



**Состояние и перспективы развития электронной коммерции в РФ на
современном этапе**

Банк С.В., д.э.н., профессор

МИРЭА – Российский технологический университет, Москва, Россия

Шеверева Е.А., к.э.н., доцент

МИРЭА – Российский технологический университет, Москва, Россия

Аннотация. Электронная коммерция пронизывает фактически все сферы жизнедеятельности общества и пребывает на этапе интенсивного развития, и данная положительная динамика на территории России будет отмечаться еще на протяжении нескольких лет.

В настоящий момент российская экономика имеет направленность на практическое внедрение инновационных технологий и реализацию научных идей. Сложившиеся новаторские устои содействуют развитию информационного пространства, вытесняющего традиционный экономический склад. Современное состояние электронной коммерции в России весьма динамично – идет бесперебойное развитие и модернизация способов, методов, ассортиментного ряда электронной торговли. Действующее развитие напрямую определяет расширенное воспроизводство по новейшей материальной базе.

Ключевые слова: электронная коммерция, интернет предпринимательство, оказание электронных услуг, развитие электронной торговли, бизнес в условиях пандемии.

**The state and prospects of e-commerce development in the Russian Federation
at the present stage**

Bank S.V., Doctor of Economics, Professor

MIREA – Russian Technological University, Moscow, Russia

Shevereva E.A., Candidate of Economics, Associate Professor

MIREA – Russian Technological University, Moscow, Russia

Annotation. E-commerce permeates virtually all spheres of society's life and is at the stage of intensive development, and this positive trend in Russia will be observed for several more years.

At the moment, the Russian economy is focused on the practical implementation of innovative technologies and the implementation of scientific ideas. The established innovative foundations contribute to the development of the information space, replacing the traditional economic warehouse. The current state of e-commerce in Russia is very dynamic – there is an uninterrupted development and modernization of the methods, methods, and assortment of e-commerce. The current development directly determines the expanded reproduction based on the latest material base.

Key words: e-commerce, Internet entrepreneurship, provision of electronic services, development of e-commerce, business in the context of a pandemic.

В текущем десятилетии одним из основополагающих путей развития экономики в масштабах не только всей страны, но и в разрезе отдельных ее регионов выступает электронная коммерция. Темпы ее развития всегда имели скачкообразный характер, то есть основные шаги перехода на новую ступень совершенствования и масштабирования связаны с происходящими мировыми и/или национальными событиями и сложившимися ввиду них трендами.

В настоящий момент электронная коммерция уже пронизывает фактически все сферы жизнедеятельности общества и пребывает на этапе интенсивного развития, и данная положительная динамика на территории России будет отмечаться еще на протяжении нескольких лет.

Сейчас в Российской Федерации действуют и активно распространяются следующие вариации электронной коммерции, схематично приведенные на рис. 1.

