

Вестник Евразийской науки / The Eurasian Scientific Journal <https://esj.today>

2023, Том 15, № s4 / 2023, Vol. 15, Iss. s4 <https://esj.today/issue-s4-2023.html>

URL статьи: <https://esj.today/PDF/07FAVN423.pdf>

5.2.4. Финансы (экономические науки)

**Ссылка для цитирования этой статьи:**

Гришков, С. И. Финансовая стратегия российских E-commerce корпораций: определение и ключевые компоненты / С. И. Гришков // Вестник евразийской науки. — 2023. — Т. 15. — № s4. — URL: <https://esj.today/PDF/07FAVN423.pdf>

**For citation:**

Grishkov S.I. Financial strategy of Russian E-commerce corporations: definition and key components. *The Eurasian Scientific Journal*. 2023; 15(s4): 07FAVN423. Available at: <https://esj.today/PDF/07FAVN423.pdf>. (In Russ., abstract in Eng.)

УДК 336

**Гришков Сергей Иванович**

НОЧУ ВО «Московский финансово-промышленный университет «Синергия», Москва, Россия  
Аспирант «Экономического» факультета  
E-mail: si.grishkov@gmail.com

*Научный руководитель:* **Тельминова Наталия Витальевна**

НОЧУ ВО «Московский финансово-промышленный университет «Синергия», Москва, Россия  
Доцент кафедры «Оценочной деятельности и корпоративных финансов»  
Кандидат экономических наук  
E-mail: NMirzoyan@ya.ru

## **Финансовая стратегия российских E-commerce корпораций: определение и ключевые компоненты**

**Аннотация.** В ответ на растущий сектор электронной коммерции в России в данной научной статье предпринята попытка выявить и проанализировать ключевые компоненты финансовых стратегий, используемых корпорациями, работающими в этой области. Повсеместная интеграция цифровых технологий в повседневную жизнь произвела революцию в торговле, преодолев географические ограничения и переосмыслив традиционные бизнес-модели. Отечественный e-commerce охватывает широкий спектр онлайн-деятельности, включая онлайн-розничную торговлю, электронные платежи и цифровой маркетинг, создавая рынок без границ, на котором предприятия могут процветать во взаимосвязанной глобальной экономике. Эта демократизация доступа к рынкам предоставила предприятиям любого размера платформу для охвата глобальной аудитории, поэтому малые и средние предприятия (МСП), в частности, выигрывают от снижения барьеров для входа, что позволяет им конкурировать в глобальном масштабе. Несомненно, потребитель 21 века характеризуется цифровой грамотностью и склонностью к онлайн-транзакциям, именно поэтому платформы электронной коммерции используют аналитику данных для понимания поведения потребителей, позволяя компаниям адаптировать продукты и услуги к индивидуальным предпочтениям. Подобная персонализация повсеместно не только улучшает качество обслуживания клиентов, но и повышает лояльность к бренду. Помимо этого, E-commerce упрощает бизнес-операции, снижая сложности, связанные с традиционными предприятиями розничной торговли, так что многие предприятия выигрывают от экономии средств, связанных с физической инфраструктурой, персоналом и маркетингом. Данные факторы играют ключевую роль в обеспечении экономической устойчивости, позволяя предприятиям адаптироваться к изменяющимся рыночным условиям, а способность эффективно масштабировать операции, выходить на новые

рынки и реагировать на запросы потребителей превращают E-commerce в катализатор долгосрочной устойчивости бизнеса.

**Ключевые слова:** финансы; финансовые стратегии; коммерция; E-commerce; электронный бизнес; интернет-торговля; цифровые технологии

## Введение

Актуальность данного исследования обусловлена всё более нарастающими темпами развития российского рынка электронной коммерции. В связи с чем всё большему количеству бизнесов начинает вовлекаться в данную сферу, некоторые из которых начинают строить свою деятельность исключительно вокруг электронной торговли.

Цель исследования заключается в выявлении и анализе ключевых компонентов финансовой стратегии, специфичных для российских корпораций, работающих в сфере E-commerce.

Объектом исследования являются российских E-commerce корпораций.

Предметом исследования является финансовые стратегии российских E-commerce корпораций.

## 1. Методы и материалы

При написании автором использовались следующие методы анализ, сравнение, обобщение научных исследований и статей, визуализация данных, синтез.

