	кредита/рассрочки) в магазине.	доставлен непосредственно по адресу покупателя. Также покупатель может забрать в пункте выдачи заказов (если склад интернет-магазина находится в другом городе), либо в физической торговой точке по предварительному заказу.
Наличие сайта	Сайт функционирует в качестве источника информации, либо рекламы. Также сайт может являться интернет-магазином или быть с ним взаимосвязанным и перенаправлять посетителей на страничку интернет-магазина.	
Реклама	Реклама магазина и интернет-магазина взаимосвязана и взаимозаменяема. Может быть представлена: билбордами, баннерами, флаерами, листовками, объявлениями в общественных местах; телевизионными роликами (иными формами в СМИ); контекстной рекламой в социальных сетях; страничками и группами магазина в социальных сетях; настройкой Яндекс-директа; настройка рекламы Google AdWords (Google Ads) и другие.	



Рисунок 1 – Структура персонала магазина [3]

Рассмотрим подробнее особенности исполнения обязанностей персонала интернет-магазина исходя из представленной выше таблицы:

1. Директор интернет-магазина. В его обязанности входит организация и планирование деятельности интернет-магазина в целом; контроль выполнения плановых показателей и работы всех сотрудников и отделов интернет-магазина.

2. Директор отдела продаж. В его обязанности входит набор персонала интернет-магазина (в случае отсутствия отдела кадров); контроль качества

работы персонала; учет объема продаж; поддержание благоприятного делового климата в коллективе.

3. Менеджер по продажам. Нередко его иначе называют телефонным оператором. Обязанностями оператора являются: консультирование и прием заказов по телефону, электронной почте и другим средствам связи (ICQ, SKYPE, LIFE-CHAT), взаимодействие с логистами. [6]

4. Директор отдела закупок отвечает за подбор оптимального и востребованного ассортимента интернет-магазина.

5. Директор по логистике. В его обязанности входит обеспечение своевременных и оптимальных по цене доставок; обучение персонала, работающего в его ведении; контроль качества и объема доставок; контроль работы курьерской службы.

6. Маркетолог. Определяет спрос и актуальность товара; занимается поиском целевой аудитории и работой с ней посредством комьюнити интернет-порталов и санкционированных рассылок.

7. Интернет-маркетолог обеспечивает продвижение интернет-магазина посредством SEO.

8. Менеджер по рекламе контекстной и медийной рекламой. [2]

Как уже говорилось ранее, к предприятиям в сфере цифровой экономики относятся не только компании имеющие интернет-магазин, но и компании, чья деятельность каким-либо образом отражена в сети. К особенностям функционирования таких компаний можно отнести наличие информационного сайта; использование контекстной рекламы в социальных сетях, страничек и групп компании в социальных сетях; настройкой рекламы Яндекс-директа и Google AdWords (Google Ads) для быстрого нахождения сайта пользователями и другие.

Также существуют компании, работающие исключительно посредством использования интернет-магазинов. Особенности их функционирования мы также рассмотрели в таблице 1.1. Однако справедливо заметить, что далеко не все интернет-магазины имеют склад товаров.

Нередко они функционируют посредством дропшиппинга. При такой форме работы товар, представленный в интернет-магазине хранится на складе поставщика и отправляется покупателю непосредственно оттуда. В данном случае персонал интернет-магазина может быть представлен одним или двумя сотрудниками, которые настроят систему заказов, поставок и консультирования клиентов. При этом владельцам магазина не обязательно иметь в штате курьера, так как удобнее воспользоваться услугами курьерских служб. Оплата за товар в таком случае обычно поступает непосредственно поставщику, а владелец интернет-магазина получает процент с продаж. Данный тип функционирования интернет-магазинов достаточно распространен и удобен. Выгода заключается в минимальных затратах для входа на рынок: отсутствие платы за содержание склада; отсутствие затрат на закупку товара; отсутствие персонала. Затраты заключаются исключительно в регистрации предпринимательской деятельности, регистрации сайта, и закупке пробного образца товара. [5]

Таким образом, мы видим, что функционирование предприятий, на примере торговой организации в режиме цифровой экономики имеет ряд отличительных особенностей. Однако, несмотря на их наличие на данном этапе развития цифровизации аспекты функционирования подобных предприятий в значительной мере перекликаются с привычными «традиционными» организациями, что значительно упрощает понимание функционирования предприятий в условиях цифровой экономики.

Список литературы:

1. Программа «Цифровая экономика Российской Федерации», утвержденная распоряжением от 28.07.2017 № 1632-р;
2. Правила дистанционной торговли, утвержденные Постановлением Правительства Российской Федерации от 27 сентября 2007 г № 612. // Справочно-правовая система (СПС) «Гарант»;

3. Гаврилов Л. П. Информационные технологии в коммерции: учебное пособие / Л. П. Гаврилов. - Москва: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 238 с.
4. Абдрахманова Г. И., Ковалева Г. Г. Цифровая экономика: Цифровые навыки населения М.: НИУ ВШЭ, 2017;
5. Крохичева Г.Е., Сидоренко Е.Н. Особенности начисления и уплаты налога на добавленную стоимость при проведении хозяйственных операций в цифровой экономике// Строительство и архитектура-2017. Факультет информационно-экономических систем. Материалы научно-практической конференции. Министерство образования и науки российской федерации; Донской государственный технический университет, академия строительства и архитектуры. 2017 Издательство: Донской государственный технический университет (Ростов-на-Дону) (стр.117-119)
6. Крохичева Г.Е., Сидоренко Е.Н. Электронная коммерция, как структурный элемент цифровой экономики // Научный электронный журнал «Матрица научного познания» №12/2017; URL: <https://os-russia.com/nk/mnp-electron>;

Reference:

1. The program "Digital Economy of the Russian Federation", approved by the order of 28.07.2017 No. 1632-p;
2. The rules of distance selling, approved by the Decree of the Government of the Russian Federation dated September 27, 2007 No. 612. // Legal Reference System (SPS) "Garant";
3. Gavrilov L.P. Information technologies in commerce: study guide / L.P. Gavrilov. - Moscow: SIC INFRA-M, 2013. - 238 p.
4. Abdrakhmanova G.I., Kovaleva G.G. Digital Economy: Digital Skills of the Population Moscow: HSE, 2017;
5. Krohicheva G.E., Sidorenko E.N. Features of the calculation and payment of value added tax when conducting business transactions in the digital economy // Construction and Architecture-2017. Faculty of Information and Economic

Systems. Materials of the scientific-practical conference. Ministry of Education and Science of the Russian Federation; Don State Technical University, Academy of Construction and Architecture. 2017 Publisher: Don State Technical University (Rostov-on-Don) (p. 117-119)

6. Krohicheva G.E., Sidorenko E.N. E-commerce as a structural element of the digital economy // Scientific electronic journal "The Matrix of Scientific Knowledge" №12 / 2017; URL: <https://os-russia.com/nk/mnp-electron>;