УДК 339.13

# ОСОБЕННОСТИ И ПРОБЛЕМЫ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

**Аксенов А.Е.**
**Научный руководитель — ассистент Плачев Е.А.**
***Сибирский федеральный университет, г. Красноярск***

**Электронная коммерция** – достаточно новое явление в современной экономике, можно сказать – инновация в системе продаж и сбыта продукции. Миллионы людей по всему миру активно пользуются сервисами, предоставляющими услуги по Интернет-торговле, в США и Европе около 90% населения имели опыт покупок и продаж товаров в сети, около половины населения делают это постоянно. И в действительности – плюсов в покупке товаров онлайн – множество. Это и удобство покупок, и экономия времени, и меньшие по сравнению с оффлайн-пунктами продаж цены.

В России в последнее время развитие Интернета идет бурными темпами. Казалось бы, и развитию Интернет-торговли тоже ничего мешать не должно. Удобство, низкие цены – что еще нужно? Однако опыт показывает, что индустрия электронной коммерции в России всё еще не приобрела такой большой популярности, нежели в США и Европе, как среди инвесторов, так и среди покупателей. Далее мы разберем основные особенности развития электронной коммерции в России и возможные пути решения существующих проблем.

Одной из проблем электронной коммерции в России является ценовой фактор. Большой интерес по всему миру к Интернет-торговле вызван, прежде всего, низкими ценами в сравнении с традиционными формами торговли. В России же все несколько иначе. Помимо того что российские Интернет-магазины выставляют цены на предлагаемые товары и так ненамного ниже, чем в магазинах, очень большое значение имеет географический фактор. Россия – огромная по площади страна, а наибольшее количество крупных Интернет-магазинов расположено в Москве и Санкт-Петербурге. Понятно, что доставка в удаленные от столиц города будет стоить больших денег, и очень часто несоизмеримо больше придется отдать только лишь за доставку, что, несомненно, отпугивает потенциальных покупателей от покупок онлайн.

В качестве проблем, связанных с географическим фактором, можно выделить еще и частые проблемы с доставкой. Многие покупатели жалуются, что либо товар был доставлен им в ненадлежащем качестве, либо не был доставлен вовсе. Происходит это потому, что в России попросту нет полноценной федеральной службы доставки товаров (как, например, Federal Express в США), а все отправки товаров чаще всего происходят либо через почту, что не слишком надежно, либо через собственную службу доставки, что дорого и, естественно, сказывается на конечных ценах товаров. Решений в данном случае может быть несколько. Наиболее глобальное из них – налаживание всей системы доставки товаров по всей России, а также более четкое регулирование курьерских почтовых работ. Либо же еще одним решением данной проблемы может быть создание большего количества региональных Интернет-магазинов либо представительств наиболее крупных из них в регионах. Это позволит сократить издержки на доставки, повысить их качество и, соответственно, снизить цены на товары, делая Интернет-торговлю более приемлемым вариантом для покупок.

Одной из наиболее актуальных проблем не только электронной коммерции, но и других видов деятельности в Интернете является отсутствие четкой и полной нормативной базы по вопросам Интернет-деятельности, а также частые разногласия закона с действительностью. В действительности, вопросы регулирования онлайн-торговли в России сейчас освещены лишь в федеральном законе «О Защите Прав Потребителей»,

где она рассматривается в качестве дистанционной торговли. Проблем, возникающих с несоблюдениями закона или неправильной интерпритацией – масса. Это и вопросы с возвратом товара в случае прихода в ненадлежащем качестве (часто на сайтах Интернет-магазинов попросту нет обратных адресов), и проблемы с отказом от товара, и проблемы с закупками в Интернете товаров не для личного пользования, а с предпринимательской точки зрения. Чаще всего подобные инциденты, за исключением довольно крупных, остаются без внимания со стороны общественности, и, следовательно, имидж онлайн-торговли в целом среди множества отдельных покупателей и общества в целом серьезно страдает. И всё это, естественно, мешает развитию электронной коммерции. Для решения данных проблем требуется создать полноценную законодательную базу по вопросам деятельности в Интернете, а также создавать все большее количество прецедентов дел, касаемо нарушений прав в случае Интернет-сделок.

Крупной и по сей день остается проблема оплаты товаров, купленных через Интернет. Конечно, очень много различных способов оплатить товар: как непосредственно наличными при получении товара, почтовыми и другими видами переводов, так и с помощью различных систем электронных платежей. Чаще всего сайты, предлагающие услуги онлайн-торговли, прибегают к последнему пункту. Тут-то и продавцы и покупатели сталкиваются с частыми проблемами. Самая главная из них: российские потребители неохотно пользуются электронными деньгами. Даже кредитными картами при оплате товаров в обычных магазинах пользуются очень немногие, что уж говорить об оплате «несуществующими» деньгами «несуществующих» товаров. Кроме того, потребителей волнует безопасность платежей в Интернете, тогда как довольно часты случаи ее нарушения хакерами и недобросовестным ПО. Более того, часть платежных систем, используемая по всему миру во многих пунктах онлайн-продаж, в России еще попросту не прижилась. Яркий пример – PayPal, долгое время вообще не предоставляющий услуги для жителей России, а сейчас предоставляющий лишь часть своих ресурсов. В частности, жителям России запрещено открывать собственные внутренние счета, на которые можно принимать деньги, следовательно, большинство операций на всемирном аукционе Ebay для них попросту недоступны.