Для достижения данной цели в работе были поставлены следующие задачи:

- изучить существующую теоретическую базу по финансовым стратегиям корпораций, работающих в сфере E-commerce;
- выделить ключевые компоненты различных стратегий, применяемых в отрасли E-commerce;
- выявить наиболее эффективные практики и подходы к финансовым стратегиям в отрасли электронной торговли, подходящие по российскую специфику.

В основу исследования легли научные труды Ю.А. Авдеева, А.И. Тимченко [1], А.А. Шлыков, Г.С. Мерзликина [2], Д.В. Варламова, И.И. Барабанщикова, Ш.Б. Хакбердиева [3], О.В. Демкина, Н.Г. Шаламова [4], Т.Ф. Кутузова, И.В. Усикова [5], Е.В. Латанова [6], И.А. Лисовская [7], С.А. Логвинова, Е.А. Точилина [8], И.Н. Малькина [9], М.Н. Москаленко [10] и другие.

## 2. Результаты и обсуждения

Динамичный характер отечественной бизнес-среды требует стратегического подхода к управлению финансами. Финансовая стратегия, являясь неотъемлемой частью корпоративной стратегии, согласовывает финансовые цели с общими задачами предприятия. Прежде всего, успешное формирование финансовой стратегии требует полной интеграции с корпоративной стратегией, таким образом, финансовые цели должны отражать более широкие цели организаций, обеспечивая синергию между принятием финансовых решений и общим направлением бизнеса. Финансовая стратегия в контексте корпоративных финансов и стратегического управления представляет собой тщательно сформулированный динамичный

план, в котором излагается всеобъемлющий подход организации к управлению своими финансовыми ресурсами и достижению конкретных финансовых целей в соответствии с более широкими бизнес-целями. Эта многогранная структура объединяет различные финансовые рынки, включая структуру капитала, инвестиционные решения, управление рисками и ликвидностью, для оптимизации финансовых показателей и повышения общей стоимости фирмы.

Сейчас изучение оптимальных методов построения адаптивной финансовой политики предприятия приобретает особое значение, потому что организациям, включая E-commerce, приходится постоянно трансформироваться под изменяющиеся условия внешней среды. Так, финансовая стратегия является «эффективным инструментом перспективного управления финансовой деятельностью». Сущность финансовой стратегии можно рассматривать не только со стороны финансового управления, но и стратегического менеджмента, поэтому трактования данного понятия охватывают широкий спектр вопросов. Например, Ковалева А.М. считает, что в основе финансовой стратегии лежит «генеральный план действий по обеспечению организации ресурсами». Вместе с тем Малькина И.Н. считает, что финансовая стратегия — это «методология планирования деятельности предприятия, которая системно достигает долгосрочные финансовые цели с помощью эффективного распределения ресурсов». Также необходимо отдельно остановиться на мнении Бланка И.А., который пишет, что «финансовая стратегия обеспечивает основу для осуществления финансовой деятельности предприятия с помощью постановки долгосрочных финансовых целей, а также корректировки и адаптации оперативной финансовой деятельности при условии постоянного изменения условий внешней среды» [11]. При анализе данных трактовок можно увидеть, что общим звеном является наличие долгосрочных целей, а также генерального плана по их достижению, списка эффективных оперативных процедур и рациональное формирование системы финансовых ресурсов предприятия. На основании этого можно сделать вывод, что в основе финансовой стратегии организации будет лежать именно система финансовых ресурсов, которые служат основанием для формирования политики предприятия и его стратегии. Тем не менее, само существование финансовой стратегии будет возможным лишь при условии наличия эффективных методов оперативного изменения деятельности в условиях меняющегося рынка и специальных инструментов, считают исследователи.

В контексте российских корпораций электронной коммерции финансовая стратегия — это адаптивная основа, направляющая распределение, управление и оптимизацию финансовых ресурсов для достижения конкретных целей в сфере электронной коммерции. Подобный стратегический финансовый подход не только затрагивает фундаментальные аспекты корпоративных финансов, но и может быть адаптирован для того, чтобы ориентироваться в тонкостях российского рынка, учитывая такие факторы, как динамика регулирования, поведение потребителей, колебания валютных курсов и развивающийся цифровой ландшафт. По словам исследователей, «финансовая стратегия является инструментом, способствующим достижению приоритетных финансовых целей организации». Соответственно, от правильности разработки финансовой стратегии, учета и оценки факторов, оказывающих влияние на предприятие, зависит насколько эффективно будет реализована финансовая стратегия в будущем [12].