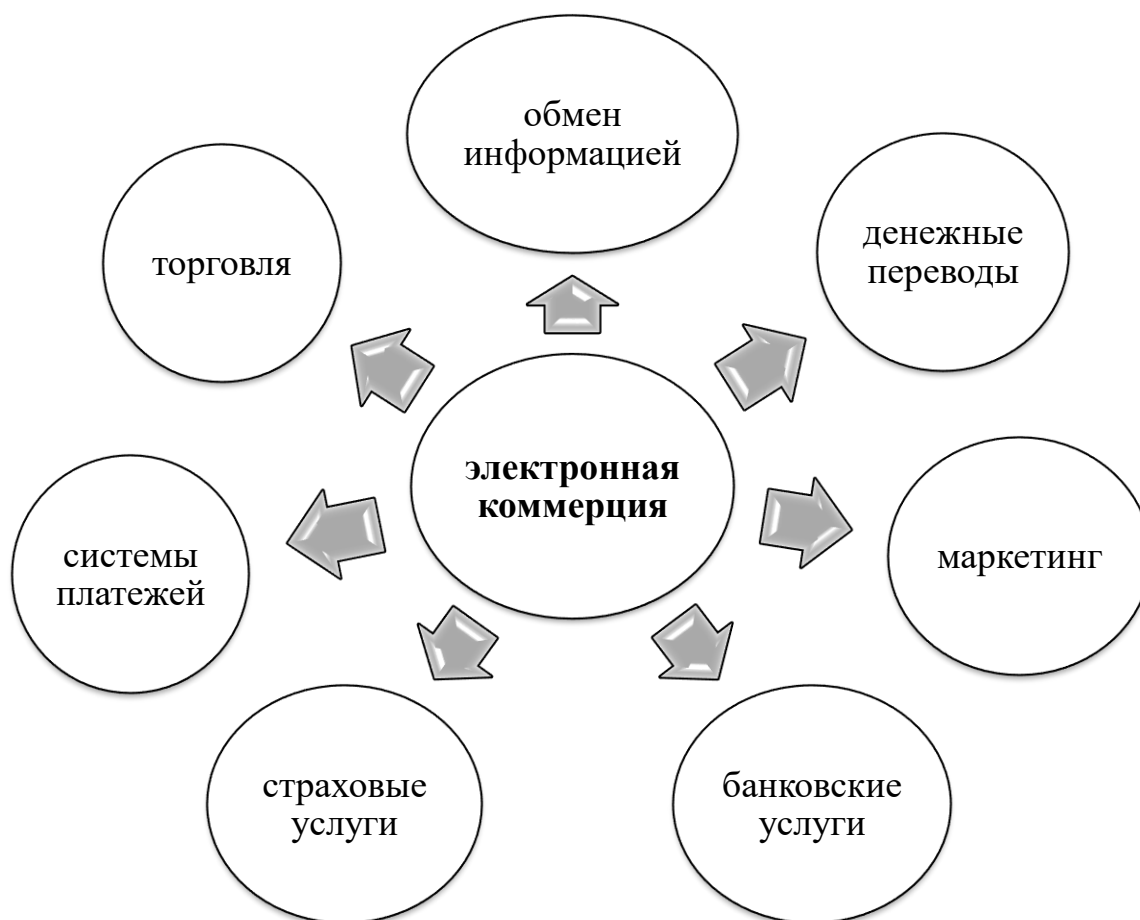


Рис. 1 – Типология электронной коммерции в России

В настоящий момент российская экономика имеет направленность на практическое внедрение инновационных технологий и реализацию научных идей. Сложившиеся новаторские устои содействуют развитию информационного пространства, вытесняющего традиционный экономический склад. Экономические аспекты общественной жизни не только по содержанию модернизируются, но и претерпевают изменения и в виртуальном, электронном пространстве [3].

В целом, современные деятели экономики сходятся во мнении, что электронная коммерция есть структурный компоненты электронного бизнеса, а, в собственную очередность, электронная торговля является составным элементов собственно электронной коммерции.

Отдельно касаясь электронной торговли, обусловим, что она – наиболее распространенная форма электронной коммерции, предпринимательство в

интернет пространстве по реализации процедур коммерции посредством электронных средств.

Большая часть западных экономистов приравнивает категории электронной коммерции и электронной торговли, полагая, что первая из них – это исключительно реализация товарных ценностей, спрос на которые формируется в интернет пространстве [2].

Отечественные же деятели схожи во мнении, что электронная коммерция представляет собой способы реализации коммерческих процедур и контроля над процессами производства с использованием электронного обмена данными.

В научном обществе сейчас нет цельного мнения о том, какие именно области жизнедеятельности можно относить к понятийной категории «электронная коммерция». Обычно на практике ее значение синонимично торговым операциям через пространство интернета. Наиболее раскрытый взгляд определяет, что электронная коммерция – это всякая сделка в области передачи прав собственности/пользования ценностями либо услугами, производимая через опции электронной коммуникации. Характерной чертой сделок через сервисы интернета выступает единство и дублирование личной подписи на бумажном носителе аналогичной, но в электронном виде [4].

Электронная коммерция в современных реалиях – это непосредственный компонент экономической жизни. Пространство интернета предоставляет потребителям обширные возможности для приобретения надлежащих ценностей или услуг, а коммерческие структуры занимают все большую нишу и популяризируются в нем благодаря предпринимательству.

Совокупный объем реализации посредством электронной коммерции по миру только в потребительском сегменте еще в 2012 году «перевалил рубеж» в 1 триллион долларов, по сей день отличаясь стабильным ростом.

Электронная коммерция в качестве специфического типа функционирования предопределяет для субъектов предпринимательства некие конкурентные преимущества ввиду сведения к минимуму временных затрат и

расходов на совершение сделок. Определим ключевые признаки электронной коммерции (рис. 2).

