***УДК 338:004.738.5***

***DOI 10.38161/2618-9526-2020-1-2-17***

***А.В. Рудецкая,***

***канд. экон. наук, доцент***

***Хабаровский государственный университет экономики и права***

РОЛЬ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ В РАЗВИТИИ

ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ СТРАНЫ

*В статье определены роль и понятие электронной торговли как эффективного направления развития цифровой экономики в современных условиях. Рассмотрены специфика и основные преимущества интернет-торговли с точки зрения потенциала развития данного бизнеса. Раскрыты основные направления развития деятельности на основе внедрения информационных технологий.*

***Ключевые слова:*** *электронная коммерция, электронная торговля, интернет-торговля, сфера услуг, цифровая экономика.*

***UDC 338:004.738.5***

***DOI 10.38161/2618-9526-2020-1-2-17***

***A.V. Rudetskaya***

***Candidate of Economic Sciences, Associate Professor***

***Khabarovsk State University of Economics and Law***

The Role of E-Commerce in the Development of the Country's

Digital Economy

*The article considers the role and concept of e-commerce as an effective direction for the development of the digital economy in modern conditions. The specifics and main advantages of e-commerce in terms of the potential development of this business are considered. The main directions of activity development based on the introduction of information technologies are defined.*

***Keywords:*** *e-commerce, e-trade, internet trade, services, digital economy.*

Цифровая экономика характеризуется интенсивным развитием информационных технологий во всех областях деятельности человека. Интернет в этих условиях является ключевым элементов и основой всей системы взаимодействия. Сегодня трудно найти организацию, которая не была бы так или иначе представлена в информационной среде, а социальные сети стали не только полем для общения, но и успешными бизнес-проектами. Активно развивается и сектор взаимодействия государства как с населением, так и с предпринимательской средой. Электронный бизнес и коммерция прошли достаточно большой путь развития, внедрялись технологии и формы взаимодействия бизнес-субъектов, и теперь с помощью электронных средств можно организовать значительную часть цикла заключения сделок. Современные средства позволяют качественно улучшить как процесс продаж, так и связанные с ним сопутствующие задачи, вплоть до оптимизации бизнес-процесса конкретной фирмы.

Трансформируя деятельность предприятия в Интернет, электронная коммерция позволяет сосредоточить усилия на наиболее востребованных направлениях деятельности и тем самым повысить эффективность самого предприятия за счёт глобального присутствия на рынке.

Электронная коммерция облегчает реинжиниринг бизнеса. Это процесс, который широко распространён в настоящее время среди наиболее крупных компаний экономически развитых стран. Цели электронной коммерции схожи с целями, которые решаются в процессе реинжиниринга: сокращение издержек, уменьшение времени производственного цикла, ускорение выполнения запросов клиентов, улучшение качества обслуживания.

Электронный бизнес по своей природе интернационален. Объёмы торговли через различные интернет-сервисы ежегодно увеличиваются, однако в общем объёме занимают не более 10 % от общего объёма розничных продаж в мире (в России этот показатель около 4 %). Наилучшие показатели по объёмам интернет-продаж на сегодня демонстрируют США, Япония и страны Европы.

В настоящее время Россия значительно отстаёт от развитых стран в разработке и использовании современной инфраструктуры развития электронного рынка товаров и услуг. Если рассматривать внемагазинную форму организации торговли, то рост оборота интернет-торговли составляет около 19 % в год.

В современных условиях развития экономики потенциал электронной торговли достаточно большой. При этом основными критериями успешности являются широкий ассортимент предлагаемых товаров, надлежащее качество, высокий уровень обслуживания покупателей, наименьшие временные и трудовые затраты при одновременном достижении высоких показателей экономической деятельности торгового предприятия.

Очевидно, что для этого необходимы совершенствование устройства и планирования новых торговых предприятий, их модернизация и реконструкция, учёт новых современных требований, ориентированных на покупателя, минимальные потери времени при продаже, высокую культуру обслуживания и т.д. Сегодня для занятия электронной коммерцией есть место не только крупным компаниям, здесь может начать своё маленькое дело обыкновенный человек, немного разбирающийся в механизмах реализации бизнес-проектов в Интернете.