Так, финансовую стратегию можно разделить на генеральную и оперативную, где первая определяет долгосрочное формирование экономической структуры деятельности предприятия, например источники финансирования, а оперативная предполагает осуществление текущего управления доходами и расходами, оптимизацию рисков, а также мобилизацию внутренних резервов предприятия. Оперативная финансовая стратегия также связана с валовыми поступлениями и расходами денежных средств, что делает возможным не только тактическое управление, но стратегическое планирование деятельности организации с учетом денежного

оборота за отдельно взятый период. Здесь же следует упомянуть стратегию достижения частных целей, которая предполагает создание устойчивой финансовой системы внутри организации, которая в дальнейшем ляжет в основу выполнения главных стратегических целей соответственно.

Вместе с тем исследователи отмечают, что формирование финансовой стратегии в сфере E-commerce — это динамичный и взаимосвязанный процесс, требующий дальновидности, адаптивности и глубокого понимания как финансового, так и организационного ландшафта. Предприятия, которые рассматривают финансовую стратегию как неотъемлемую часть своего общего стратегического планирования, имеют больше возможностей ориентироваться в условиях неопределенности, извлекать выгоду из открывающихся возможностей и добиваться устойчивого успеха в постоянно меняющейся бизнес-среде. Основные компоненты финансовой стратегии предприятий включают в себя кредитную политику, эмиссионную политику, инвестиционную, а также амортизационную политику.

Помимо понятной кредитной политики, необходимо учитывать эмиссионную политику, которая играет важную роль в привлечении средств от акционеров для финансирования развития компании. Так, функциональная и эффективно организованная кредитная стратегия предусматривает оптимизацию структуры капитала предприятия, а баланс заемного и акционерного финансирования с учетом стоимости капитала и толерантности к риску обеспечивает оптимальное сочетание, отвечающее операционным потребностям и стратегическим инициативам. Несомненно, прозрачная коммуникация, соблюдение обязательств и оперативность реагирования на запросы способствуют созданию благоприятной репутации на финансовых рынках. Однако необходимо сохранять баланс между интересами акционеров и финансовыми задачами предприятия, чтобы избежать возможных корпоративных конфликтов. Инвестиционная политика включает процессы закупок, производства, сбыта и воспроизводства устаревших активов. При реализации инвестиционной политики формируется портфель проектов, определяются направления диверсификации инвестиций, анализируются риски и методы их снижения. Налоговая политика направлена на оптимизацию налоговых платежей, учитывая российское законодательство. Амортизационная политика включает выборный подход к списанию амортизации и восстановлению объектов внеоборотных активов. Выбор амортизационной политики влияет на объем амортизационных отчислений и может также влиять на прибыль предприятия, включая налогооблагаемую прибыль.

Исследователи определяют несколько ведущих модулей в формировании финансовой стратегии отечественного предприятия [13]:

1. Инвестиции.
2. Система финансовых ресурсов.
3. Стабильность финансовой безопасности.
4. Эффективное управление.
5. Налоговая стратегия.

Также исследователи отмечают, что у каждой стратегии существует система из компонентов второго порядка, к которым можно отнести, во-первых, вектор на устойчивость внутреннего корпоративного развития, что предполагает соответствие финансовой стратегии глобальным целям и миссии всей организации в целом, что, несомненно, применимо и к сфере E-commerce. Во-вторых, важным компонентом является согласованность объектов финансовой стратегии, что предполагает эффективное использование системы управления, а также интеграцию отдельных ее объектов в ходе создания системы стратегического финансового плана. Также можно выделить нацеленность на инновации, что означает, что в основе

финансовой стратегии лежит необходимость постоянного развития, которое соответствовало бы темпам развития и предоставляло бы конкурентные преимущества. Наконец, к еще одному компоненту финансовой стратегии необходимо отнести вектор на поступательное наращивание бизнес-мощностей, которое поддерживалось бы за счет инновационного развития предприятия.

