

ОСНОВНЫЕ ТРУДНОСТИ И ПРОБЛЕМЫ ПРИМЕНЕНИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

Аловсат Алиев, Айбениз Алиева, Вусала Алиева

Институт Информационных Технологий НАНА

Азербайджанская Республика, г. Баку, ул. Ф.Агаева, 9. тел.: (99412)439-72-26

E-mail: alovsat@iit.ab.az, depart8@iit.ab.az

Аннотация

В работе электронная коммерция рассматривается как ключевое направление экономического развития и приводится ее особенности применения. Выявляются основные трудности и проблемы по развитию электронной коммерции, которые возникают в процессе применения. Осуществляется анализ и классификация указанных причин и указывается пути их устранения.

В настоящее время в условиях формирования информационного общества и экономики базированной на знаниях, одним из основных современных средств реализации товаров и услуг является электронная коммерция. Применение электронной коммерции считается как ключевое направление экономического развития в 21 веке. Электронная коммерция – это сделки, заключаемые и исполняемые с использованием ИКТ, т.е. под ЭК понимают любую форму бизнес-процесса, в котором взаимодействие между субъектами происходит электронным образом - с использованием Интернет-технологий. Электронная коммерция является лишь одним из важных элементов более широкого набора процессов при ведении электронного бизнеса. Следует также отметить, что одновременно электронная торговля тоже является одним из составных частей электронной коммерции. Как и электронная коммерция, другие электронные бизнес-процессы уже оказывают глубокое и преобразующее влияние на экономику и общество. Они оказывают воздействие на структуру фирм, а также весь цикл предложения и потребления, начиная с разработки продукта и заканчивая после-продажным обслуживанием [1].

Электронная коммерция является частью Интернет-экономики. Эта экономика взаимодействует с сетевым обществом Интернета, обеспечивая клиентов потоком информации. Электронная коммерция уже показала свою значимость не только в снижении транзакционных издержек, но и в принципиально ином решении распределительно-обменных задач в интересах ускорения экономического развития общества.

Для того чтобы усилия по развитию электронной коммерции, необходимо выявить препятствующие ей *основные трудности и проблемы*, оценить их значимость и определить степень актуальности в настоящий момент. Для облегчения этого процесса следует рассмотреть следующие проблемы, актуальные для каждой из подсистем электронной коммерции: решений для Интернет – торговли, платежной системы, системы доставки товаров покупателю, правовое и организационное обеспечение и на основе их анализа сформулировать общие задачи, требующие решения, и определим их приоритетность.

Решения для электронной коммерции. В области решения для электронной коммерции понимается совокупность аппаратно-технических средств и программного обеспечения, позволяющая продавцам, то есть производителям, поставщикам товаров и услуг представлять информацию о них, принимать и обрабатывать заказы от клиентов, предоставляющая клиентам возможность получения интересующей их информации, оформления и отправки заказа посредством электронных средств коммуникации. В более широком смысле решение для электронной торговли – модель организации бизнеса, ориентированного на полное или частичное осуществление бизнес-процессов, связанных с взаимодействием с партнерами, поставщиками и потребителями через модель должна включать в себя соответствующую организационно-управленческую структуру и кадровое обеспечение, позволяющие его эффективно использовать. Таким образом, в вопросе развития решений для электронной коммерции можно выделить следующие ключевые аспекты: *технический и организационно управляемый*. *Технический*, который распадается на вопросы аппаратного обеспечения (серверы, сетевое оборудование, оборудование для подключения к Интернет, персональные компьютеры пользователей, модемы, телефонные, оптоволоконные, спутниковые линии связи, средства защиты и т.д.) и программного обеспечения – операционные системы для серверов и персональных компьютеров, программы просмотра содержимого Интернет (Интернет браузеры), программы создания сайтов, создания, обновления содержимого, программы защиты от несанкционированного доступа и порчи данных (антивирусы, Firewall - защита), программное обеспечение создания электронного магазина, автоматизированного учета и контроля и т.д. *Организационно управляемый*, включающий в себя вопросы организации и координации работников (создание эффективной организационной структуры, совместимой со спецификой электронной торговли, налаживание внутрифирменного взаимодействия), их профессиональную подготовку и подготовку управленческого персонала.

