

image not found or type unknown



Электронная торговля или же электронная коммерция (e-commerce) - способ продажи товаров, услуг и информации с помощью информационных компьютерных технологий, и сетей. Электронная торговля упрощает процедуру сделки и снижает издержки на 20-30%.

К электронной коммерции относят:

- электронный обмен информацией (Electronic Data Interchange, EDI),
- электронное движение капитала (Electronic Funds Transfer, EFT),
- электронную торговлю (англ. *e-trade*),
- электронные деньги (e-cash),
- электронный маркетинг (e-marketing),
- электронный банкинг (e-banking),
- электронные страховые услуги (e-insurance).

История электронной коммерции насчитывает всего около двух десятилетий интенсивного развития. По сравнению с историей других отраслей экономики это кажется малозначительным промежутком времени. Своим рождением системы электронной коммерции обязаны появлению технологий автоматизации продажи авиабилетов, банковских операций.

Первые упоминания о появлении технологий электронной коммерции относятся к началу 60-х гг. XX в. Использованию компьютерной техники для автоматизации экономических процессов способствовали два основных фактора:

- бурный экономический рост, проявивший себя в экономике США, где сформировался многочисленный средний класс, для удовлетворения спроса которого на товары и услуги растет крупносерийное производство;
- появление первых, громоздких и дорогостоящих компьютеров, способных взять на себя обработку значительно возросших объемов информации о заказах, продажах, производстве, материалах и финансовых потоках.

История создания первого интернет - магазина окутана легендами. Можно точно утверждать, что идея использовать сеть для реализации товаров родилась у Джеффа Бизоса во время своего путешествия из Нью-Йорка в Сиэтл при чтении

периодических изданий. В тот момент Джефф понимает, что населению можно предложить товары и услуги. В пути он составляет список товаров, исключая товары, которые требуют примерки и те, что имеют сроки годности. В списке остаются книги, аудио и видео - кассеты, диски. Они и стали ассортиментом первого интернет магазина.

Направления электронной коммерции

Существует несколько направлений совершения сделок в электронной коммерции:

- **бизнес-бизнес (B2B)** - электронная торговля между предприятиями, образует корпоративный рынок;

- **бизнес - потребитель (B2C)** - прямые продажи товаров от предприятия частным лицам, образует потребительский рынок. Такая форма торговли эффективна для устранения географической удаленности между крупными городами и регионами в плане доступности товаров и услуг потребителям. Этот сектор позволяет вести продажи с минимальным числом посредников.

- **потребитель - потребитель (C2C)** - электронная торговля между частными лицами. Сделка может быть совершена как в Интернет, если обе стороны имеют платежные инструменты, так и наличными деньгами при согласовании всех вопросов в Интернет.

Сумма секторов электронной коммерции <B2B+B2C+C2C> является ее обобщенным социальным ресурсом.

Широкое распространение получила в Интернете *электронная торговля*. Простейший ее вариант виртуальная доска объявлений, где продавцы и покупатели обмениваются информацией о товаре.

Интересной формой электронной коммерции являются *интернет-аукционы*.

Но самой удобной формой электронной коммерции являются *интернет-магазины*. В интернет-магазине есть возможность ознакомиться с товаром, посмотреть технические характеристики, внешний вид. На сайте интернет магазина имеется каталог товаров, виртуальная "тележка" покупателя, на которую он собирает понравившийся ему товар, а также средства оплаты.

Преимущества электронной коммерции

Для организаций

- Глобальный масштаб
- Сокращение издержек
- Улучшение цепочек поставок
- Бизнес всегда открыт (24/7/365)
- Персонализация
- Быстрый вывод товара на рынок
- Низкая стоимость распространения цифровых продуктов

Для потребителей

- Повсеместность
- Анонимность
- Большой выбор товаров и услуг
- Персонализация
- Более дешевые продукты и услуги
- Оперативная доставка
- Электронная социализация

Для общества

- Широкий перечень предоставляемых услуг (например, образование, здравоохранение, коммунальное обслуживание)
- Повышение уровня жизни
- Повышение национальной безопасности
- Уменьшение «цифрового» разрыва
- Онлайн-продажа/заказ товаров/услуг уменьшает автомобильный трафик и снижает загрязнение окружающей среды