Использование информационных технологий в современном мире просто необходимо, так как информированность управленческого звена коммерческих компаний обеспечивает необходимую на современном рынке быстроту реакций на потребительский спрос, точность и полноту выполнения заказов, снижение избыточных запасов ресурсов всех видов и высокую интенсивность деловых операций.

Электронная коммерция существенно отличается от традиционного бизнеса. Электронный магазин продаёт не только товар, но и услуги по его доставке (последнее является одним из преимуществ при совершении виртуальных покупок). Доставка выступает как самостоятельный товар, имеет свою цену и влияет на факт совершения покупки. Если товар привезён несвоевременно, нарушена комплектность заказа, услуги по его доставке слишком дороги, то клиент утрачивает интерес к покупке. В этих случаях именно логистика приобретает едва ли не самое важное значение в построении перспективных взаимоотношений интернет-магазина и заказчиков.

Товарные потоки оказывают существенное влияние на организацию торгово-технологического процесса на розничных торговых предприятиях. Характер и содержание отдельных операций торгово-технологического процесса изначально зависят от форм и методов продажи (см. рисунок).

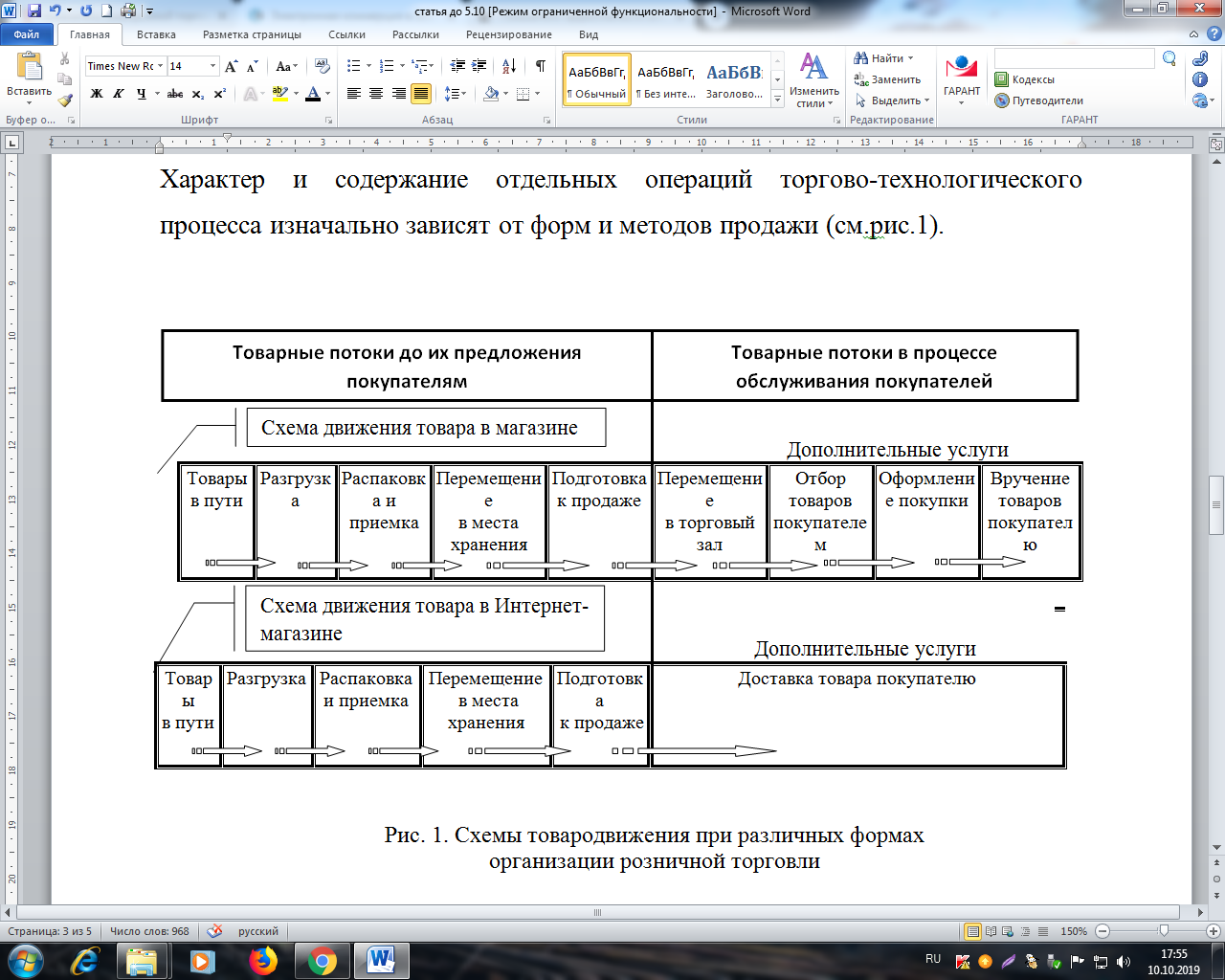


Рисунок – Схемы товародвижения при различных формах

организации розничной торговли

До развития электронной коммерции взаимодействие участников рынка осуществлялось через торговых операторов-посредников, которые брали на себя доставку товара покупателю. Электронная торговля связала клиента с предприятием напрямую, без посредников. Соответственно заказчик, осознав сложность и дороговизну логистических процедур, делает свой выбор с учётом новых факторов. В традиционном бизнесе логистика, благодаря долгосрочным маркетинговым акциям, имеет достаточно времени, чтобы своевременно реагировать на повышение потребительского спроса. Интерактивная же природа Интернета позволяет заказчику реагировать на маркетинговую акцию мгновенно, а гибкость Web-технологий даёт возможность маркетингу держать рынок в постоянном напряжении. Поэтому медленная логистическая обработка заказов приводит к их лавинообразному нарастанию. Интернет-магазины должны уметь осуществлять прямую доставку большому числу клиентов, поскольку электронный бизнес предполагает переход от продажи оптом к рознице, от массового обслуживания – к индивидуальному. Индивидуализированная логистика имеет очень важное значение, без неё компания не будет готова к электронному бизнесу. При этом