

# МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ СИСТЕМЫ ЭЛЕКТРОННОГО БИЗНЕСА

## METHODOLOGICAL ASPECTS OF E-BUSINESS SYSTEM RESEARCH

*Забарина Д.А.,*

*ФГБОУ ВО «Донецкий национальный университет  
экономики и торговли имени Михаила  
Туган-Барановского», г. Донецк, РФ ДНР*

*Zabarina D.A.,*

*Donetsk National University of Economics and  
Trade named after Mikhail Tugan-Baranovsky,  
Donetsk, Russian Federation, Donetsk People's Republic*

### *Аннотация*

*В статье описаны методологические положения исследование сущности электронного бизнеса, особенностей его функционирования и развития; определена система общих и специальных методов научного познания, которые рационально применить для изучения такого вида предпринимательской деятельности; определена целесообразность использования системного и институционального подходов для подробного раскрытия аспектов функционирования и развитие электронного бизнеса.*

### *Annotation*

*The article describes the methodological provisions of the study of the essence of electronic business, the features of its functioning and development; defines a system of general and special methods of scientific knowledge that can be rationally applied to study this type of entrepreneurial activity; determines the expediency of using systemic and institutional approaches for detailed disclosure of aspects of the functioning and development of electronic business.*

Электронный бизнес сегодня является важной составляющей осуществления предпринимательской деятельности. Активное развитие информационных технологий, упрощение доступа к сети Интернет, значительный уровень распространения смартфонов и других электронных устройств способствовали созданию новых видов хозяйствования, которые функционируют исключительно на основе использования современных цифровых технологий. Особое развитие данный вид бизнеса получил в результате коронокризиса и введение локдауна во многих странах и в последующем проведение СВО. Запрет выхода из дома активизировал спрос на услуги доставки товаров, предоставления услуг через сеть Интернет и заставила многих предпринимателей достаточно быстро организовывать свой бизнес онлайн с помощью использования современных технологий. Во времена кризиса также дополнительный импульс к развитию получили логистические предприятия, которые осуществляют поставку товаров, продуктов, система платежных переводов [1,2].

Электронный бизнес сегодня трансформируется в результате изменения внешней экономической среды, в которой функционирует данный вид предпринимательской деятельности. Роль этой системы в развитии экономики Российской Федерации только растет. Именно это и обуславливает повышенный интерес ученых к проведению исследований в этой сфере, углублению теоретических, методологических и прикладных аспектов развития электронного бизнеса. Это все предопределяет важность поиска новых научных подходов к изучению электронного бизнеса [1,2,3,4].

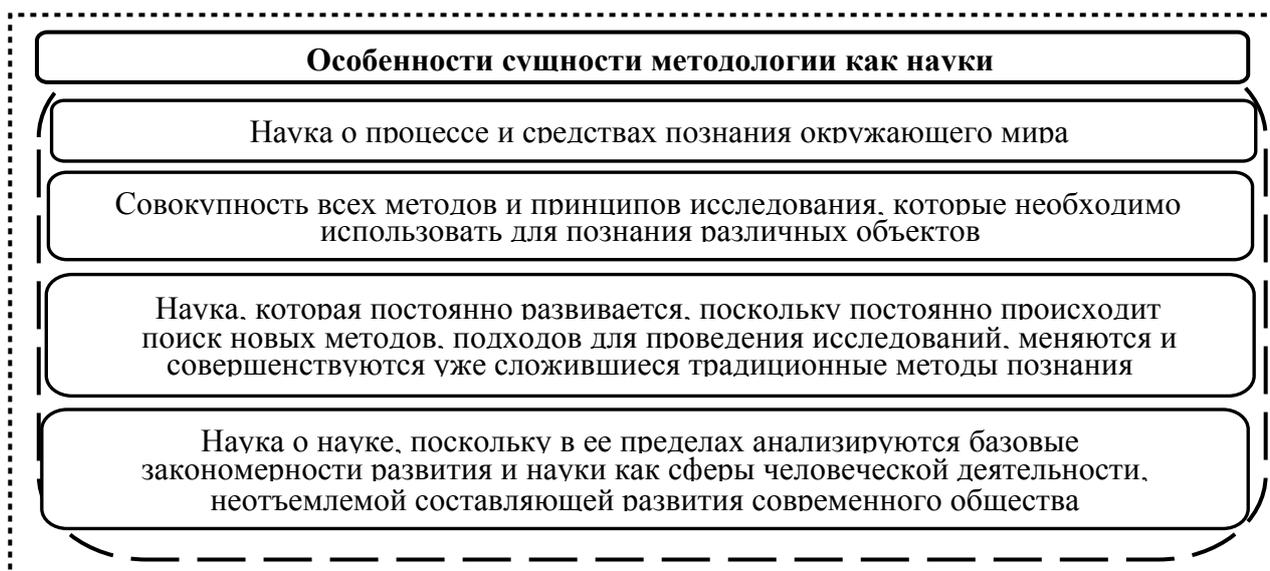
Исследование любого объекта происходит через обоснование, прежде всего, когнитивного процесса познания такого объекта, который, в свою очередь, заключается в конкретизации методов изучения и принципов, которых необходимо соблюдать при анализе исследуемого объекта.

