

ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯМИ, ОТРАСЛЯМИ, КОМПЛЕКСАМИ

Калашникова Марина Рифкатовна

магистрант

Мухамедрахимова Екатерина Александровна

магистрант

Бунова Елена Вячеславовна

канд. техн. наук, доцент

ФГБОУ ВПО «Южно-Уральский государственный университет» (НИУ)

г. Челябинск, Челябинская область

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ КАК ПОДСИСТЕМЫ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ

Аннотация: в данном исследовании проведен обзор состояния рынка электронной торговли в России в период с 2009 г. по март 2015 г. Авторами рассмотрены существующие проблемы, тормозящие развитие отрасли.

Ключевые слова: электронный бизнес, электронная коммерция, электронная торговля, интернет-маркетинг, онлайн-продажи.

В современном мире люди проводят все большее количество времени в сети Интернет. По данным фонда «Общественное мнение» (весна 2015 года), ежедневно в сеть выходят 53% россиян в возрасте от 18 лет (61,5 млн человек). С 2006 года этот показатель увеличился в 10 раз. Годовой прирост российских интернет-пользователей, выходящих в сеть хотя бы раз за месяц, составил 8%, раз в сутки – 6%. В связи с этим и бизнес все более глубоко уходит в интернет-пространство. Развитие информационных технологий и электронной техники, а также активная интернетизация непременно привели к возникновению в сфере экономики такого направления как «электронная коммерция». Под этим поня-

тием А.В. Юрсов понимает «сферу экономики, которая включает в себя все финансовые и торговые транзакции, осуществляемые при помощи компьютерных сетей, и бизнес-процессы, связанные с проведением таких транзакций», то есть электронная коммерция – это коммерческая деятельность в сети Интернет и бизнес-процессы, основанные на использовании информационных технологий, или, проще говоря, любые коммерческие сделки, совершаемые с помощью электронных средств связи. Более узким понятием является понятие «электронная торговля», означающее процесс удаленного приобретения товаров и услуг посредством телекоммуникационных сетей.

В настоящее время электронная коммерция, в частности электронная торговля, наиболее развита в США и ЕС, однако в последние годы активный рост наблюдается и в России. При рассмотрении динамики роста этого сектора экономики в России отметим, что рынок электронной коммерции находится в стадии интенсивного роста: согласно оценкам компании J'son & Partners Consulting, российский рынок в 2009–2012 годы показал среднегодовые темпы роста в 29%. С 2010 по 2013 годы, при среднегодовом приросте ВВП России на уровне от 1,3 до 4,5%, объём российского сектора как электронной коммерции в целом, так и интернет-торговле в частности, увеличился на 25–30% в год. По данным исследовательского агентства DataInsight, в 2014 году объём покупок материальных товаров в зарубежных и российских интернет-магазинах составил 645 млрд рублей. Таким образом, на долю онлайн-продаж приходится около 2,5% от общего объёма продаж всей российской розницы (по США, в среднем, этот показатель равен 6,4%, а в ЕС – 5,7%). По отдельным товарным группам картина несколько иная. Через Интернет, в частности, продаётся примерно 12–14% книг, электроники и бытовой техники. Согласно данным ВЦИОМ (март 2015 года), покупки в интернет-магазинах в данный момент совершают 25% пользователей Интернета. В ближайшее время специалисты также прогнозируют стабильные темпы роста рынка электронной коммерции на уровне 10–15% в год. Если сравнивать россий-

ский рынок со странами-лидерами в данной отрасли, он имеет запас значительного резерва дальнейшего роста за счет возможности экстенсивного развития благодаря демонстрирующим быстрое развитие регионам.

Тормозящими факторами развития электронной торговли являются проблемы защиты интеллектуальной собственности на товары (недостаточная защищенность производителей программного обеспечения, фильмов и музыки в нашей стране), неуверенность покупателей в гарантии доставки и качестве товара (возможные проблемы с возвратом в магазины, расположенные в других городах и странах) и недоверие людей к электронным средствам платежей вследствие периодических происшествий с утечкой конфиденциальных данных пользовательщиков. Однако, новое подрастающее поколение потребителей характеризуется более лояльным отношением к современным средствам торговли и интересом к техникам геймификации, применяемым интернет-маркетологами, что положительно сказывается на объемах онлайн-продаж и предоставляет возможности дальнейшего развития данной отрасли.

Таким образом, электронная коммерция, включая электронную торговлю, на данный момент относится к одной из наиболее успешных и активно развивающихся отраслей в России. Несмотря на то, что в нашей стране этому сектору экономики пока что не уделяют такого внимания как в США и ЕС, в России есть все предпосылки для развития этого бизнеса, особенно в долгосрочной перспективе, так как наиболее развитыми скоро будут именно электронные технологии.

Список литературы

1. Кобелев О.А. Электронная коммерция: Учебное пособие / Под ред. проф. С.В. Пирогова. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Дашков и Ко, 2010. – С. 674.
2. Электронная торговля в России. – 2013 [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.slideshare.net/Data_Insight/2013-19138366?related=1 (дата обращения: 10.11.2015).
3. Юрakov А.В. Основы электронной коммерции // Горячая линия-Телеком. – М., 2014. – С. 500.