ЭЛЕКТРОННАЯ ТОРГОВЛЯ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Калинин Денис Дмитриевич

Московский технологический университет (119454, г. Москва, Проспект Вернадского, д.78) e-mail:rector@mirea.ru

Развитие глобальной сети Интернет, а также развивающиеся огромными темпами информационные и телекоммуникационные технологии сделали возможным формирование целого направления в современной коммерции – электронной торговли. Еще тридцать лет назад было немыслимо представить, что почти 8 % всей мировой торговли будет осуществляться дистанционно, не отходя от мониторов компьютеров, и еще удивительнее было бы предположение, что значительные финансовые потоки будут управляться и контролироваться посредством мобильных телефонов. Тем не менее, электронная коммерция решительно перекраивает традиционные бизнес-процессы в торговле и считается на данный момент основным драйвером экономического роста. К примеру, за последние два-три года рынок е-коммерции в европейских странах показывает динамику роста на 32 %, а в Соединенных Штатах – на 24,6 %. Наша страна не стала исключением. В 2008-2016 годах среднегодовые темпы роста электронной коммерции показывают 23,9 %, и общий объем российского рынка е-коммерции уже превышает, по оценкам экспертов, 2 триллиона рублей. Ожидается стабильная динамика рынка на уровне 12-14 % ежегодно[2].

Ключевые слова: электронная торговля

анализ выбора потребителями е-коммерции как способа приобретения товаров

ELECTRONIC COMMERCE: STATUS AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT

Kalinin Denis Dmitrievich

Moscow University of Technology (119454, Moscow, Vernadsky Prospekt d.78) e-mail: rector@mirea.ru

The development of the global Internet network, as well as the development of information and telecommunications technologies that have developed at a tremendous pace, made possible the formation of a whole trend in modern commerce - electronic commerce. Thirty years ago, it was unthinkable to imagine that almost 8% of all world trade will be remotely, without departing from computer monitors, and even more surprising would be the assumption that significant financial flows will be managed and

controlled by mobile phones. Nevertheless, e-commerce resolutely reshapes traditional business processes in trade and is considered at the moment the main driver of economic growth. For example, over the past two or three years, the e-commerce market in European countries shows a growth rate of 32%, and in the United States - 24.6%. Our country has not become an exception. In 2008-2016, the average annual growth rate of e-commerce shows 23.9%, and the total volume of the Russian e-commerce market already exceeds, according to experts, 2 trillion rubles. A stable market dynamics is expected at the level of 12-14% annually[2].

The Key Words: e-commerce analysis of consumers' choice of e-commerce as a way of purchasing goods

Развитие глобальной сети Интернет, а также развивающиеся огромными темпами информационные и телекоммуникационные технологии сделали возможным формирование целого направления в современной коммерции – электронной торговли.

Еще тридцать лет назад было немыслимо представить, что почти 8 % всей мировой торговли будет осуществляться дистанционно, не отходя от мониторов компьютеров, и еще удивительнее было бы предположение, что значительные финансовые потоки будут управляться и контролироваться посредством мобильных телефонов.

Тем не менее, электронная коммерция решительно перекраивает традиционные бизнес-процессы в торговле и считается на данный момент основным драйвером экономического роста. К примеру, за последние два-три года рынок е-коммерции в европейских странах показывает динамику роста на 32 %, а в Соединенных Штатах – на 24,6 %.

Наша страна не стала исключением. В 2008-2016 годах среднегодовые темпы роста электронной коммерции показывают 23,9 %, и общий объем российского рынка е-коммерции уже превышает, по оценкам экспертов, 2 триллиона рублей. Ожидается стабильная динамика рынка на уровне 12-14 % ежегодно[2].

Чаще всего в нашей стране предпочитают дистанционно (через Интернет) оплачивать (приобретать) следующие категории товаров и услуг:

1. Пополнение балансов сотовых телефонов, а также оплата услуг Интернет-провайдеров. В целом, это очевидное потребительское предпочтение, поскольку очень часто баланс «уходит в минус» неожиданно, и редко для кого подобные расходы входят в категорию «плановых». А оставаться без связи в современном

мире сложно психологически, даже если речь идет только о недолгом походе к ближайшему терминалу оплаты.