Недостатки электронной коммерции

Для организаций

- Возможные сомнения сторон по поводу принадлежности того или иного проекта к компании (негативная анонимность)
- Некоторая сложность в ведении и узаконивании деятельности предприятия в интернете

Для потребителей

- Недоверие потребителя к услугам, продаваемым посредством интернета
- Невозможность «потрогать» товар руками
- Ожидание доставки приобретенной продукции
- Возможные трудности и расходы при возврате товара
- Дополнительная стоимость за доставку товара

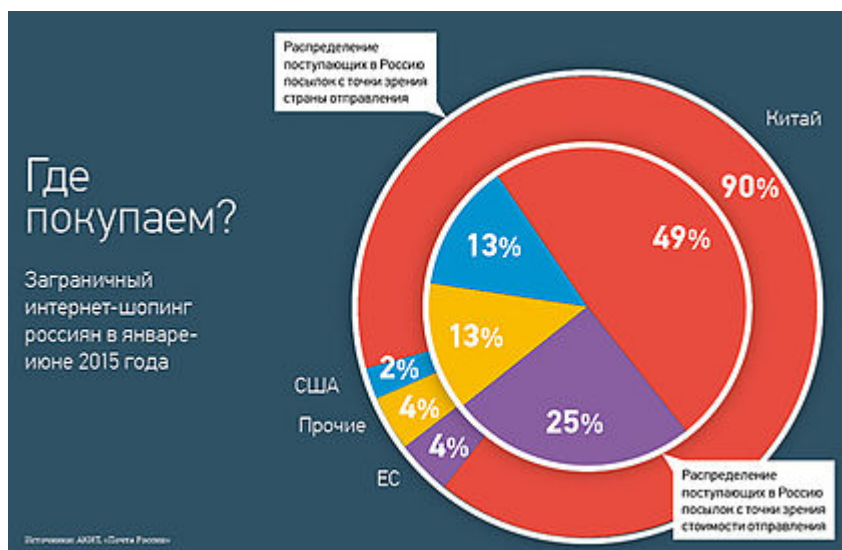
Для общества

- Привлекательная платформа для мошенничества (снижение уровня сетевой безопасности)
- Вытеснение с рынка коммерческих офлайн-предприятий

Для государства

- Недополучение в бюджет государства налоговых выплат при ведении «серых» схем учёта

Общая ситуация на российском рынке электронной коммерции



По данным исследовательского агентства Data Insight, в 2014 году объём российского рынка электронной коммерции (покупки материальных товаров в российских и зарубежных интернет-магазинах) составил 645 млрд рублей. Таким образом, на долю онлайн-продаж приходится приблизительно 2,5 % от общего объёма продаж всей российской розницы (в среднем по ЕС этот показатель составляет 5,7 %, а в США — 6,4 %). По отдельным товарным группам картина несколько иная. В частности, через Интернет продаётся около 12—14 % бытовой техники, электроники и книг.

На 2011 год в России насчитывалось порядка 30 000 интернет-магазинов, большая часть из которых находится в регионах страны. По статистике, за год в России закрывается порядка 10 % интернет-магазинов, но вместо них открывается 20—30 % новых.

В марте 2016 года советник президента РФ по интернету Герман Клименко заявил¹: «У нас есть большая проблема в экономике — живут наши ретейлеры, магазинчики, где работают тетя Клаша и дядя Петя — они торгуют телефончиками, проводочками. В силу специфики мы можем покупать это за рубежом. Разница цен настолько велика, что мы вместо того, чтобы покупать у наших, начинаем покупать за рубежом»".

Рост популярности иностранных интернет-магазинов по торговле электроникой является фактором роста безработицы в России, считает советник президента. «Если вы покупаете за 36 рублей проводочек в Alibaba, вы оставляете своего соседа без работы. Купили ещё раз — оставили свою маму без работы», — заявил он. На что генеральный директор по логистике и сервисам JD.com в России Алекс Васильев ответил: «Идёт процесс обсуждения, приводятся разные точки зрения. Так же можно сказать, что и российские, и зарубежные интернет-магазины создают тысячи рабочих мест в почтовых, логистических и транспортных компаниях».

Электронная коммерция в России, проблемы ее распространения

В настоящее время Россия значительно отстает от развитых стран в разработке и использовании электронной коммерции.