Ни один из видов коммерции не будет популярным, пока на нем не будет крупных игроков, привлекающих новых клиентов и завоевывающих доверие к ним в частности и индустрии в целом. В мире довольно много уже брендовых компаний, занимающимися электронной коммерцией – Amazom.com, Ebay и так далее. Их знают, им доверяют, ими без конца пользуются. С Интернет-торговлей в России с этим всё гораздо сложнее. Да, есть Ozon.ru, есть ЯндексМаркет, есть еще некоторое количество крупных интернет-магазинов. Однако, внимание инвесторов сейчас полностью переключено на более новые Интернет-проекты – различные социальные сети, блогерскую деятельность. Рунет нуждается в очень крупных иновационных проектах в области онлайн-торговли. Возможно, следует привлекать новые веяния в процесс продаж во всемирной паутине, будь то популярные нынче технологии Web 2.0, организация новых, более надежных каналов сбыта и доставки. Важно заинтересовать пользователей новым крупным игроком на рынке для поднятия интереса к индустрии в целом.

Однако самая главная, на мой взгляд, проблема, мешающая электронной коммерции в России, таится в самом обществе и его менталитете. Исследования показывают, что российские потребители всё еще с недоверием относятся к торговле в Интернете. Люди слишком привыкли к традиционным магазинам. Недоверие к индустрии Интернета в целом, боязнь, что товар придет в ненадлежащем качестве, «виртуальность» товара и опасение его неполучения – все это отталкивает их от совершения онлайн-покупок (более полный список представлен на рисунке 1). Пока использование ресур-

сов Интернет-коммерции не завоюет у российских потребителей должного доверия, ни о каком прорыве не может идти и речи.

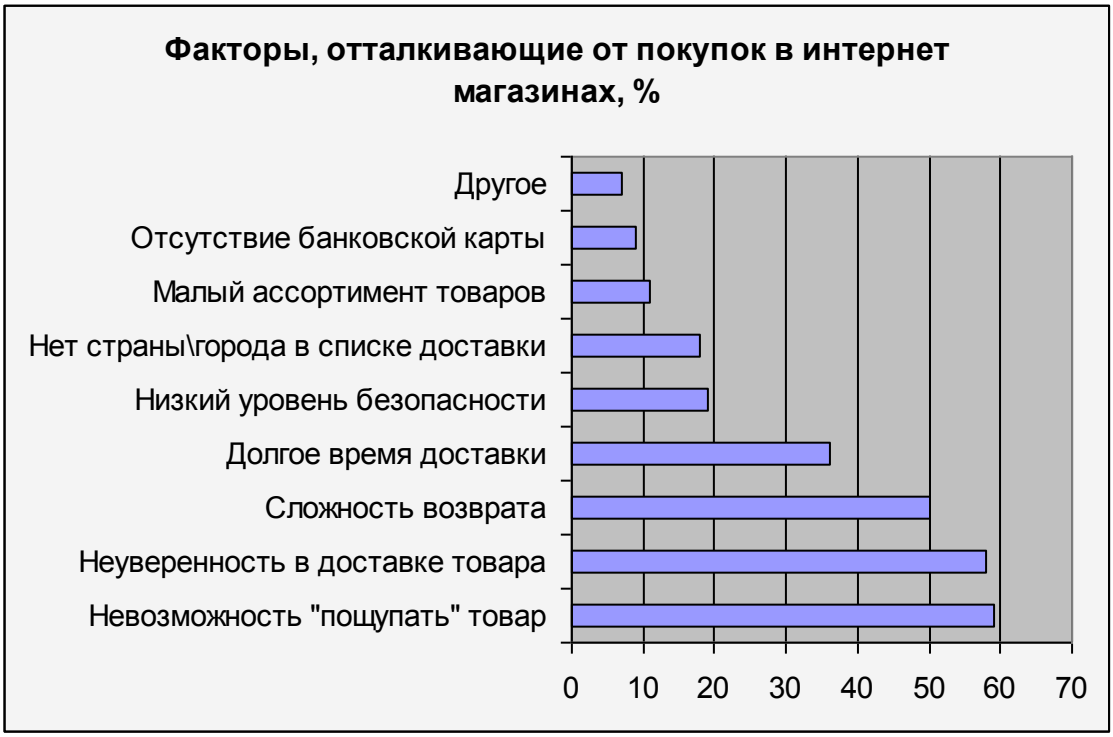


Рисунок 1 – Факторы, отталкивающие россиян от покупок в интернете

На самом деле, время, конечно – самый главный фактор, поскольку, со временем общество развивается, и людей, положительно относящимся к новинкам и инновациям, становится все больше. Однако, помимо этого существуют еще и другие пути решения, которые могут подогреть интерес российских потребителей к электронной коммерции. Это может быть и частое упоминание, и продвижение самой идеи Интернет-торговли в СМИ, в частности телевидении, так как именно оно является наиболее популярным и вызывающим доверие у жителей России. С развитием множества социальных ресурсов в Интернете агитация к большему количеству покупок в Интернете и формирование атмосферы доверия к ним может достигаться и там.

Естественно, на современном этапе Интернет-торговля в России не стоит на месте и в сравнении с прошлыми годами довольно быстро развивается. Онлайн опрос исследовательского холдинга Ромир более чем в 11 крупных городах России показывает, что около 80% опрошенных так или иначе совершали покупки в Интернете. Однако данная цифра еще не говорит о том, что индустрию продаж и покупок в сети стоит считать развитой. Чаще всего данные покупки являются если не разовыми, то очень редкими, и, как правило, рассматриваются лишь в отношении определенного вида товаров (книг, сд-дисков и т.п.). Для того, чтобы можно было с долей уверенности сказать, что онлайн-торговля в России перешла на качественно новый уровень, следует решить множество различных проблем, как локального масштаба, так и всероссийского. Однако же специалисты дают оптимистичный прогноз касаемо развития электронной коммерции. Как будет на самом деле – покажет время.