

image not found or type unknown



Введение.

Прежде чем перейти к освящению непосредственно темы текущего эссе , я предлагаю , для полного понимания вопроса, ознакомиться с определением понятия электронной коммерции:

Электронная коммерция — это сфера экономики, которая включает в себя все финансовые и торговые транзакции, осуществляемые при помощи компьютерных сетей, и бизнес-процессы, связанные с проведением таких транзакций.

Основные направления электронной коммерции.

Разделяют такие направления электронной коммерции:

- бизнес - бизнес (business-to-business, B2B) - определяет взаимодействие компаний с компаниями в электронной среде;
- бизнес - потребитель (business-to-consumer, B2C) - определяет взаимодействие компаний с конечными потребителями в сети;
- бизнес - государство (business-to-government, B2A) - определяет взаимодействие компаний с государственными органами;
- потребитель - государство (consumer-to-government C2G) - определяет взаимодействие потребителей с администрацией.

Система электронной коммерции B2C

B2C - система электронной коммерции (бизнес-клиент), в которой в качестве продавца выступает юридическое лицо (компания), а в качестве покупателя - физическое лицо, то есть это реализация товаров и услуг непосредственному потребителю, которому она адресована. По данной информационной схеме функционируют сегодня в России крупные производители товаров промышленного потребления.

Факторы, определяющие масштабы B2C в России.

- Недостаточное количество пользователей Интернет

- Слабая телекоммуникационная инфраструктура.
- Малое распространение средств безналичных расчетов для физических лиц.
- Низкий средний уровень доходов.
- Отсутствие всероссийской системы экспресс-доставки.

Система электронной коммерции B2B.

B2B - сокращение от английских слов «business to business», в буквальном переводе - бизнес для бизнеса. Это сектор рынка, который работает не на конечного, рядового потребителя, а на такие же компании, то есть на другой бизнес.

Задачи B2B систем.

Основная задача систем B2B -- повышение эффективности работы компаний на B2B-рынке за счёт снижения затрат на подготовку торговых процедур и расширения географии бизнеса до масштаба всего мира.

В задачи B2B систем также входит:

- организация взаимодействия между предприятиями -- быстро и удобно
- построение защищённых надёжных каналов обмена информацией между фирмами
- координация действий предприятий и совместное их развитие на основе информационного обмена

Взаимодействие может быть связано с торговлей, обменом технологиями, опытом, инвестиционной деятельностью и т. д.

Классификация B2B-систем

B2B-системы различаются по набору предлагаемых функций:

1. корпоративный сайт компании: предназначен для общения с партнёрами и контрагентами, содержит информацию о компании, персонале, руководстве, продукции, описание услуг.
2. интернет-магазин -- предназначен для сбыта продукции, может быть встроен в корпоративный сайт. Он позволяет размещать заказы, проводить электронные

платежи, обеспечивать доставку.

3. служба закупок снабжения ищет поставщиков, получает коммерческие предложения, осуществляет электронные платежи, контролирует выполнение заказов.

4. информационный сайт -- предназначен для размещения информации об отрасли, входящих в неё компаний, параметров состояния рынка, отраслевых стандартов.

5. брокерские сайты выполняют роль посредников между покупателями и продавцами.

6. электронные торговые площадки (ЭТП): предназначены для непосредственного осуществления торгово-закупочной деятельности. ЭТП, как правило, выполняются в виде отдельных сайтов, и на них создаются рабочие места для предоставления пользователям целого ряда услуг.

7. профессиональные b2b-медиа продукты -- это продукты (газеты, журналы, отраслевые каталоги, информационные бюллетени), нацеленные исключительно на профессионалов работающих в определённой сфере либо отрасли. B2B-издания могут быть посвящены вопросам менеджмента, логистики, продажам, финансам, различным секторам экономики и т. д. Как правило, данные издания потребляются исключительно с целью получения информации, необходимой для работы. При этом, различные типы изданий (нацеленные на определённую профессию или отрасль) могут иметь общую аудиторию, ведь одни и те же профессионалы работают на разных рынках.