Таким образом, грамотно продуманная стратегия играет ключевую роль в предотвращении потенциальных финансовых потерь и снижении рисков, обеспечивая тем самым устойчивую прибыльность и финансовую стабильность предприятия. Крайне важно подчеркнуть, что стратегические рамки должны органично вписываться в корпоративную стратегию в целом. При разработке стратегии следует должным образом учитывать определенные факторы, такие как риски, инфляция и другие соответствующие переменные, которые могут повлиять на финансовую деятельность предприятия. Компаниям, когда это будет необходимо, следует предпринять меры по оптимизации своей финансовой стратегии, а выбор и применение конкретных методов и инструментов определяются каждой организацией самостоятельно на этапах разработки и оптимизации своей финансовой стратегии. Методы, используемые при разработке финансовой стратегии, охватывают широкий спектр различных инструментов. Основными среди этих методов являются следующие [14]:

- метод финансового планирования;
- метод финансового анализа;
- метод стратегического финансового планирования;
- метод моделирования;
- метод экспертной оценки;
- метод вероятных сценариев.

Разберем каждый из методов формирования финансовой стратегии подробнее. Так, например, метод финансового планирования включает формирование вероятностных оценок состояния деловой активности при выборе вариантов деятельности в условиях ограниченности ресурсов, что позволяет предвидеть заранее возможные изменения и анализировать тенденции развития существенных факторов деятельности организации для прогнозирования будущего состояния среды, определения необходимого уровня финансовых ресурсов и оптимальных направлений инвестиций.

Метод финансового анализа — это процесс изучения, измерения и обобщения факторов, влияющих на деятельность фирмы и ее финансовое развитие. Основная цель анализа предполагает выявление причин изменения процессов и определение возможных результатов.

Метод стратегического финансового планирования — это организация движения финансовых ресурсов по разным направлениям в определенный временной период, включающая расчет доходов и поиск эффективных способов их расходования на развитие и функционирование организации. Такое финансовое планирование направлено на разработку финансовых планов предприятия, определяющих текущие и будущие действия организации. Основная цель финансового планирования — найти компромисс между доходностью, ликвидностью и риском.

Метод моделирования финансовых процессов заключается в создании модели объекта, которая точно соответствует его параметрам и свойствам, а сама разработка модели финансовой стратегии должна быть частью общей стратегии предприятия. Результатом такого подхода является создание стратегической модели хозяйствующего объекта, которая может быть использована для обоснования долгосрочных перспектив развития, включая выработку

политики использования и формирования ресурсов, определение необходимых ресурсов для их достижения.

Метод экспертной оценки включает в себя цельную структуру логических и математических методологий, неразрывно связанных с опытом отдельного эксперта в области обработки информации, необходимой для тщательного анализа и принятия решений. Центральное место в этом методе занимает эксперт, который берет на себя ключевую роль в процессе оценки. Организации при выборе эксперта рекомендуется тщательно оценивать не только компетентность человека и его когнитивную изобретательность, но и его способность сохранять беспристрастность по отношению к проекту. Метод экспертной оценки играет важную роль в решении целого ряда задач, включающий в себя [15]:

1. Определение наиболее вероятных временных интервалов для осуществления последовательности бизнес-процессов.
2. Изучение альтернативных подходов к решению экономических проблем.
3. Оценка экономических показателей, примером которых является количественная оценка затрат, необходимых для определенного бизнес-процесса.
4. Установление относительной предпочтительности конкретного показателя.

Отличительной особенностью этого метода является научная строгость, характеризующая организацию экспертных исследований, и применении математических и статистических методологий при обработке и анализе финансовой информации.

Сценарный метод воплощает в себе формулирование и последующее исследование вероятных бизнес-сценариев, касающихся важнейших организационных процессов, который облегчает последующее изучение и систематизацию аналитических данных, необходимых для формулирования и реализации финансовой стратегии. В классическом представлении этот метод предполагает разъяснение экономическими экспертами различных возможных условий, регулирующих реализацию проекта, включая связанные с этим затраты, конечные результаты и показатели эффективности. Как правило, разрабатывается минимум три сценария, включающих оптимистический, пессимистический и наиболее вероятный (нейтральный или средний) прогнозы. Последующий этап внедрения сценарного метода включает преобразование исходной информации о факторах неопределенности в данные, касающиеся вероятностей, связанных с конкретными условиями реализации, и соответствующих им показателей эффективности или интервалов, характеризующих их возможные изменения. Используя имеющиеся данные, выводятся показатели экономической эффективности проекта.