2. Уже практически повсеместной практикой стала покупка билетов на поезд или на самолет через Интернет – это удобнее и проще, чем стоять в очередь в ближайшем трансагентстве. Продуманный пользовательский интерфейс продающих билеты сайтов дает возможность выяснить для себя ряд ключевых вопросов – выбор вагона и конкретного места, маршрут следования, длительность стоянки на транзитных станциях и др. Это вопросы интересуют каждого пассажира, но вряд ли их уместно задавать при оформлении обычного билета в кассе «в реале».

3. Билеты на концерты, шоу и соревнования значительно чаще стали покупаться онлайн – именно потому, что есть возможность оценить заполненность зала и выбрать оптимальное для себя соотношение цены и ожидаемого уровня комфорта.

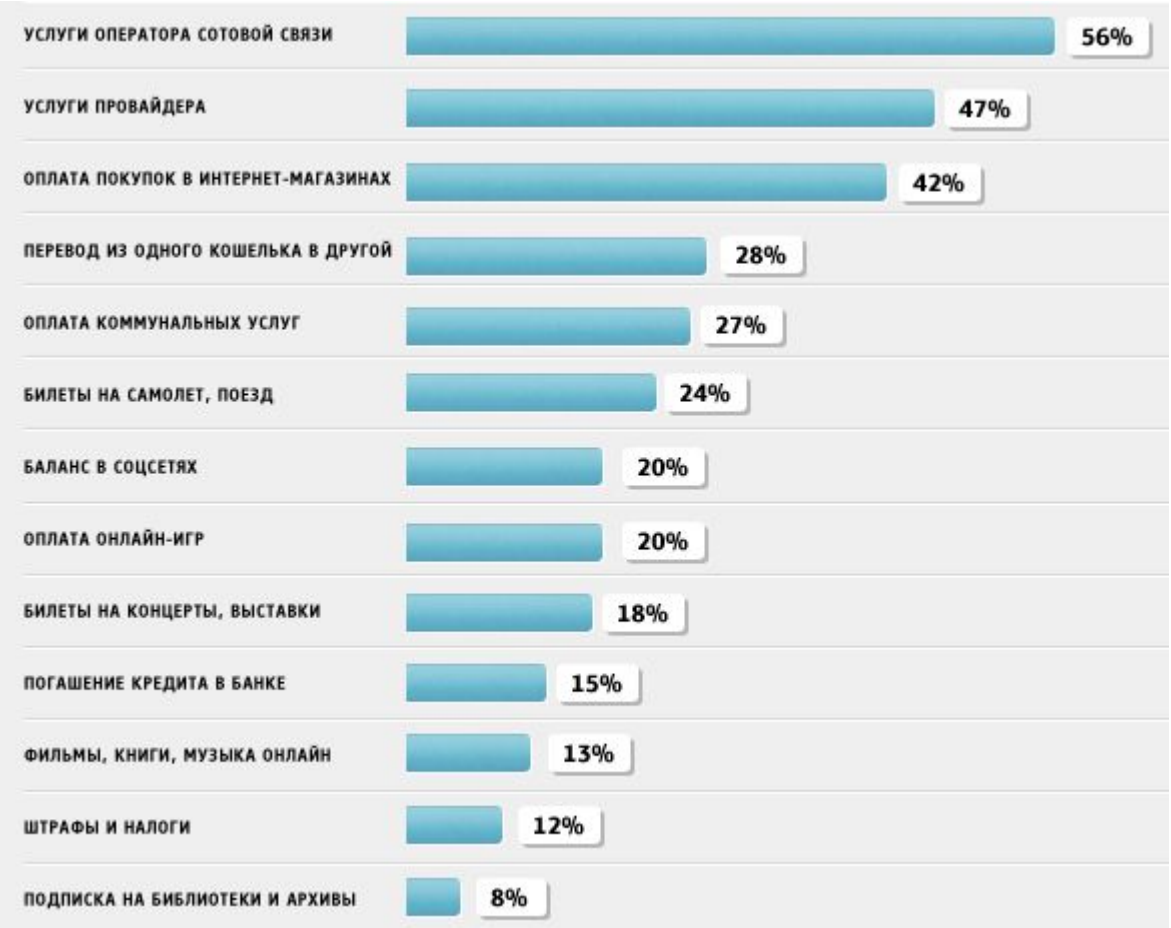

Рисунок 1. Направления движения электронных денег, 1 Q 2017 г.