ла как общую, то есть связанную с обучением работе с компьютером, сетью, использованием стандартного программного обеспечения, так и специальную, направленную на овладение навыками использования специализированного оборудования для электронной торговли [2].

Таким образом, основными проблемами развития и внедрения решений для электронной коммерции являются: низкий уровень компьютеризации населения и коммерческих структур; неразвитость информационной инфраструктуры, систем телекоммуникации; низкая пропускная способность каналов связи; неготовность населения, бизнеса и государства к осуществлению взаимодействия посредством электронных информационных технологий.

Платежные системы. В зависимости от уровня применения платежные системы, используемые в электронной коммерции, можно условно разделить на три типа.

Первый – полностью оффлайновые, то есть традиционные способы, чей принцип работы не основывается на использовании электронных информационных технологий. Сюда относятся методы оплаты наличными при доставке, наложенный платеж, обычный банковский перевод и т.д.

Второй тип составляют способы, в которых основная часть операций осуществляется в оффлайновом режиме, однако клиентская часть системы использует электронные системы коммуникации для обмена информацией. К данному типу относятся системы, использующие расчеты при помощи пластиковых карточек и электронные банковские переводы.

Третий тип – полностью онлайновые системы, основанные на использовании электронных информационных технологий. К этой категории принадлежат электронные банковские чеки и цифровая наличность.

Во всех платежных системах, вне зависимости от степени использования в них информационных технологий, существует точка соприкосновения «виртуальной» системы расчетов с «традиционной». Эту задачу берет на себя оффлайновая инфраструктура платежной системы, состоящая из банков, обслуживающих участников, процессинговых центров, авторизирующих платежи, сертификационных центров, выдающих электронные «удостоверения личности» участников и т.д. Для реализации этих функций необходимы как аппаратные средства, так и информационные технологии, из которых ключевое значение имеют средства и технологии защиты информации. Осуществление финансовых расчетов регулируется законодательством и потому требует соответствующей нормативно – правовой базы, как и использование стойких средств шифрования, применяемых для защиты данных. Законодательная база требуется и для электронных документов и электронной отчетности, используемой в системах второго и третьего типа.

Таким образом, факторы влияющие на развитие платежных систем, можно условно разделить на следующие группы: *технические, юридические, социальные и кадровые*. Отправитель и получатель денежных средств должны иметь аппаратные и программные средства для связи друг с другом в платежной системой. С другой стороны, платежная система должна располагать оборудованием, необходимым для организации их взаимодействия и перевода финансовых ресурсов. Деятельность по осуществлению финансовых расчетов регулируется законодательством, равно как и использование стойких систем шифрования, использование электронных документов. Следовательно, для проведения финансовых трансакций через платежные системы, использующие электронные информационные технологии, необходима соответствующая нормативно правовая база. Для развития электронных платежных систем необходим достаточный уровень готовности населения и предпринимателей пользоваться технологиями дистанционных платежей.

Системы доставки. Эта подсистема электронной коммерции наименее отличается от аналогичной сферы традиционной торговли. Вне зависимости от того, каким способом осуществляется поиск контрагентов, получение информации о товаре, заключение сделки и ее оплата, для передачи материальных товаров от продавца к покупателю необходимо использовать обычные средства транспорта. Исключение составляют некоторые услуги и ряд товаров, такие, как тексты, аудио – и видеопродукция, программы и т.д., которые можно оказывать или передавать посредством компьютерных сетей. Для большинства же продукции, торговля которой осуществляется в Интернете, необходимо наличие средств доставки грузов.

Таким образом, факторы, влияющие на развитие средств доставки, относятся к экономической сфере – это затраты на построение транспортной инфраструктуры и потенциальная прибыль от ее эксплуатации, определяемая спросом со стороны бизнеса и частных лиц на подобные услуги, а также уровнем развития почтовой службы.