Таким образом, первостепенными среди факторов, учитываемых при разработке сценария, являются преобладающее состояние целевого рынка, стратегический потенциал предприятия, выбранная стратегическая парадигма, коэффициент риска в условиях внешней неопределенности и нестабильности, а также устойчивость и восприимчивость предприятия к неблагоприятным потрясениям как целостной бизнес-системы. Следовательно, сценарный метод расширяет возможности прогнозирования, способствуя организационной гибкости и адаптивности предприятия к возможным изменениям, которые провоцирует внешний рынок. Этот метод исходит из основополагающей идеи, что будущее, учитывая присущую ему неопределенность, по своей сути не поддается полному измерению и контролю, а значит, требует от предприятия возможности подстраиваться под новые возникающие внешние и внутренние факторы.

Инициативы российского правительства по стимулированию цифровой экономики и улучшению бизнес-среды в целом стали основой последующего бурного роста сектора электронной коммерции. Поддерживающая политика и нормативно-правовая база направлены на стимулирование инноваций и предпринимательства в цифровой сфере, поэтому значение

российского сектора электронной коммерции в современной бизнес-среде невозможно переоценить. Он стал ключевым фактором экономического роста, создания рабочих мест и технологического прогресса. Учитывая быстрый рост и уникальные характеристики российского сектора электронной коммерции, существует серьезная необходимость в детальном понимании финансовых стратегий, адаптированных к специфике рынка. В целом российский рынок имеет свою собственную динамику, на которую влияют культурные нюансы, нормативно-правовая база и экономические условия. Также динамичный характер сектора электронной коммерции в сочетании с внешними факторами, такими как колебания валютных курсов и геополитические соображения, требует надежной стратегии управления рисками. Наконец, финансовые стратегии предприятий E-commerce должны соответствовать уникальным предпочтениям и поведению российских потребителей. Таким образом, разработка финансовых стратегий, соответствующих долгосрочным целям и устойчивости корпораций электронной коммерции в России, имеет жизненно важное значение. Это включает стратегические инвестиции, решения о структуре капитала и финансовые инновации, которые способствуют устойчивому развитию предприятия.

Рассмотрим особенности разработки финансовой стратегии в компаниях сферы E-commerce, а также возможные векторы ее совершенствования. Так, нужно начать с того, что бизнес-модель сферы E-commerce представляет собой способ осуществления коммерческой деятельности через интернет, поэтому имеет ряд существенных отличий от традиционных бизнес-моделей, используемых в розничной торговле. Одной из ключевых особенностей бизнес-модели E-commerce является отсутствие физического магазина и обширной сети торговых точек, что позволяет снизить затраты на аренду, содержание и обслуживание магазинов. Вместо этого компании E-commerce используют онлайн-платформы и веб-сайты для продажи товаров и услуг. Еще одна особенность — возможность работать с клиентами по всему миру, расширять географию продаж и увеличивать количество потенциальных клиентов.

Финансовые цели компаний в сфере E-commerce формируют основу финансовой стратегии. Это конкретные, поддающиеся измерению цели, к достижению которых стремится организация, такие как целевые показатели выручки, нормы прибыли, рентабельности инвестиций (ROI) или коэффициенты ликвидности. Таким образом, финансовая стратегия согласовывает все свои компоненты с различными методами составления бюджета капитальных вложений, учитывая методологию оценки рисков и критерии оценки финансовой жизнеспособности потенциальных проектов. Само управление рисками включает в себя выявление, оценку и смягчение финансовых рисков, которые могут повлиять на результаты деятельности организации (валютный риск, риск изменения процентных ставок, рыночный риск и операционный риск). Особенно актуальным в сфере E-commerce представляется финансовое прогнозирование, которое предполагает прогнозирование будущих финансовых показателей на основе исторических данных и текущих тенденций. Так, финансовая стратегия должна учитывать подробные финансовые модели, которые прогнозируют доходы, расходы, движение денежных средств и статьи баланса, а бизнес-модели помогают принимать обоснованные и эффективные финансовые решения с учетом динамичного рынка электронной коммерции. Исследователи отмечают, что, признавая неопределенность в современной отечественной бизнес-среде, «финансовая стратегия также включает анализ сценариев и планирование на случай непредвиденных обстоятельств, что предполагает оценку потенциального воздействия различных сценариев на финансовые показатели и разработку планов действий на случай непредвиденных обстоятельств для смягчения неблагоприятных последствий». Финансовая стратегия E-commerce не является статичной; она включает механизмы постоянного мониторинга финансовых показателей в соответствии с поставленными целями, поэтому большую актуальность приобретают регулярные обзоры, обновление финансовых моделей и адаптацию стратегий на основе изменяющихся внутренних

и внешних условий. Охватывая эти компоненты, финансовая стратегия E-commerce обеспечивает целостную структуру, которая направляет процесс принятия финансовых решений организацией и обеспечивает соответствие ее общим стратегическим целям предприятия.