важно не только уметь доставлять товар, но и сделать каждое обращение своего клиента более удобным и быстрым. Персонализированная работа с заказчиком приводит к тому, что клиент становится элементом логистической цепочки самого предприятия. Поэтому задачи по построению новых способов взаимодействия с клиентом являются приоритетными. Традиционная цепочка поставки состоит из пяти звеньев: поставщик, производитель, дистрибьютор, розничный продавец, потребитель. В некоторых отраслях электронная коммерция совместно с информационными технологиями делают возможным прямое взаимодействие поставщика или производителя с потребителем. Тем предприятиям, которые хотят выжить в конкурентной борьбе и остаться на интернет-рынке, следует сосредоточить свои усилия на улучшении качества логистики.

Развитие информационной инфраструктуры способствует не только активизации коммерческой деятельности и повышению конкурентоспособности, но и расширению рынка логистических услуг, формированию новых форм и способов ведения бизнеса, повышения качества управленческих решений.

Можно выделить следующие направления развития деятельности на основе внедрения информационных технологий:

1. развитие сети высокоскоростных платных магистралей с дистанционными формами расчёта;
2. электронные формы контрактов и платежей за товары и услуги в открытых коммерческих системах;
3. мобильное управление на основе WAP-технологий;
4. совершенствование внутреннего и внешнего документооборота в компаниях;
5. информационная интеграция на основе Интернета и телематики с целью обеспечения глобального трансъевропейского мониторинга движения товаров.

Таким образом, электронная коммерция позволяет обеспечить высокую эффективность деятельности предприятия за счёт применения инструментов электронной коммерции и программных комплексов для анализа, планирования и поддержки принятия коммерческих решений в целях удовлетворения потребностей потребителей.

**Список использованных источников**

1 Байматова, Е. В. Электронная коммерция : учеб. пособие / Е. В. Байматова, В. Г. Шадрин, М. А. Шемчук. Кемерово : КемГУ, 2016. 98 с.

2 Давыдов, В. М. Электронная коммерция / В. М. Давыдов, А. В. Рудецкая. Хабаровск : Изд-во Тихоокеан. гос. ун-та, 2015. 149 с.

3 Кобелев, О. А. Электронная коммерция / О. А. Кобелев. М. : Дашков и Ко, 2017. 684 с.

4 Лапидус, Л. В. Цифровая экономика : управление электронным бизнесом и электронной коммерцией : монография / Л. В. Лапидус. М. : ИНФРА-М, 2018. 381 с.

5 Сибирская, Е. В. Электронная коммерция / Е. В. Сибирская. М. : Форум, 2014. 288 с.