Система электронной коммерции B2G

B2G (Business - to - Government, бизнес - правительство) - система электронного бизнеса между юридическими лицами и государственными структурами. Эта система в настоящее время достаточно успешно развивается и имеет значительные перспективы. Предполагается, что именно развитие этой системы позволит концептуально изменить деловую практику в глобальном масштабе.

Система электронной коммерции C2G

Четвертая модель организации функционирования системы электронной коммерции - Consumer - to - Government (C2G), потребитель-правительство - в настоящее время интенсивно развивается. Ее реализация позволит расширить электронное взаимодействие физических лиц и государственных органов в таких

областях, как социальное обеспечение. В качестве одного из наиболее кардинальных проектов в рамках данной системы рассматривается возможность проведения электронных выборов.

Таким образом, электронная торговля в силу определенного ряда преимуществ по сравнению с традиционной достаточно успешно применяется во внешней и международной торговле как одна из перспективных организационных форм.

К концу 2002 года группой российских и украинских экономистов и программистов была создана система RUpay.

Существующие на данный момент электронные платежные системы по типу доступа к электронному счету можно разделить на 2 большие группы:

- требующие установки на компьютер пользователя дополнительного программного обеспечения;
- платежные системы имеющие веб-интерфейс;

Преимущества электронных платежных систем

- доступность - любой пользователь имеет возможность открыть собственный электронный счет;
- мобильность - независимо от места своего нахождения пользователь может осуществлять любые финансовые операции со своим счетом;
- безопасность - передача информации ведется с использованием SSL протокола с кодовым ключом 128-bit либо другими криптографическими алгоритмами;
- простота использования - для открытия и использования электронного счета не требуется специальных знания;
- оперативность - перевод средств со счета на счет происходит в считанные минуты.

Организация развития электронной коммерции в России

Проблемные вопросы развития электронной коммерции в России

В настоящее время Россия значительно отстает от развитых стран в разработке и использовании современной инфраструктуры развития рынка товаров и услуг.

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 так называемой "электронной торговли".

Таким образом, задача организации охвата России международной системой электронной торговли, может стать одной из приоритетных. Опыт создания современной инфраструктуры рынка наиболее развитых стран показывает, что наиболее эффективно эта задача решается путем государственной поддержки. В этих условиях целесообразно разработать и реализовать федеральную целевую программу "Электронная торговля в России". Генеральным Заказчиком этой программы может стать Минэкономики России.

Содержание программы:

- Определение цели и задач, решаемых электронной торговлей в России;
- Формирование облика предполагаемых к развертыванию систем электронной торговли;
- Состав мероприятий, сроки и этапы реализации программы;
- Предложения по нормативно-правовому обеспечению программы;
- Ресурсное обеспечение программы;
- Механизм реализации программы и организация управления;
- Оценка эффективности, социально-экономические последствия от реализации программы.

Что касается облика предполагаемых систем электронной торговли, то при его формировании в настоящее время необходимо учитывать следующие требования:

- безопасность обмена данными, в том числе за счет использования собственных защищенных каналов связи;
- поддержание стандартов и следование признанным международным сообществом процедурам торговой сделки;

- исключение "ухода" от налогов и создание дохода государству сборами с каждой сделки;
- обеспечение возможности сбора информации о сделках для удовлетворения потребностей государственной статистики.

В мире сложились две области применения электронной торговли.

Первая - "бизнес-потребитель". Это электронная торговля с непосредственными потребителями товаров, т.е. розничная торговля. Вторая - "бизнес-бизнес", т.е. электронная торговля между бизнес - партнерами.