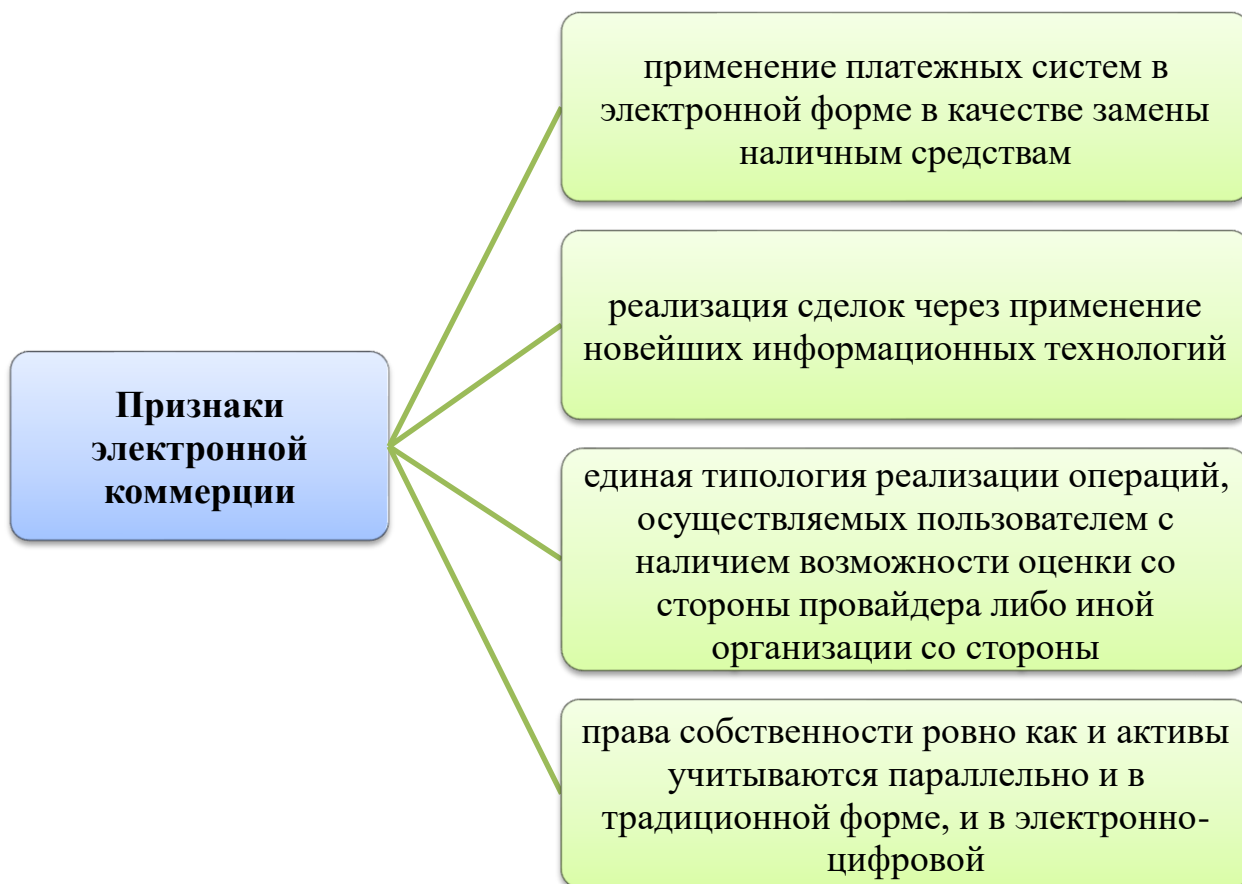


Рис. 2 – Ключевые признаки электронной коммерции

Действующая пандемия, начавшаяся еще в 2020 году, «породила» широкое поле деятельности для отечественных субъектов предпринимательства – функционирование в режиме «онлайн» через способы реализации электронной коммерции.

Различные форматы обучения, консультации, тренинги, всевозможные товары, необходимые для обихода и жизнедеятельности, и прочие материальные/нематериальные ценности – все это в настоящий момент находит активного пользователя/потребителя именно благодаря развитию «онлайн» коммерции.

