

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ
Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра экономической теории
и национальной экономики

**РАЗВИТИЕ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ, КАК СФЕРЫ
СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ**

АВТОРЕФЕРАТ МАГИСТЕРСКОЙ РАБОТЫ

студента 3 курса 311 группы

направления 38.04.01 Экономика

профиль «Экономика предпринимательства»

экономического факультета

Игнатьева Никиты Алексеевича

Научный руководитель

д.э.н., профессор

Г. А. Черемисинов

подпись, дата

Заведующий кафедрой

к.э.н, доцент

Е. В. Огурцова

подпись, дата

Саратов 2023

Введение. В нынешнее время, экономика показывает активное развитие, предприниматели создают новые способы ведения бизнеса, в том числе, в сети Интернет. Электронная коммерция – это область экономики, включающая в себя все финансовые и торговые операции, осуществляемые при помощи сети Интернет и бизнес-процессы, связанные с проведением таких операций.

Изначально, электронная коммерция представляла собой форму коммерческой деятельности, и была одним из инструментов организации продаж, которая перенесла элементы традиционной коммерции в виртуальное пространство. Сфера сети Интернет, на протяжении времени переросла в огромный рынок, что поспособствовало созданию специальных институтов, свойственных виртуальному пространству, а также институциональных отношений.

Рассматривая e-commerce в данном ключе, можно прийти к выводу: благодаря тому, что сама система проводится электронным образом, информация передается напрямую к получателю, что в разы ускоряет множества процессов в бизнесе.

Любую информацию, созданную на компьютере можно отобразить в электронном виде. Будь то таблица или сложная модель введения бизнеса. Переход в онлайн режим, где активно используются системы автоматизации управления, способствует к снижению издержек. Полная автоматическая обработка заказа в системе продавца, является базисом всех сфер электронной коммерции. Без этого фактора не получится полная передача прав собственности в сети Интернет.

Под определением электронной коммерции попадают системы, ориентированные на Интернет, а также интернет магазины, использующие иные коммуникационные среды, такие как: BBS, VAN и др. Процедуры продаж, инициированные информацией из веб-сайтов, которые используются для обмена данными, частично относятся к классу электронной коммерции. Несмотря на то, что технологической базой электронной коммерции являются веб-сайты, также используются и другие возможности коммуникации, на подобии запросов к

продавцу для уточнения параметров товара или для оформления заказа, которые в свою очередь могут быть посланы через электронную почту.

Современное состояние мировой экономики характеризуется всплеском активности предпринимательской деятельности в виртуальной среде. Создание инфраструктурной среды и институциональных условий функционирования электронной коммерции играет особую роль в Российской экономике. Успешность модернизации экономики РФ во многом зависит от эффективности и остроты, принимаемых в области управленческих решений, что в свою очередь может повлиять на создание единого Евразийского экономического пространства.

Сегодня, благодаря научно-техническому прогрессу электронная коммерция очень быстро развивается. Ускоренное и стремительное развитие впоследствии сможет полностью уничтожить спрос на традиционную коммерцию. Поэтому проблема развития электронной коммерции является актуальной в современном мире,

Данная проблема стала одной из самых значимых тем для обсуждения у экспертов и ученых из сферы e-commerce. Несмотря на то, что проблема появилась относительно недавно, её исследование успело отразиться в трудах, как в зарубежной, так и в отечественной литературе. Большую известность получили работы отечественных ученых. Среди них исследования: Будкиной, А.А., Галишевой, А.И., Гурдиной Ю.В., Корневой, С.С., Кулика, И.В., Мияссарова И.Р. и Климовича В.П., которые являются фундаментальной базой в изучении проблемы.

Целью магистерской выпускной квалификационной работы является исследование особенностей развития электронной коммерции в современной экономике на примере ООО «КЕХ eКоммерц» («Авито»).

На основании поставленной цели рассматриваются следующие задачи:

- рассмотреть и проанализировать структуру электронной коммерции;
- дать сравнительную рейтинговую оценку рынков;
- определить тенденции развития электронной торговли;
- проанализировать финансовые показатели организации;

- спрогнозировать возможность вероятности банкротства фирмы;
- спрогнозировать дальнейшее развитие данной компании в будущем периоде в данной сфере;

Объектом магистерской работы являются структура современного рынка электронной коммерции, а также электронные торговые площадки в России. Предметом данной работы выступают экономические отношения российских и зарубежных компаний в онлайн пространстве.