Соответственно, изучение электронного бизнеса как научного объекта познания требует разработки собственных методологических положений. Следует отметить, что сегодня в сфере исследования различных объектов, процессов, явлений учеными уже сформирован мощный массив различных по своей природе научных подходов, которые составляют важную компоненту современного научного знания. В современных условиях сформировано и научно обосновано значительное количество разносторонних подходов к познанию, в частности, экономических явлений. В экономике к ним можно отнести следующие: генетический; эволюционный; исторический; системный; структурный; функциональный; синергетический; интеграционный; кибернетический; ресурсный и различные производные от указанных подходов и их синтез (системно-структурный, системно-синергетический и т.д.).

Существование значительного количества различных подходов обусловлено сложностью самых экономических объектов, что требует применения широко спектра инструментов к их познанию. Вопросы научных подходов, их систематизации, классификации соответствующих им научных методов являются достаточно дискуссионными и не до конца изученными [5].

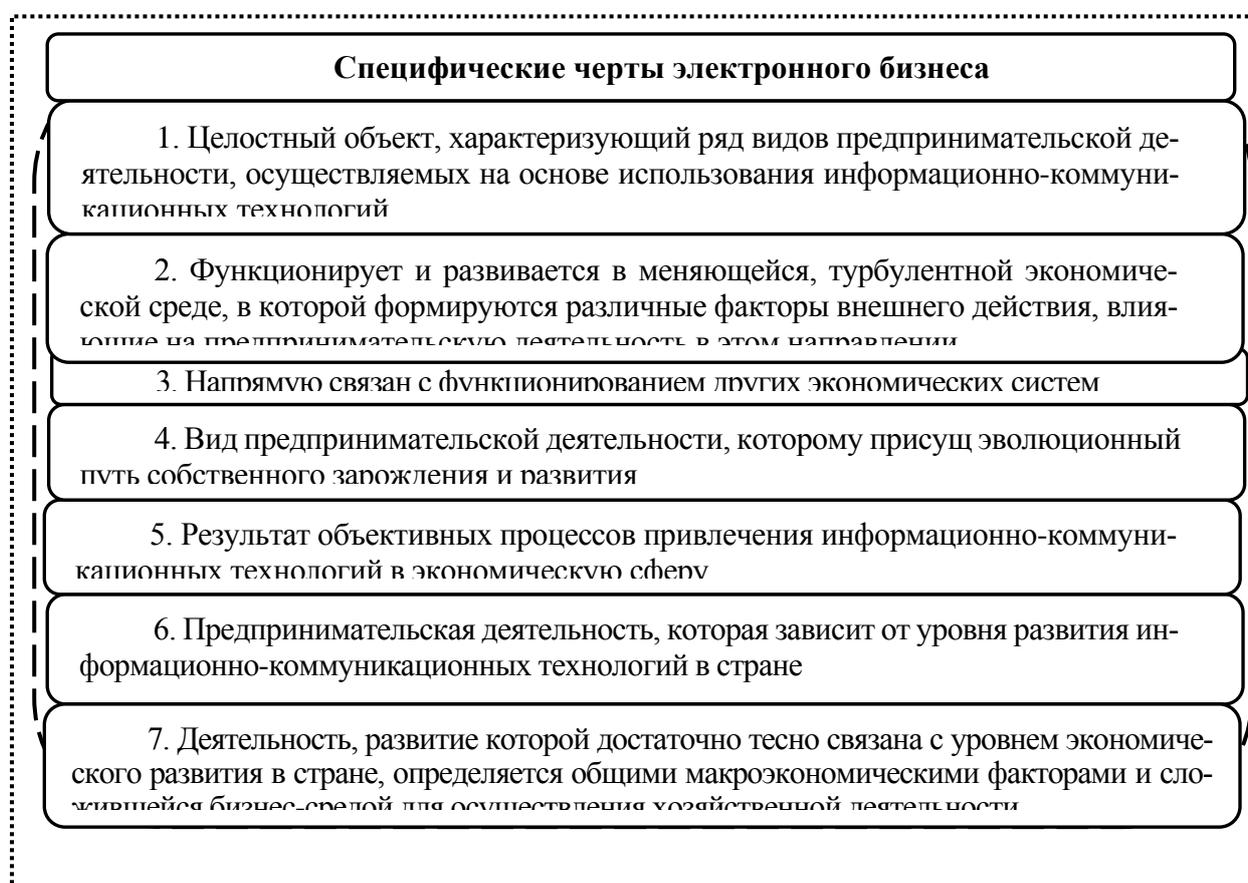
Рассмотрим прежде всего сущность методологии как науки и ее роль в проведении исследований. Вопрос познания сущности методологии является одной из самых сложных задач современной науки. Большинство ученых не уделяют должного внимания, а концентрируют внимание на собственном объекте исследования и использовании специфических методов его познание.