Несомненно, из-за подвижного рынка в отрасли E-commerce активно применяются различные инновационные технологии, такие как искусственный интеллект, автоматизация процессов, аналитика данных и мобильные приложения, которые помогают улучшить качество обслуживания клиентов, оптимизировать процессы и повысить эффективность бизнеса. Из-за высокой конкуренции в этой сфере компании вынуждены снижать цены или увеличивать затраты на маркетинг и рекламу, что может негативно сказаться на финансовых показателях бизнеса. Влияние особенностей бизнес-модели E-commerce на финансовую стратегию заключается в том, что компании должны учитывать множество факторов, таких как затраты на маркетинг и рекламу, логистику, техническую поддержку и налоги на продажи, а также определять свою ценовую политику, учитывая конкуренцию и уровень спроса на рынке.

В связи с этим, разработка эффективной финансовой стратегии для E-commerce компаний требует учета всех особенностей данной бизнес-модели, так как в первую очередь необходимо учитывать быстроту изменений в этой отрасли и адаптироваться к новым тенденциям. Компании могут шире использовать финтех-технологии, такие как электронные кошельки, криптовалюты, блокчейн и другие, чтобы повысить эффективность платежей, уменьшить затраты на их обработку и усовершенствовать процессы управления денежными потоками. Исследователи отмечают, что большую актуальность приобретают также более «продвинутые методы финансового анализа и прогнозирования, такие как искусственный интеллект, которые помогают быстрее и точнее принимать решения, и предсказывать будущие тенденции, характерные именно для этой отрасли». Еще одно зоной для роста является автоматизация рутинных процессов, которые требуют человеческого ресурса — управление запасами, обработка заказов и платежей, — использование технологий в данном отделе предприятия поможет увеличить эффективность работы и снизить затраты на персонал.

Отдельное внимание стоит уделять созданию более удобных и быстрых мобильных приложений, чтобы улучшить опыт покупателей и повысить лояльность к бренду. Для этого также стоит собирать и анализировать больше данных о клиентах и рынке, чтобы лучше понимать их потребности и разрабатывать более эффективные стратегии продаж и маркетинга. Мобильные приложения играют ключевую роль в повышении прибыльности компаний E-commerce, предоставляя прямой и удобный канал взаимодействия с клиентами. Например, интуитивно понятное и удобное в использовании мобильное приложение, такое как у Яндекс.Маркет или Сбер.Аптека, обеспечивает бесперебойный процесс совершения покупок, уменьшая трудности на пути покупателя и повышая вероятность совершения транзакций. Такие приложения, как Wildberries, анализируют предпочтения и поведение пользователей, чтобы предлагать персонализированные рекомендации. Аналогичным образом, приложения для электронной коммерции используют данные о клиентах для предоставления целевых рекламных акций и рекомендаций по продуктам, что приводит к увеличению продаж. В целом проекты электронной коммерции могут приносить дополнительный доход за счет стратегической рекламы в приложении или партнерских отношений с дополняющими брендами. Например, магазин одежды может сотрудничать с обувным брендом для проведения перекрестных рекламных мероприятий в рамках их соответствующих приложений. Делая вывод, хорошо спроектированные и стратегически реализованные мобильные приложения могут внести значительный вклад в прибыльность компаний электронной коммерции за счет оптимизации взаимодействия с пользователями, использования данных для целевого маркетинга и предоставления инновационных функций, повышающих вовлеченность и лояльность клиентов.