Из-за отсутствия соответствующих системно-рыночных преобразований Россия пока не в полной мере принимает участие в формировании нового экономического миропорядка, который образуется на основе новейших информационных технологий бизнеса, развития глобальных телекоммуникационных сетей, в том числе международной информационной сети Интернет, создания нового сектора торгово-экономического сотрудничества в области электронной коммерции.

Одной из самых главных проблем электронной коммерции и всех прочих видов деятельности в интернете, по моему мнению, является отсутствие четкой и полноценной нормативной базы, регулирующей вопросы интернет-деятельности, а кроме того, часто возникающие разногласия закона с действительностью. Вопросы регулирования онлайн-торговли у нас в стране сейчас освещены только в федеральном законе «О защите прав потребителей», где её рассматривают как

дистанционную торговлю. Проблем, которые возникают в связи с несоблюдением закона, либо неправильной его интерпретацией - множество. Среди них и вопросы по поводу возврата товара, и проблемы с отказами от товара покупателей... Зачастую такие инциденты не лучшим образом сказываются на имидже российской онлайн-торговли в целом. Это, естественно, мешает планомерному развитию электронной коммерции в России. Менталитет российских покупателей также создаёт определённое препятствие для проникновения электронной коммерции в массы. Российские потребители пока еще с недоверием относятся к торговле через Интернет.

Люди больше доверяют традиционным магазинам. Многих от совершения онлайн отталкивает недоверие к интернет-индустрии в целом, опасение, что товар может прийти в ненадлежащем качестве или вообще не прийти после внесения предоплаты.

Стоит завоевать доверие покупателей, по моему мнению, и постепенно дело пойдёт на лад - мы сравнимся с западными показателями, где 90% населения предпочитают делать покупки именно в интернет-магазинах.

Развитие электронной торговли не является самоцелью, она является средством для решения проблемы приведения в соответствие современным требованиям информационной инфраструктуры поддержки рынка в России.

Задача организации охвата России международной системой электронной торговли может стать одной из приоритетных. Следует исключить уход от налогов и обман потребителей. Главными инструментами системы ограничений являются лицензирование деятельности организаторов торговли и сертификация применяемых ими средств, прежде всего программных.

Первоочередными мероприятиями по организации электронной торговли должны стать:

- разработка и формирование правовой базы для ведения торговых операций на основе использования информационно - телекоммуникационных технологий;
- разработка и внедрение системы государственной поддержки электронной торговли в России.

Таким образом, включение России в мировое информационно - экономическое пространство будет обеспечено созданием соответствующей нормативно-правовой

базы для ведения коммерческих операций, внедрением в российские системы электронной торговли соответствующих международных процедур и правил торговых операций, а также международных стандартов в области информационного обмена.

Электронная коммерция становится важной составляющей жизни современного развитого общества. Простота осуществления заказов, скорость поиска необходимых товаров и услуг, широкий выбор предоставляемой продукции - вот тот небольшой перечень преимуществ электронных продаж по сравнению с традиционной покупкой в магазинах, ради которого им все больше и больше отдается предпочтение.

В связи с этим востребовано усовершенствование компьютерных технологий. Оно ведет к улучшению качества осуществления операций, к повышению надежности оказываемых посредством Интернет услуг.

Вывод

С одной стороны, электронная коммерция помогает создавать новые рабочие места благодаря информационным службам, необходимым программным разработкам и цифровым продуктам. С другой стороны, появление онлайн магазинов также приводит к сокращению рабочих мест. Области с наибольшей прогнозируемой потерей работы - это торговые площадки, почтовые и туристические агентства.

Развитие электронной коммерции создаст и новые рабочие места, которые требуют высококвалифицированных работников для управления большими объемами информации, потребностями клиентов и производственными процессами. Люди с плохими техническими навыками не могут занять их.

Технологии электронной коммерции сокращают транзакционные издержки, позволяя как производителям, так и потребителям работать без посредников. Это достигается за счет расширения области поиска лучших ценовых предложений и групповой покупки. Успех электронной торговли на городском и региональном уровнях зависит от того, как местные фирмы и потребители приняли электронную торговлю.

Однако электронной коммерции не хватает человеческого взаимодействия с клиентами, особенно теми, кто предпочитает непосредственное общение. Клиенты также обеспокоены безопасностью онлайн-транзакций и, как правило, остаются лояльными по отношению к уже известным розничным продавцам.