Источник: официальный сайт «РосБизнесКонсалтинг» (РБК)

4. С каждым годом все чаще стали оплачиваться дистанционно различные счета (в том числе за коммунальные услуги) и штрафы ГИБДД. Еще в начале 2000-х люди не пользовались этой возможностью, каждый месяц предпочитая приходить лично, оплачивать ЖКХ в кассе и получать на руки квитанцию об оплате. Сейчас эта традиция пошатнулась , и ей на смену пришли электронные платежи - ведь электронные квитанции сложнее потерять, да и в очереди стоять не приходится.

5. Посредством виртуальной торговли часто покупается виртуальная музыка и игры, приложения для мобильных телефонов и компьютеров, электронные книги.

6. Удобно оказалось бронировать через Интернет гостиницы.

Что касается покупки через Интернет материальных товаров, то быстрее всего развивается электронная торговля через сайты различных Интернет-магазинов, через виртуальные каталоги, а также сетевой маркетинг[3].

На мой взгляд, очень перспективным выглядит такой сегмент электронной коммерции, как дистанционная оплата приобретенных товаров или услуг. Удалось сформировать доверие к электронным платежным системам (Киви-кошелек, Яндекс-деньги и др.). Всё активнее наращивает обороты электронный способ управления банковскими счетами (Сбербанк-онлайн, а также прочие банковские электронные инструменты)[5]. Терминалы оплаты, которые раньше предлагали только пополнить баланс мобильного телефона, сейчас имеют огромное количество вкладок – начиная от оплаты госпошлины и заканчивая перечислением денег на благотворительные цели или оплату текущих счетов[1].

Агентство РБК («РосБизнесКонсалтинг»), которое регулярно производит исследования российского рынка, произвело очередной опрос по выявлению причин изменившихся потребительских предпочтений, и его результаты представлены на рисунке 2.