Из анализа документов ЮНКТАД видно, что принимая решения относительно построения систем электронной торговли как для розничных, так и для оптовых операций, необходимо учитывать ряд факторов, включая следующие:

- главный рынок сбыта, географическая концентрация торговых операций и предполагаемая форма этих операций;
- товары и услуги, которые будут предлагаться для продажи в настоящее время и в обозримом будущем через разрабатываемую систему;
- пригодность существующих систем торговли и снабжения на базе Интернет в качестве средств развития бизнеса;
- наличие требуемых технических знаний у потенциальных участников торговли;
- наличие и стоимость доступа к Интернет потенциальных участников торговли;
- доступность и стоимость информации о товарных рынках и партнерах;
- наличие альтернатив в области финансирования, управления рискам и организации платежей для разрабатываемой системы.

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.

Содержанием системы государственной поддержки электронной торговли, может стать:

- формирование цели и приоритетов электронной торговли;
- лицензирование деятельности в области электронной торговли;
- сертификация средств, предлагаемых для организации систем электронной торговли;
- участие в системе стандартизации в области информационного обмена, обеспечивающего банковские, торговые, таможенные и другие операции в электронной торговле;
- создание условий для исключения уклонения от уплаты налогов, исключение обмана покупателей, предотвращение криминализации рыночных процессов, утечки капиталов за рубеж и др.

Таким образом, задачей Правительства, в этом случае, будет создание благоприятных условий для частного капитала по развитию электронной торговли и концентрация их усилий в нужном для страны направлении.

Стремительный рост объемов электронной торговли обусловлен теми выгодами и преимуществами, которые она обеспечивает.

Основные из них:

- электронная торговля приводит к глобальному сокращению расходов на проведение торговых операций (транзакционные издержки) и позволяет частично решить проблемы, связанные с традиционно невыгодным географическим расположением, особенно проблемы, порожденные большими расстояниями;
- электронная торговля создает условия для прямых контрактных отношений между продавцами и покупателями, она способствует появлению новых участников на растущем числе рынков. В этих условиях малые и средние предприятия могут успешно конкурировать даже на международных рынках;
- поскольку в основе электронной торговли лежат информационные сети и потоки, она улучшает прозрачность рынков: покупатели и продавцы практически мгновенно получают информацию о ценах, качестве и условиях поставки, предлагаемых различными конкурентами. Это обстоятельство особо важно при

организации закупок для государственных нужд;

- технология электронной торговли сама по себе способна к предотвращению ряда негативных явлений, таких как криминализация рыночных процессов, уклонение от налогов, утечка капиталов за рубеж.

Заключение.

Электронная коммерция в России не стала пока еще достаточно широко распространенной формой совершения актов купли-продажи и заключения деловых сделок, осуществляемых с помощью Интернета. В настоящее время Россия значительно отстает от развитых стран в разработке и использовании элементов инфраструктуры системы электронной коммерции (по некоторым оценкам отставание от США составляет 7 лет).

Российская Федерация не уделяет достаточного внимания решению проблем, связанных с развитием и дальнейшим совершенствованием систем электронной коммерции. Однако и в России функционирует определенное количество электронных магазинов. Все отечественные электронные магазины сталкиваются с рядом проблем, которые требуют неотложного решения. Среди наиболее серьезных следует выделить такие:

1. весьма ограниченное количество людей, владеющих электронными кредитными карточками;
2. недостаточная развитость системы электронных платежей; поэтому в российской действительности пока еще контакт при оплате покупки «человек - человек» остается необходимым и преобладающим;
3. отсутствие практических рекомендаций, связанных с обеспечением наиболее целесообразного сочетания в использовании известных российских платежных систем с зарубежными платежными системами, что позволило бы обеспечить более высокую надежность и эффективность функционирования российских электронных магазинов;
4. невозможность обеспечения достаточно высокого уровня безопасности обмена данными между участниками электронной торговли;
5. отсутствие специальных методик, позволяющих сколько-нибудь достоверно оценить экономическую эффективность создания и функционирования Интернет-компаний (в том числе и электронных магазинов);

6. ограниченные возможности создания дополнительных рабочих мест из-за невысоких темпов развития систем электронной коммерции.