В ходе работы, были сформулированы следующие гипотезы:

- наличие системы электронной коммерции является необходимым условием формирования, роста и развития экономики страны;
- слабое развитие сфер электронной коммерции в отличии от других стран;
- бизнес в сфере электронной коммерции не подразумевает высоких издержек;
- малая доля электронной коммерции в ВВП России;

Научная новизна магистерской выпускной квалификационной работы определяется в виде теоретических доказательств вышеуказанных научных гипотез. Основные выводы, которые будут выявлены и сформулированы в данной работе, будут представлять собой обоснования гипотез и универсальную методику проведения экономического анализа электронной коммерции организации.

Информационную базу магистерской выпускной квалификационной работы составила монографическая литература, материалы периодической печати, бухгалтерская отчетность компании, статистические данные, в том числе ресурсы информационной сети «Интернет». Основные выводы, выявленные и сформулированные в данной работе, представляют собой универсальную методику проведения экономического анализа организации.

Основная часть. Электронная коммерция (от англ. e-commerce) – это сфера экономики, включающая в себя все финансовые и торговые транзакции, осуществляемые при помощи компьютерных сетей, а также бизнес-процессы,

связанные с проведением таких транзакций. Под электронной коммерцией понимается перечень коммерческих операций, совершаемых в интернете.

Данная система имеет, как преимущества, так и недостатки. Преимущества выделяются в зависимости от направленности субъектов рынка электронной коммерции.

Электронная коммерция может быть выгодна для производителя товаров и услуг, разных видов предпринимательства по следующим причинам:

1) Снижение издержек. Организация электронного магазина не подразумевает больших затрат, необходимо лишь складское помещение и небольшое пространство для офиса, чтобы обрабатывать клиентские заказы;

2) Возможность работать круглосуточно. Заявки от клиентов могут поступать непрерывно, в формате 24/7. Для этого, необходимо наладить обратную связь с клиентами.

3) Большой охват географии. В современном мире, благодаря инновационному развитию фирма может продавать свой товар в различные страны. Необходимостью в данном пункте является отлаженное взаимодействие со службами доставки;

Помимо положительных качеств, система e-commerce имеет недостатки. Прежде всего, при ведении данной сферы, из-за отсутствия должной подготовки пользователей могут возникнуть некоторые трудности. К основным недостаткам системы относятся:

1) Неподготовленность предпринимателей ведения бизнеса в интернет пространстве. Новое поколение предпринимателей, которые с самого начала своей деятельности начинают работать в онлайн, всё реже сталкиваются с данной проблемой;

2) Рост конкуренции. Из-за низких издержек сферы электронной коммерции пользуются большим спросом у предпринимателей, поэтому, для успешного развития организации, необходимо постоянно соответствовать актуальным требованиям рынка. Для закрепления своего успеха и прироста положительного финансового результата, фирмам необходимо регулярно проводить и

усовершенствовать маркетинговую стратегию, тем самым бороться за внимание клиентов.

3) Отсутствие четкой законодательной базы. В Российской Федерации юридические нормы и правила относительно ведения электронной коммерции, на данный момент, отсутствуют. Вследствие чего, возникают сложности в вопросах налогообложения, интеллектуальной собственности или защиты персональных данных. Также проблемы могут возникнуть при выходе компании на мировой рынок, в связи с несоответствием юридическим нормам других стран.

4) Недоверие клиентов к надежности системы. Благодаря большому количеству мошенников в сети Интернет, многие пользователи с недоверием относятся к предложениям в интернете.

Нынешняя ситуация с e-commerce на территории РФ остается довольно сложной. Несовершенство и противоречивость законодательства, а также малая покупательская способность граждан во многом поспособствовали ухудшению ситуации в стране. Большинство интернет-магазинов в России с трудом пытаются держаться на плаву. Множество российских онлайн магазинов, в силу своей неразвитости являются лишь онлайн каталогами, поскольку при оформлении покупки, потребителю высылается счет, который нужно самостоятельно оплатить.

Еще одной большой проблемой интернет-магазинов является доставка товара для покупателя. Основным двигателем прогресса на рынке электронной коммерции является логистика. Успешный предприниматель в этой сфере должен держать на складе большое количество единиц товара, оперативно отражать изменения на нем, а также быстро доставлять товар по верным адресам, указанными клиентами, используя при этом более дешевую общедоступную почту, с целью сокращения издержек. В Российской Федерации, к сожалению, пока невозможно гарантировать быструю доставку, поскольку велик рост потери или порчи товара.

Большинство интернет-магазинов, для усовершенствования своей логистики, прибегают к созданию своего собственного склада, где хранится

оперативный запас товаров, представленных в прайс-листе. Если доставка производится в разных городах, и в нескольких точках по городу, то фирмам целесообразно основывать несколько территориальных накопителей, что во многом позволит гарантировать о наличии всех товаров в ассортименте и о грамотном построении логистики. Однако это не все пути решения проблемы логистики на пути к быстрому обслуживанию клиентов

Необходимо передать на аутсорсинг вид деятельности, не свойственный фирме, или же превратить это направление в обособленную бизнес-единицу. Набравшему крупные обороты предприятию невыгодно содержать собственную службу транспортной логистики. Поскольку она не сможет расширяться при пиковых нагрузках, в результате чего, клиентам придется ждать, а также не сможет сжиматься при падении спроса на товары, что приведет к простоям подразделениям логистики и в конечном итоге, станет приносить убытки.

