

Проблемы и тенденции развития электронной торговли в России

Агуреева Алина Александровна
Сибирский федеральный университет
Студент

Габдрахманова Анастасия Сергеевна
Сибирский федеральный университет
Студент

Новикова Ангелина Анатольевна
Сибирский федеральный университет
Студент

Аннотация

В данной статье автор рассматривает электронную торговлю в России как один из ключевых компонентов «новой экономики». А также поясняются проблемы и основные тенденции развития электронной торговли.

Ключевые слова: электронная торговля, экономическое развитие, Интернет, тенденция.

Problems and Trends in the Development of Electronic Commerce in Russia

Agureeva Alina Aleksandrovna
Siberian Federal University
Student

Gabdrakhmanova Anastasia Sergeevna
Siberian Federal University
Student

Novikova Angelina Anatol'evna
Siberian Federal University
Student

Abstract

In this article, the author considers electronic commerce in Russia as one of the key components of the "new economy". Also, problems and main trends in the development of electronic commerce are explained.

Keywords: electronic commerce, economic development, Internet, trend.

В настоящее время, в условиях глобализации, экономика получила новые возможности в Интернете. Благодаря новейшим информационным

технологиям экономическая деятельность стала более эффективной и прибыльной.

Актуальность темы обуславливается тем, что возник новый сектор мировой экономики – электронная торговля, являющаяся одним из компонентов «новой экономики», приобретает важное практическое значение.

Термин «торговля» относится к обмену товара (услуги) на валюту. Электронная торговля – это обмен товаров на деньги с помощью компьютеров.

Основными причинами слаборазвитости различных видов электронной торговли в России являются:

1. Отсутствие защиты информации;
2. Слаборазвитая инфраструктура связи и сам бизнес;
3. Плохо функционирующая банковская платежная система;
4. Недостаточно развитая законодательная база и, следовательно, отсутствие прозрачности и открытого бизнеса;
5. Недостаток дешевого доступа в Интернет;
6. Покупательная способность населения низка;
7. Недостаточная компьютеризация;
8. Посредственные умения работы с компьютерами и Интернетом [1].

Данные факторы оказываются отрицательными последствиями развития сегмента бизнес-потребителей, потому что русские или недостаточно знают о сети Интернет, или не имеют доступа к нему, или считают неудобной «несовершенную» российскую электронную торговлю.

Рассуждая о будущем развитии B2B в России и его влиянии на экономику, мы должны помнить, что наша экономика еще не достигла такого же уровня конкуренции, который имеется на Западе. Это является недостаточно быстрой причиной (в сравнении с развитыми странами) для распространения Интернет-торговли, она может быть успешной только в том случае, если участники уже разработали основы информационных технологий на рабочем месте. Ясна растущая активность на рынке компаний-системных интеграторов для автоматизации информационных и производственных процессов. Их услуги довольно популярны в России. Несмотря на это, Интернет-проекты стали наиболее активными в нашей стране. Сегодня почти все западные модели работают в российском Интернете.

Какие формы электронной торговли укоренятся в нашей стране в ближайшем будущем? Это электронные магазины, аукционы, каталоги и биржи. В настоящее время разрабатываются некоторые вертикальные и горизонтальные порталы. Мы неизбежно должны воспользоваться западным опытом: мы можем быстро и эффективно внедрять новейшие технологии и бизнес-модели в Интернете. Некоторые типичные российские проблемы неизбежно продвигают наш бизнес в Интернете: отсутствие профессиональных посредников может значительно снизить затраты; информационная безопасность все еще находится на низком уровне и

отсутствие рыночных структур для создания дорогостоящих и хорошо функционирующих рыночных структур; слабая связь между партнерами рынка; непрозрачностью бизнеса и кражей [2].

Проблемы, стоящие перед российской электронной торговлей, можно разбить на две категории. Первая является технической, с некоторыми факторами, которые препятствуют внедрению Интернета в бизнесе:

- слаборазвитые телекоммуникационные системы;
- слабые законы об электронной торговле;
- неудовлетворительная разработка платежных систем через Интернет (в настоящее время небольшая часть россиян использует кредитные карты);
- ненадежная работа препятствует развитию онлайн-покупок и практически сближает географическое положение работы в Москве и Санкт-Петербурге.

Однако, если развитие электронной торговли и необходимый уровень инвестиций огромны, все эти трудности легко преодолеть. Поэтому самой большой угрозой для развития России является еще некоторые причины, которой можно назвать психологической или культурной:

В нынешнее время только небольшая часть нашего общества освоила Интернет. Другие, с точки зрения расположения к Интернету, - это люди, которые привыкли к «советским» нормам. Они оказывают предпочтение обычной почте. Такие люди не станут воспользоваться сделкой на миллионы долларов для реализации или покупки автомобилей через «неконтролируемую» сеть. Для них данные вещи кажутся необоснованными. Очень сложно восстановить сознание этих людей. Без них будет критическая масса развития Интернета;

Другим психологическим барьером является отсутствие доверия. Принцип работы большинства интернет-магазинов: Доставка - Полученные денежные средства. Является редкостью, когда покупатели готовы указывать номера кредитных карт в Интернете. Многочисленные финансовые пирамиды серьезно надломили доверие нашего общества к финансовым операциям на открытом рынке.

Наконец, Интернет предполагает децентрализованные операции. Мы еще не подготовили все на национальном и корпоративном уровнях. Чтобы преодолеть это препятствие, российские бизнесмены нуждаются в какой-то культурной и управленческой революции в своем сознании. Возможности электронной торговли в развитии независимых сетевых сетей имеют больше возможностей, чем вертикальная интеграция крупных компаний [3].

Разрешение проблем предсказывает основные тенденции на российском рынке электронной торговли:

1. Электронная торговля переживает положительный этап роста в России, и J'son&Partners и партнеры ожидают, что период роста продолжится на 2012-2017 годы.

2. Типичными характеристиками российского рынка электронной торговли на этой ступени являются: развитие онлайн-кредитов, развитие

онлайн-и оффлайн-многоканальных каналов и их взаимное проникновение, постоянное возрастание спрос на товары в зарубежных интернет-магазинах.

3. Примечательной особенностью российского рынка в области электронной торговли является активное использование электронных платежных систем. Благоприятная разница между российским рынком и внешними рынками заключается в том, что была создана большая потребительская изменчивость.

4. Важной тенденцией является то, что рост электронных магазинов превысил на рынке физических товаров.

5. Анализ возможности роста на рынке электронной торговли, можно сказать, что степень развития может быть обусловлена этими областями, что указывает на интенсивность развития [4].

Следовательно, российская экономика электронной торговли увеличит свою долю в ближайшем будущем, поэтому она положительно повлияет на экономическую и социальную жизнь страны. Появятся новые возможности для получения прибыли: глобальный бизнес и глобальный выбор, индивидуальность продаж. Реактивность спроса, снижение затрат, новые возможности для бизнеса, дальнейшее развитие конкурентной среды.

Библиографический список

1. Авдеева Е. А. Проблемы развития электронной торговли в России // Молодой ученый. 2016. №13. С. 363-365.
2. Институт экономической стратегии URL: <http://www.inesnet.ru/>.
3. Кобелев О.А. Электронная коммерция: Учебное пособие / под ред. проф. С.В. Пирогова. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2010. 674 с.
4. «РБК» (от «РосБизнесКонсалтинг») URL: http://www.rbc.ru/technology_and_media/.