Можно утверждать, что методология — это наука, которая универсальна и пронизывает все сферы науки как сферы человеческой деятельности. Изучив различные научные подходы к рассмотрению сущности методологии [6,7,8,9] и анализируя ее сущность как науки, возможно выделить основные ее особенности, представленные на рисунке 1.



*Рисунок 1 – Основные особенности сущности методологии как науки*

Учитывая изложенные научные концепции рассмотрения сущности методологии, можно сформулировать и обосновать методологическую основу проведения исследования электронного бизнеса. Вполне логичным допустить, что такая основа в значительной мере обусловлена природой исследуемого объекта, особенностями его функционирования в пределах внешней среды. Соответственно, на наш взгляд, при исследовании электронного бизнеса непосредственно необходимо учитывать специфические черты этого вида деятельности (рис. 2).



*Рисунок 2 - Специфические черты электронного бизнеса (обобщенно и систематизировано на основе [1-5,10-17])*

Учитывая специфические особенности электронного бизнеса как объекта познания, можно предложить такую методологическую основу исследования этого вида предпринимательской деятельности, которая представлена на рисунке 3.

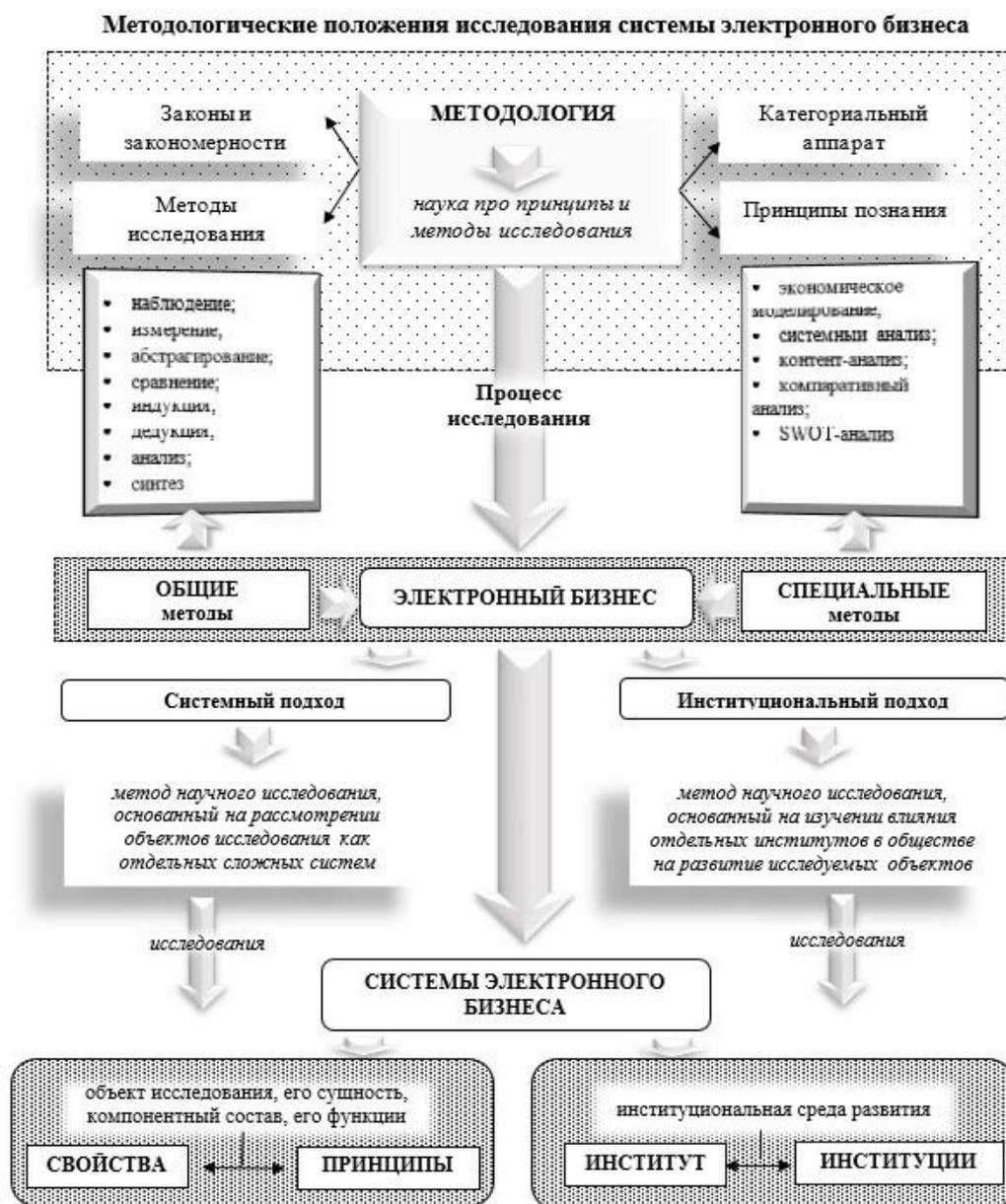


Рисунок 3 – Методологическая концепция рассмотрения сущности системы электронного бизнеса

В рамках данного исследования рассмотрены методологические положения изучения электронного бизнеса. В частности, внимание уделено сущности и особенностям использования системного и институционального подходов для изучения данного вида предпринимательской деятельности. Использование сформулированных положений позволяет провести глубокий анализ не только этого вида бизнеса, но и описать экономическую среду, в которой он формируется и развивается. Это позволяет в дальнейшем конкретизировать и слабые места в развитии электронного бизнеса в стране, оперируя информацией о наиболее важных аспектах обеспечения его стратегического развития в будущем.

## *Литература*

1. Романенко, В. Н. Основы использования Интернета во внешней экономической деятельности / В.Н. Романенко, Г.В. Никитина, В.В. Корец. - М.: ИВЭСЭП, 2021. - 160 с.
2. Баринов В.А., Синельников А.В. Развитие организации в конкурентной среде // Менеджмент в России и за рубежом. - 2020. - №6, с. 23-26.