Сейчас лидирующие позиции в электронном коммерческом пространстве занимают направления реализации различных аудио и медиа материалов, услуг по предоставлению информации и консультаций, банковских услуг и Интернет-

торговли товарами.

Исходя из сложившихся обстоятельств, можно утверждать, что на современном рынке удержатся на плаву в долгосрочной перспективе и будут развиваться только те компании, чья деятельность ведется через призму электронной коммерции.

Принимая к учету современные реалии российского бизнеса, можно выделить и те ключевые аспекты, которые препятствуют более стремительному развитию большей доли субъектов электронной коммерции:

- определенные рамки пользователей Интернета, значительная часть населения отдает предпочтения покупками на офлайн площадках;
- информационная перенасыщенность сайтов, что непосредственно отталкивает потенциальную аудиторию;
- аспекты безопасности платежей;
- политика конфиденциальности данных;
- перенасыщенность рынка специалистами по маркетингу и продвижению в интернете с параллельной их малой компетенцией, редкие специалисты оказывают действительно качественные услуги [2].

Комплекс внутрифирменного управления компании, функционирующей в электронной коммерческой среде, обуславливает активное использование идущих в ногу со временем технологий сферы ИКТ. Их практическая эксплуатация дает возможность минимизировать транзакционные издержки и упорядочить управленческий процесс. Дополнительной мотивацией к вводу в действие передовых информационных систем выступает возможность нарастить инвестиционную привлекательность бизнеса.

Невзирая на то, что область электронной коммерции подразумевает интенсивное использование инноваций, введение передовых концепций управления во множестве отечественных компаний осуществляется неспешно.

Факторами, характеризующими медленное введение в практику инноваций, считается неотработанная внутрифирменная структура компании. Обычно в основной массе компаний современности не встречается должность

управляющего, отвечающего за исследование и практическую реализацию новейших IT-решений в качестве рычага бизнес-прогресса. Кроме того, не прекращает влиять и нехватка квалифицированных сотрудников в области эксплуатации технологий ИКТ в электронном коммерческом пространстве [1].

Все сказанное обуславливает те аспекты, которые стопорят эффективное разрешение задач бизнеса в отношении процедур электронной коммерции. Как показывают исследования, лишь 16% электронных коммерческих бизнес-проектов в России могут по праву называться успешными. Первопричина того, что большая доля субъектов предпринимательства так и получает эффект от бизнеса, закрываясь, выступает крайне слабое проектное управление.

Успешность электронных коммерческих проектов конкретизируется степенью развития на территории страны ответвлений телекоммуникации и наличием доступа для большей доли населения в интернет-пространство. Как показывает практика, российский бизнес лишь на малый процент отстает от темпов компаний Запада.

Некоторые субъекты предпринимательства осуществляют разработку мобильных приложений с нацеленностью на определенную категорию пользователей сети. Это обуславливает наличие упрощенных сайтов, дающих возможность потенциальным потребителям максимально быстро найти необходимый запрос. Так как на подобных сайтах проще ориентироваться, чем на «классических», и благодаря наличию мобильного устройства доступны они становятся фактически в любой точке, то ряд прогнозистов мира полагает, что мобильный интернет – это будущее и колоссальный прорыв электронной коммерции.

Несмотря на бесперебойно возрастающее количество успешных субъектов предпринимательства в электронной стезе, большая доля сайтов так и не доходит до фазы раскрытия реального потенциала. А все из-за двух весомых причин.

Первая заключается в том, что большая часть сайтов предопределяет осуществление укороченной вариации процедуры электронной коммерции,

ввиду чего потребитель не проходит весь четырехфазный цикл реализации (рис. 3) [1].



Рис. 3 – Полная вариация четырехфазного цикла реализации

Основополагающая проблема сложившихся обстоятельств заключается в том, что значительное количество интернет-площадок не предоставляет информацию в надлежащем объеме либо альтернативных путей для каждой из четырех фаз. К примеру, на сайте могут быть представлены ответы в отношении той или иной ценности/услуги, но они не конкретизируют те вопросы, которые стоят у потенциального потребителя. В иных случаях, информация касаясь конкретной ценности/услуги поступает потенциальному потребителю обширно, однако, отсутствует целесообразная вариативность для совершения платежей.

Вторая проблема образуется в случае, если усилия должным образом не сосредотачиваются в корпоративной организации. В значительном числе компаний, осуществляющих электронные коммерческие операции, данные

операции оцениваются в качестве составляющей информационного комплекса, а не как функциональное направление бизнеса [1].

