

УДК 339.13(075.8)

Н.С.Лукашевич (5 курс, каф. ПиК), Д.Ю.Ветринский, асп.

ПРОБЛЕМЫ «ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ» В РОССИИ

Начиная с середины 90-х годов во всем мире наблюдается рост активности в области онлайн-торговли. Вслед за крупными компаниями, производящими компьютерное оборудование, в Интернет стали выходить торговцы традиционными товарами. Появилось большое количество книжных магазинов, магазинов компакт-дисков и видеокассет, винных магазинов. Сейчас практически любые товары можно купить через Интернет.

К «электронной торговле» в широком смысле относятся:

- глобальный электронный маркетинг, в том числе, продвижение традиционных товаров и услуг;
- «электронная коммерция» в узком смысле, предполагающая торговлю «неосязаемыми» товарами, которые могут передаваться в цифровой форме, и/или оплата которых может производиться в цифровой форме. К таким товарам относится информация в текстовой, графической или звуковой форме;
- «удаленные услуги», связанные с консультированием, юридической и бухгалтерской поддержкой и прочее.

«Электронная торговля» не является новым явлением. В целом электронная торговля может быть определена как осуществление сделок (то есть покупка и продажа товаров и услуг или переговоры относительно покупки и продажи) с помощью электронных средств через Интернет или через электронные сети.

Имеется множество преимуществ «электронной торговли», некоторые из которых:

- значительно увеличивается оперативность получения информации, особенно при международных операциях;
- значительно сокращается цикл производства и продажи, так как больше нет необходимости каждый раз вводить полученные документы, к тому же снижается вероятность возникновения ошибок ввода;
- значительно снижаются затраты, связанные с обменом информацией за счет использования более дешевых средств коммуникаций;
- использование Интернет-технологий электронной коммерции позволяет компании стать более открытой по отношению к клиентам; легко и быстро информировать партнеров и клиентов о продуктах и услугах; создавать альтернативные каналы продаж, например, через электронный магазин на корпоративном сайте.

Но, несмотря на эти значительные преимущества, «электронная торговля» в Российской Федерации, а может быть и во всем мире, испытывает ряд трудностей. Конечно же этих трудностей и проблем значительное количество, но мы приводим наиболее глобальные проблемы развития «электронной торговли» в Российской Федерации.

1. Проблема онлайн-платежей из-за того, что банки и соответствующее законодательство не готовы в полной мере к тому, чтобы обеспечить безопасное и надежное проведение финансовых транзакций через Интернет, хотя с технической точки зрения проблема решена.

2. Некачественный и дорогой доступ в Интернет в городах и регионах страны.

3. Нездоровый консерватизм, косность мышления, недоверие к электронным средствам со стороны граждан РФ.

4. Невысокая степень распространения кредитных и дебетовых карт в России, недоверие со стороны покупателей к онлайн-способам оплаты. Такое отношение, в свою очередь,

вызвано недоверием граждан к банковской системе вообще, нестабильностью экономической ситуации в стране, неурегулированностью организационных и правовых вопросов электронных платежей, неуверенностью в безопасности проведения транзакций через Интернет.

5. Немногие европейские способы оплаты прижились в России и известны рядовым гражданам. К таким способам можно отнести оплату с использованием электронных денег (WEBMoney, PayCash, E-Gold).

6. Несмотря на усиленную рекламу преимуществ Интернет-покупок сетевые магазины не смогли привлечь большинство потенциальных посетителей. Из всех посетителей виртуальных магазинов становятся покупателями не более 20%. Этот факт свидетельствует о неэффективности проведенных рекламных компаний и о недостаточном внимании к потребностям и ожиданиям потенциальных клиентов.

7. Отсутствие качественного содержания Интернет-магазинов, что, в первую очередь, связано с отсутствием квалифицированных специалистов в области Интернет-технологий и web-дизайна.

8. Инфраструктура розничной Интернет-торговли еще не сформирована: отсутствуют качественные услуги доставки товаров, не прижились системы онлайн-микрорплатежей, большинство российских граждан так и не стали пользователями.

9. Низкий уровень организации продаж. Интернет-магазины всё ещё не привлекают для организации продаж профессионалов в области торговли, а привлекают профессионалов в области Интернет.

Таким образом, можно сказать, именно общие проблемы российского Интернета ограничивают все возможности электронной торговли. К этим общим проблемам можно отнести низкую степень распространения Интернета среди населения, низкие доходы, неразвитость платежных систем, моральная неподготовленность населения совершать покупки в виртуальном магазине.