3. Бакланова Е.М. Эволюция инструментов и методов маркетинговой коммуникации в сети Интернет // Вопросы современной науки и практики, 2020. – №2. – С. 155-159.
4. Василенко Н.В. Цифровая экономика: концепции и реальность // Инновационные кластеры в цифровой экономике: теория и практика: труды научно-практической конференции с международным участием 17–22 мая 2017 года / под ред. д-ра экон. наук, проф. А.В. Бабкина. – СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2019. – 592 с.
5. Гнадченко, Д.О. Интернет как двигатель розничной торговли // Научные записки молодых исследователей – 2019 -№2-С.25-28.
6. Карако, П.С. Философия и методология науки: В.И. Вернадский. Учение о биосфере и ноосфере / П.С. Карако. - Мн.: Экоперспектива, 2008. - 262 с.
7. Степин, В.С. Философия и методология науки / В.С. Степин. - М.: Академический проект, 2015. - 716 с.
8. Сухарев, О.С. Методология и возможности экономической науки: Монография / О.С. Сухарев. - М.: КУРС, НИЦ Инфра-М, 2013. - 368 с.
9. Юдин, Э.Г. Методология науки. Системность. Деятельность / Э.Г. Юдин. - М.: Ленанд, 2016. - 448 с.
10. Гаврюшин О.Ю. Новое направление развития трансграничной электронной торговли // Российский внешнеэкономический вестник. 2019. № 6. С. 107 – 117.
11. Демин, Д. E-mail-маркетинг. Как привлечь и удержать клиентов / Д. Демин. - М.: Питер, 2015. - 208 с.
12. Джонсон, Стив 50 способов заставить Google любить ваш сайт / Стив Джонсон, Лайам МакГи. - М.: Эксмо, 2018. - 224 с.
13. Евтянова Д.В., Тиранова М.В. Цифровая экономика как механизм эффективной экологической и экономической политики // Наукоедение. – 2017. – Т. 9. – № 6.
14. Ешугова С.К., Хамирзова С.К. Развитие электронной коммерции в условиях цифровизации // Новые технологии / New technologies. - 2021. - №17 (3). - С. 95-104.
15. Ефимова Н.А., Тарасов А.С. Совершенствование работы интернет-магазина // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. - 2018. - № 5 (72). - С. 174-183.
16. Захаров А.Н., Чехранова Т.А. Тенденции развития электронной торговли в международной практике // Российский внешнеэкономический вестник. - 2019. - № 6. - С. 102106.
17. Калужский М.Л. Сетевые интернет-коммуникации как инструмент маркетинга // Практический маркетинг. 2018. – № 2. – С. 32-39.