Это выступает первопричиной сбоев, так как персонал, сопряженный, собственно, с продукцией либо услугами, не наделен непосредственной ответственностью за реализацию через интернет. Одна из самых явных тенденций этого явления состоит в том, что все большая часть субъектов предпринимательства разграничивает полномочия, определяя интернет-продажи как отдельную бизнес-единицу, чтобы штатные офлайн сотрудники несли ответственность за реализацию в пределах корпоративной сети [2].

Итак, подытоживая, укажем, что основополагающие операции, ориентированные на перспективное развитие российской коммерции в электронном формате заключаются:

- в совершенствовании способов привлечения аудитории для максимизации посещений соответствующих электронных торговых точек;
- в содействии прироста количественных и стоимостных показателей покупок потребителей через маркетинговые приемы;
- в расширении спектра мобильной торговли, предопределяющей использование в коммерческих операциях нестационарных аппаратов;
- в формировании правовой базы, освещающей аспекты безопасности совершаемых платежей;
- в содействии увеличения компетентности населения России в сфере ИКТ;
- в оптимизации пользования систем поиска для увеличения посещений соответствующих электронных торговых точек, более эффективного использования приложений для мобильных устройства и вариативности поиска оптимальной цены [4].

Современное состояние электронной коммерции в России весьма динамично – идет бесперебойное развитие и модернизация способов, методов, ассортиментного ряда электронной торговли. Действующее развитие напрямую определяет расширенное воспроизводство по новейшей материальной базе.

Ввиду чего только увеличивается информационная доступность, которая в коммерческой среде предстает в виде товарного эквивалента.

Разнообразие электронных платежных систем неуклонно растет, а все больший процент населения прибегает к использованию именно безналичного расчета. Со стороны банковских структур проводят акции активной мотивации граждан к совершению платежей посредством электронных карт, взамен чего предлагаются бонусные вознаграждения. Можно полагать, что в среднесрочной перспективе потребность в хранении и использовании наличных средств отпадет у населения, и каждый человек будет приобретать соответствующие ценности/услуги посредством специальных электронных сервисов, ввиду чего денежные средства будут иметь исключительно электронный вид.

Библиографический список:

1. Авдеева Е.А. Перспективы развития электронной коммерции в Российской Федерации / Е.А. Авдеева // Молодой ученый. – 2015. – № 21 (101). – С. 331-333. – URL: <https://moluch.ru/archive/101/22984/>

2. Быстрова Н.В., Максимова К.А. Электронная коммерция и перспективы ее развития // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2018. – №7 (33). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/elektronnaya-kommertsiya-i-perspektivy-ee-razvitiya>

3. Лиценберг И.И. Состояние электронной торговли России и перспективы ее развития в Забайкальском крае // Московский экономический журнал. – 2019. – №8. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sostoyanie-elektronnoy-torgovli-rossii-i-perspektivy-ee-razvitiya-v-zabaykalskom-krae>

4. Сорокина Е.С., Глазунова О.А. Перспективы развития электронной коммерции в России // Экономика. Информатика. – 2015. – №7 (204). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/perspektivy-razvitiya-elektronnoy-kommertsii-v-rossii>

References:

1. Avdeeva E.A. Prospects for the development of e-commerce in the Russian Federation / E.A. Avdeeva // Young scientist. – 2015. – № 21 (101). – PP. 331-333. – URL: <https://moluch.ru/archive/101/22984/>
2. Bystrova N.V., Maksimova K.A. E-commerce and its development prospects // Innovative economy: prospects for development and improvement. – 2018. – №7 (33). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/elektronnaya-kommertsiya-i-perspektivy-ee-razvitiya>
3. Licenberg I.I. The state of e-commerce in Russia and prospects for its development in the Trans-Baikal Territory // Moscow Economic Journal. – 2019. – №8. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sostoyanie-elektronnoy-torgovli-rossii-i-perspektivy-ee-razvitiya-v-zabaykalskom-krae>
4. Sorokina E.S., Glazunova O.A. Prospects for the development of e-commerce in Russia // Economy. Computer science. – 2015. – №7 (204). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/perspektivy-razvitiya-elektronnoy-kommertsii-v-rossii>