### Выводы

Разработка успешной финансовой стратегии для электронной коммерции в России предполагает рассмотрение ряда компонентов, которые имеют решающее значение для развития в динамичных условиях отрасли. Хотя конкретные соображения могут варьироваться в зависимости от уникальных обстоятельств каждого бизнеса, ключевым компонентом, основанным на современных данных и аналитике, можно назвать и целостный анализ рынка и конкурентов, который поможет сформировать устойчивую и эффективную финансовую стратегию с учетом существующего опыта других компаний данной отрасли. Так, анализ рыночных отчетов, данных о поведении потребителей и тенденций электронной коммерции в России позволяет получить информацию для принятия стратегических решений. Более того, рассмотрение причин эффективности конкурентов, стратегий ценообразования и отзывов клиентов с использованием инструментов анализа данных может послужить важным компонентом при создании собственной бизнес-стратегии. Еще одним компонентом является сохранение должного уровня безопасности конфиденциальных данных, так как современные предприятия E-commerce в России сталкиваются с проблемами кибербезопасности и рисками, связанными с онлайн-мошенничеством. Тем не менее, именно соблюдение конфиденциальности данных имеет важное значение для доверия клиентов, а персонализация повышает удобство работы с пользователями. Поэтому внедрение надежных мер кибербезопасности, основанных на аналитике, для выявления и предотвращения мошеннических действий, обеспечения безопасности онлайн-транзакций является ключевой зоной роста отечественных предприятий сферы электронной коммерции, которая, несомненно, должна найти отражение и при формировании финансовой стратегии предприятия.

В заключении хотелось бы отметить, что успешная финансовая стратегия для электронной коммерции в России объединяет современные данные и аналитику по различным компонентам, обеспечивая адаптивность к динамике рынка, соответствие местным нормативным актам и подход, ориентированный на клиента. Регулярное обновление стратегий, основанных на анализе данных, является ключом к устойчивому успеху в этой меняющейся среде. Российский сектор электронной коммерции в настоящее время переживает динамичную фазу преобразований, характеризующуюся быстрым ростом и глубоким влиянием на современную бизнес-среду. За последнее десятилетие этот сектор пережил подъем, вызванный повсеместным распространением Интернета, повышающимся доверием потребителей к онлайн-транзакциям и растущим средним классом с устойчивым доходом. Рынок стал свидетелем распространения онлайн-платформ розничной торговли, торговых площадок и специализированных игроков электронной коммерции, способствующих диверсификации и конкурентоспособности отрасли.

### ЛИТЕРАТУРА

1. Авдеева, Ю.А. Методы и инструменты разработки финансовой стратегии организации / Ю.А. Авдеева, А.И. Тимченко // Экономика и бизнес: теория и практика. — 2021. — № 7(77). — С. 5–11. — DOI 10.24412/2411-0450-2021-7-5-11. — EDN JOYYJV.

2. Шлыков, А.А. Финансовая стратегия предприятия: важность целеполагания значение финансовой стратегии для деятельности предприятия / А.А. Шлыков, Г.С. Мерзликина // Стратегия и тактика управления предприятием в переходной экономике: Сборник материалов XXI ежегодного открытого конкурса научно-исследовательских работ студентов и молодых ученых в области экономики и управления «Зеленый росток» с итоговым этапом в форме Всероссийской (национальной) конференции, Волгоград, 01 марта — 30 2021 года / Под ред. Г.С. Мерзликиной. Том 42. — Волгоград: Волгоградский государственный технический университет, 2021. — С. 158–163. — EDN LAMVVX.
3. Варламова, Д.В. Оценка качества интернет-магазинов на примере Wildberries и Ozon / Д.В. Варламова, И.И. Барабанщикова, Ш.Б. Хакбердиева // Практический маркетинг. — 2021. — № 5(291). — С. 30–35. — DOI 10.24412/2071-3762-2021-5291-30-35. — EDN YBDXRJ.
4. Демкина, О.В. Сценарное планирование как основа разработки стратегии: теоретико-методические аспекты / О.В. Демкина, Н.Г. Шаламова // Московский экономический журнал. — 2019. — № 6. — С. 44. — DOI 10.24411/2413-046X-2019-16039. — EDN OPDKKT.
5. Кутузова, Т.Ф. Методический инструментарий разработки финансовой стратегии предприятия на современном этапе развития экономики / Т.Ф. Кутузова, И.В. Усикова // Актуальные проблемы экономики и управления. — 2016. — № 3(11). — С. 60–67. — EDN WMIDMR.
6. Латанова, Е.В. Основные виды финансовых стратегий и этапы их формирования / Е.В. Латанова // Азимут научных исследований: экономика и управление. — 2014. — № 4(9). — С. 51–54. — EDN TGDHPJ.
7. Лисовская, И.А. Финансовая стратегия роста. Финансовая стратегия компании: необходимость формирования, основные компоненты и принципы построения / И.А. Лисовская // Российское предпринимательство. — 2008. — № 10-1. — С. 130–134. — EDN JUSBOH.
8. Логвинова, С.А. Сущность финансового планирования на предприятии / С.А. Логвинова, Е.А. Точилина // Проблемы и перспективы развития России: Молодежный взгляд в будущее: Сборник научных статей Всероссийской научной конференции. В 4-х томах, Курск, 17–18 октября 2018 года / Ответственный редактор А.А. Горохов. Том 1. — Курск: Юго-Западный государственный университет, 2018. — С. 154–157. — EDN YNIDFR.
9. Малькина, И.Н. Финансовая стратегия в системе финансового менеджмента предприятия / И.Н. Малькина // Современная экономика: проблемы и решения. — 2013. — № 2(38). — С. 109–123. — EDN QIZQDB.
10. Москаленко, М.Н. Методические вопросы оценки финансовых стратегий предприятий / М.Н. Москаленко // Экономический вектор. — 2023. — № 2(33). — С. 132–138. — DOI 10.36807/2411-7269-2023-2-33-132-138. — EDN UXDOXM.
11. Рудская, И.А. Методические принципы и этапы формирования финансовой стратегии предприятия / И.А. Рудская, Д.Г. Родионов // Kant. — 2018. — № 4(29). — С. 350–355. — EDN YTHBJR.