Электронная коммерция (e-commerce) - это совокупность технических и организационных форм ведения коммерческой деятельности и совершения сделок с использованием электронных систем и сети интернет как средства взаимодействия с партнерами, банком, поставщиками и потребителями товаров и услуг.

К основным задачам, стоящим перед рынками электронной коммерции относятся:

- 1) Соединение покупателя и продавца;
- 2) Установление контакта и доверия;
- 3) Организация платежных операций;

Для поддержания роста объемов рынков электронной коммерции в России с 2019 по 2024 год был основан национальный проект «Цифровая экономика». Повышение не менее, чем в три раза внутренних затрат на развитии цифровизации за счет всех источников, не менее, чем в три раза по сравнению с 2018 годом, а также создание устойчивой, безопасной и общедоступной информационно-телекоммуникационной инфраструктуры – являются главной задачей этого нацпроекта.

Российским экспортным центром был создан целый ряд сервисов для поддержки e-commerce: РЭЦ уже помогает предпринимателям в части подбора инфраструктуры, площадок, образования, регистрации и, что важно, господдержки. Центры поддержки экспорта РЭЦ в регионах субсидируют затраты предпринимателей, желающих зарегистрироваться и продвигать свою продукцию на маркетплейсах. Форсированная интеграция России в цифровизацию торговли, переход от массового производства к таргетированному клиенту, от крупных производителей к средним и малым компаниям на электронных платформах — актуальные задачи РЭЦ.

Для онлайн продавцов доход от интернет-продажи товаров – не основной мотив ведения торговли. Поэтому тяжело рассмотреть развитие e-commerce с позиций поиска новых возможностей роста прибыли или увеличения объема продаж. Значительная часть продавцов в этом не заинтересована: им хватает своего рынка сбыта. Развитие других рынков требует большего погружения, на которое нет времени или желания.

В настоящее время электронная коммерция меняет первоначальную структуру экономики, традиционную модель экономического роста и имеет большие перспективы. Благодаря электронной коммерции создаются новые возможности, связанные с бизнес-моделями и интеграцией между каналами распространения. Именно поэтому наличие системы электронной коммерции является необходимым условием формирования, роста и развития экономики страны.

Заключение. Нынешняя экономика Российской Федерации характеризуется стремительным развитием инноваций в области цифровых технологий. В общемировом и российском экономическом пространстве к таким инновационным технологиям относится электронная торговля.

Быстрое и глобальное распространение доступа к сети Интернет во многом повлияло на сферу торговли товарами и услугами. Интернет-торговля, одна из самых наиболее стремительно развивающихся сфер в российской экономике.

Изначально онлайн-торговля являлась лишь инструментом организации продаж, поскольку ее основная цель была воспроизведением методов традиционной коммерции в онлайн пространстве. Современные функции электронной коммерции переросли в обеспечении проведения торговых и финансовых транзакций в сети Интернет.

Благодаря использованию новейших систем передачи данных, совершение сделок стало более практичным: упростился процесс обмена документацией. Аналогичная ситуация сложилась и в области онлайн платежей. В части кредитования и дебетования счетов клиентов, между банками был создан и функционирует эффективный механизм взаимодействия.

Отсутствие или недостаточное развитие нормативной и законодательной базы России, а также сложность привлечения новых участников в данной сфере являются факторами ограничения развития e-commerce.

Как сфера экономики, которая возникла относительно недавно, электронная коммерция, имеет небольшие трудности, что формируют барьеры для развития. Одна из самых серьезных проблем – низкая компьютерная грамотность широких слоев населения. Другой проблемой является недоверие потребителей покупкам в Интернете, покупатели переживают за свои деньги, а также, что приобретенный товар будет бракованным или не подлежащим ремонту. Еще одним весомым барьером являются сложности логистики, доставка товаров в регионы и маленькие населенные пунктами за пределами Центральной России до сих пор представляет для продавцов в Интернете большие трудности. Также не исключен риск мошенничества в интернет-пространстве, которое, порой сложнее отследить, нежели в традиционных сделках.

Ближайшие годы станут для российских компаний, работающих в сети «Интернет» непростыми и потребуют существенных вливаний в развитие электронного бизнеса. Кроме того, совершенствование законодательства также может стать дополнительным импульсом для развития рынка электронной торговли.