Таким образом, к основным препятствиям развития систем доставки товаров для нужд электронной коммерции можно отнести: 1) малое количество частных перевозчиков, осуществляющих нормальную доставку небольших грузов в национальном масштабе; 2) относительно небольшой объем рынка, связанный как с низким уровнем доходов населения, ограничивающим его покупательную способность, так и общим состоянием экономики; 3) отсутствие культуры дистанционных покупок (телефонные магазины, торговля по каталогам), обусловленное неразвитостью средств безналичных платежей [3].

Правовое обеспечение. Осуществление коммерческой деятельности любого рода невозможно без ее правового обеспечения - юридического механизма, позволяющего защитить интересы сторон и государства, гарантировать права и определить обязанности участников сделки, предоставляющего инструменты для легитимного разрешения споров. Независимо от способа, которым стороны находят друг друга, вступают в контакт и заключают сделки, электронная коммерция остается коммерцией и, следовательно, нуждается в законодательном регулировании. Более того, электронная коммерция представляет собой новое, бурно развивающееся явление, носит наднациональный характер. В сочетании с новыми способами заключения сделок и осуществления расчетов, новыми возможностями, отсутствие правового регулирования, с одной стороны, тормозит приток инвестиций, развитие электронной коммерции, а с другой – поощряет использование ее технологий для неблаговидных целей: мошенничества, уклонения от уплаты налогов, теневого оборота, незаконного вывоза капитала, отмывания денег и т.д. В силу этих причин, правовая система является неотъемлемой частью электронной коммерции и ключевым элементом ее развития.

Регулирование электронной коммерции осуществляется на основе общих правовых норм, в соответствии с национальным законодательством, однако и ряде случаев требуется специальное правовое регулирование. Помимо общих правовых норм, касающихся коммерческой деятельности, к числу элементов электронной торговли, требующих законодательного регламентирования, относятся: налогообложение электронных сделок, в частности договорное право, вопросы юрисдикции и т.д., использование электронных документов и электронных подписей, защита информации (в т.ч. личных данных).

В странах Запада нет единого подхода к правовому регулированию электронной коммерции. В США законотворчество пошло по пути «втягивания» электронной коммерции в национальную юрисдикцию путем формирования новой нормативной системы: все аспекты коммерческой деятельности через Интернет подробно регламентируются специальными правовыми актами.

Среди факторов, оказывающих влияние на формирование правовой системы для электронной коммерции влияют следующие факторы: *высокие темпы развития электронной коммерции* ведут к ситуации опережения теории практикой, что обуславливает устаревание законодательства и затрудняет формирование новых правовых норм; *национальное законодательство* – в большинстве стран на формирование правовых норм для электронной коммерции оказывает большое влияние национальное частное и коммерческое право; *социально – экономическая среда* – сложившаяся структура общества, культура, обычаи, традиции оказывают значительное влияние на формирование законодательства вообще и на правовое регулирование электронной коммерции в частности [4].

Решение вышеуказанных проблем и трудностей позволит развивать электронную коммерцию на должном уровне. А это в свою очередь помогает малым и средним предприятиям конкурировать с более крупными предприятиями, давая им возможность получить более широкий рынок потребителей и помогая найти способы наименьших затрат. При этом электронная коммерция также полезна для производителей и потребителей в силу того, что она помогает преодолеть традиционные барьеры, заключающиеся в территориальной удаленности и недостатке информации относительно возможностей рынка. Виртуальные магазины и контактные адреса в Интернете позволяют приблизить места хранения товаров к месту их непосредственного производства, тем самым ускоряя распространение товаров и уменьшая связанные с этим затраты.

Литература

- [1] Алиев А.Г. Проблемы информатизации общества и экономики, Баку, “ЭЛМ”, 2003
- [2] Чеченов М.Х. Развитие электронной коммерции в России. Автореф. дисс., М., 2002.
- [3] Тедеев А.А. Новые сферы электронной коммерции: проблемы формирования и классификации. Ж., Проблемы современной экономики, N 3(27), 2008.
- [4] Попов И. В. Проблемы развития электронной торговли. / Вестник Санкт-Петербургского инженерно-экономического университета (ИНЖЭКОНа), 2007, № 3.