12. Трачук, А.В. Формирование динамических бизнес-моделей компаниями электронной коммерции / А.В. Трачук, Н.В. Линдер, Н.В. Убейко // Управленец. — 2017. — № 4(68). — С. 61–74. — EDN ZTWXWN.
13. Чхутиашвили, Л.В. Развитие электронной коммерции в России / Л.В. Чхутиашвили, Н.В. Чхутиашвили // Общество, экономика, управление. — 2021. — Т. 6, № 2. — С. 49–52. — DOI 10.47475/2618-9852-2021-16209. — EDN ZMECOQ.
14. Шальнева, В.В. Модель механизма управления финансовой безопасностью предприятия / В.В. Шальнева // Научный вестник: финансы, банки, инвестиции. — 2018. — № 4(45). — С. 85–95. — EDN YRNTBZ.
15. Широкова, А.Е. Мировые тренды электронной коммерции в России: проблемы имплементации и пути решения / А.Е. Широкова // Российский внешнеэкономический вестник. — 2021. — № 9. — С. 75–81. — DOI 10.24412/2072-8042-2021-9-75-81. — EDN SQVJCY.

**Grishkov Sergey Ivanovich**

Moscow Financial and Industrial University «Synergy», Moscow, Russia  
E-mail: si.grishkov@gmail.com

*Academic adviser: Tel'minova Nataliya Vital'evna*

Moscow Financial and Industrial University «Synergy», Moscow, Russia  
E-mail: NMirzoyan@ya.ru

## **Financial strategy of Russian E-commerce corporations: definition and key components**

**Abstract.** In response to the growing e-commerce sector in Russia, this scientific article attempts to identify and analyze the key components of financial strategies used by corporations working in this field. The ubiquitous integration of digital technologies into everyday life has revolutionized commerce, overcoming geographical constraints and rethinking traditional business models. Domestic e-commerce covers a wide range of online activities, including online retail, electronic payments and digital marketing, creating a borderless market in which businesses can thrive in an interconnected global economy. This democratization of market access has provided businesses of all sizes with a platform to reach a global audience, so small and medium-sized enterprises (SMEs) in particular benefit from reducing barriers to entry, allowing them to compete globally. Undoubtedly, the consumer of the 21st century is characterized by digital literacy and a penchant for online transactions, which is why e-commerce platforms use data analytics to understand consumer behavior, allowing companies to adapt products and services to individual preferences. Such personalization not only improves the quality of customer service everywhere, but also increases brand loyalty. In addition, E-commerce simplifies business operations by reducing the complexities associated with traditional retailers, so that many businesses benefit from cost savings related to physical infrastructure, personnel, and marketing. These factors play a key role in ensuring economic sustainability, allowing enterprises to adapt to changing market conditions, and the ability to effectively scale operations, enter new markets and respond to consumer demands turn E-commerce into a catalyst for long-term business sustainability.

**Keywords:** finance; financial strategies; commerce; E-commerce; e-business; online commerce; digital technologies