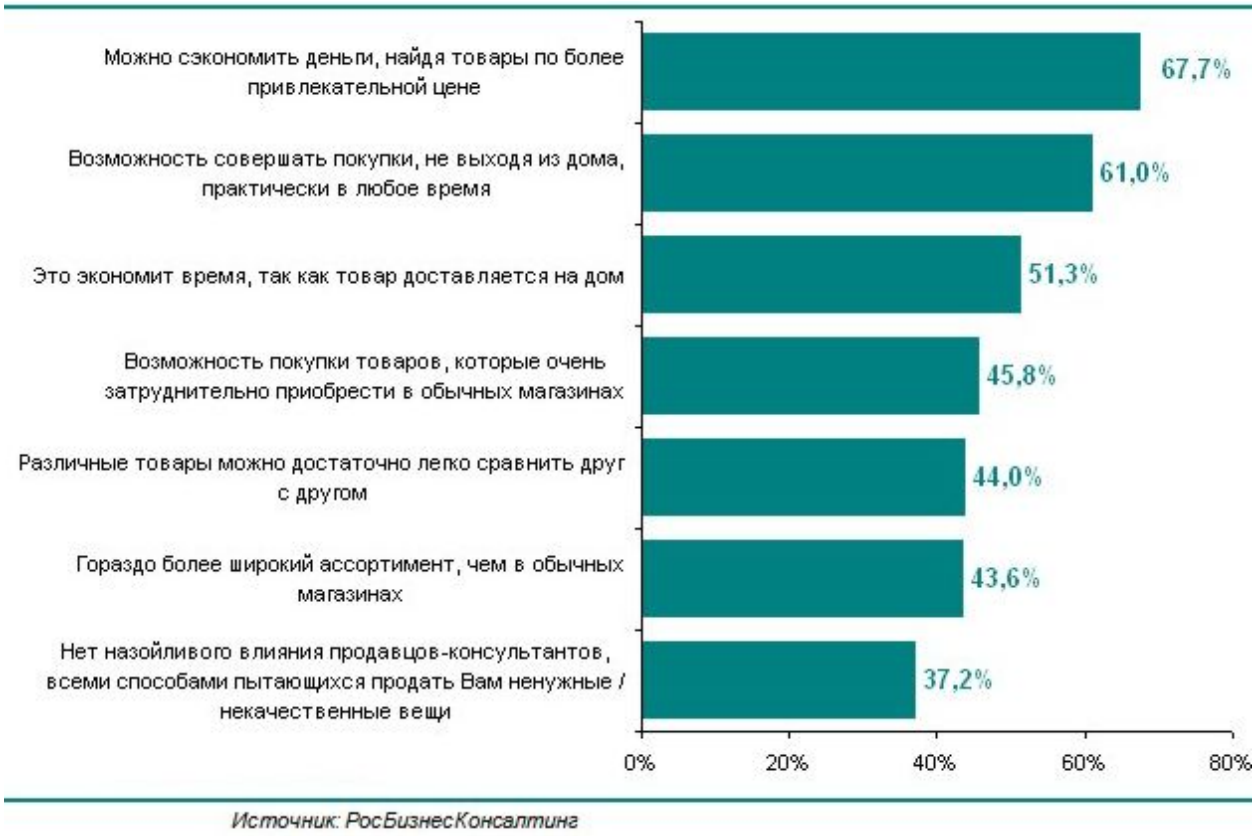

Рисунок 2. Причины выбора потребителями е-коммерции как способа приобретения товаров

Источник: официальный сайт «РосБизнесКонсалтинг» (РБК)(http://www.rbc.ru/)

Любопытно, что в России особенно хорошую динамику роста показывает электронная коммерция в регионах. Казалось бы, там проживает население более консервативное и медленно воспринимающее новинки, особенно если речь идет о том, что деньги перечислить нужно уже сейчас, а товар получить только потом. Тем не менее, в небольших российских городах и населенных пунктах люди часто не могут найти нужный им товар, поэтому они используют возможность приобрести его дистанционно. Это дало толчок развития электронной торговле в регионах, - по результатам 2016 года, к примеру, региональная электронная коммерция по объему в 2 раза превысила показатели Москвы и Санкт-Петербурга.

Эксперты объясняют это тем, что ценник электронной торговли бывает значительно ниже, чем в региональной рознице. Та же самая логика приводит к тому, что москвичи и жители Санкт-Петербурга заказывают товары за рубежом, и они обходятся дешевле даже с учетом транспортировки[4].

Анализ статистики также показывает, что устойчиво развивается электронная коммерция в Якутии, на Ямале, Сахалине, на Камчатке; далее идут регионы Урала (Свердловская, Челябинская области, ХМАО)[5].

Кроме расширения объемов присутствия электронной коммерции на российском рынке и глубокого проникновения в регионы, аналитики заявляют об еще одной тенденции: стратегический вектор развития онлайн-ритейла – это универсальный товарный ассортимент. На рынке уже появились сильные бренды, и теперь основная борьба разворачивается не за верхние строчки в поисковых трафиках, а за счет расширенной линейки товаров, опираясь на привлеченную клиентскую базу.

Если говорить о факторах, тормозящих развитие электронной коммерции в России, то в первую очередь следует отметить слабое развитие логистики. Пользователи сетуют, что заказанный в Китае товар до границы доходит в считанные дни, но по России идет неделями.

Количество интернет-пользователей в 2017 году в России приблизилось к отметке в 80 миллионов и продолжает расти. Издержки, связанные с страхом опасением мошеннических схем (деньги сейчас, товар потом), удается снять за счет использования схемы оплаты наличными в момент доставки курьером заказанного товара (так предпочитают оплачивать заказы больше половины покупателей через интернет). Это позволяет рассчитывать на то, что темпы роста электронной коммерции в России будут сохраняться, так как потенциал явно еще не исчерпан.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. **Бармин И.В., Кулагин В.П., Савиных В.П., Цветков В.Я. Околоземное космическое пространство как объект глобального мониторинга // Вестник НПО им. С.А. Лавочкина. - 2017. - № 4. - С. 4-9. [https://elibrary.ru/item.asp?id=20375599]**
2. **Домбровская А.Ю. Использование е-услуг современными российскими потребителями//Социология: теория, методы, маркетинг. - 2017. - № 3. - С. 163-183.**
3. **Ракитин П.С. Современные информационные технологии в бизнесе. – М.: Знание, 2016. – 385 с.**
4. **Савиных В.П., Цветков В.Я.Исследование северных территорий методами геоинформатики // Образовательные ресурсы и технологии. - 2014. - № 5. - С. 14-23.**

5. **Тихонов К.О. Перспективы развития информационных технологий в экономике // Вопросы экономики и управления. - 2016. - № 3 (86). – С. 36-38.**