

# Основные трудности развития систем электронной коммерции

к.н.э., доцент А.Г.Алиев, н.с. А.С.Алиева  
Институт Информационных Технологий НАН Азербайджана  
Ф.Агаев 9, Азербайджан, Баку

## The main difficulties in the development of e-commerce

*Ph.D. in Economical Sciences A.G.Aliyev, A.S.Aliyeva*

*ANAS Institute of Information Technology  
9, F.Agayev St., Baku-AZ1141, Azerbaijan Republic*

**Аннотация** - В работе описываются сущность и значение электронной коммерции. Анализируются основные трудности и проблемы, препятствующие развитию системы электронной коммерции.

**Ключевые слова:** электронная коммерция, проблемы доставки, интернет-мошенничество, проблема цифровой наличности, правовое обеспечение.

**Abstract.** The paper describes the nature and significance of electronic commerce. Analyzes the main difficulties and challenges hindering the development of e-commerce systems.

**Keywords:** electronic commerce, delivery problem, internet fraud, the issue of digital cash, legal support

**Введение.** Современные достижения в развитии глобальных информационных и коммуникационных технологий привели к стремительному росту экономической деятельности, называемой «электронной коммерцией». Распространяясь повсеместно и предлагая все более широкий ассортимент товаров и услуг, электронная коммерция становится инструментом интеграции отдельных лиц, предприятий, отраслей, государственных учреждений и государств в единое сообщество, внутри которого взаимодействие партнеров эффективно и беспрепятственно реализуется средствами информационных и телекоммуникационных технологий.

Применение современных информационных технологий и систем коммуникаций (электронного обмена данными, сети Интернет, электронной почты, электронных платежей) способно вывести на качественно новый уровень все аспекты ведения бизнеса. Развитие электронной коммерции и увеличение ее объемов сопровождается рядом положительных эффектов для мировой экономики. Это есть результаты расширения электронной коммерции: прежде всего, сокращение транзакционных издержек, упрощение процедур торговли, расширение возможностей для притока инвестиций, расширение географии и доступности для участия в бизнесе, повышение конкуренции.

Некоторые аспекты электронной коммерции являются сейчас одними из самых актуальных. В современных условиях вопросы содействия более широкому доступу к международной электронной коммерции все чаще переходят в разряд приоритетных в повестках дня ряда влиятельных экономических и торговых организаций, а также в постановлениях государственных органов многих развитых и развивающихся государств.

Реформирование экономики Азербайджана, ее интеграция в мировое хозяйство настоятельно требует расширения применения современных информационных технологий, в том числе и электронной коммерции, как в деятельности бизнеса, так и в деятельности правительства. Несмотря на отдельные экономические трудности, в Азербайджане уже активно развиваются системы электронной торговли. Однако требуется еще много усилий, прежде всего со стороны государственных органов, чтобы с успехом воспользоваться всеми преимуществами, которые несет электронная коммерция.

Электронная коммерция позволяет компаниям более эффективно и гибко осуществлять внутренние операции, плотнее взаимодействовать с поставщиками и быстрее реагировать на запросы и ожидания заказчиков Компании получают, с одной стороны, возможность выбора поставщиков независимо от их географического положения, а, с другой стороны, возможность выхода со своими товарами и услугами на глобальный рынок.

Электронная коммерция способна значительно увеличить экономическую эффективность предприятий. Внедрение на предприятии электронных методов ведения бизнеса позволяет, с одной стороны, повысить результативность продвижения товаров и услуг, расширить рынки сбыта, развить взаимоотношения с клиентами и, с другой стороны, способствует снижению текущих затрат, а также сокращению суммарного времени обслуживания клиента и обработки запроса.

Электронная коммерция - это любой вид деловых операций и сделок, предусматривающих использование

самых передовых информационных технологий и коммуникационных сред с целью обеспечения более высокой экономической эффективности по сравнению с традиционными видами коммерции. Из этого определения следует, что электронная коммерция – это не только электронная торговля. Она не просто торговля, базирующаяся на применении новых информационных и коммуникационных технологий в сети Интернет. Она представляет собой весьма большой состав различных бизнес-операций. С помощью электронной коммерции обеспечивается достижение экономических и финансовых целей, сформулированных в стратегии компании.

Электронная коммерция объединяет в себе множество различных ИКТ. Современные информационные технологии в системе электронной коммерции, включают в себя специальную инфраструктуру программного и аппаратного обеспечения, общие службы, специальные приложения, а также правовую структуру и соответствующие стандарты и правила.

Основу функционирования системы электронной коммерции составляют электронные магазины. Электронные магазины представляют собой представительство в сети Интернет на основе создания web-сервера. Главная цель создания такого предприятия заключается в обеспечении продажи товаров и оказании услуг другим пользователям сети Интернет.

Сферы применения системы электронной коммерции достаточно разнообразны. Они включают в себя широкий спектр деловых операций (бизнес-операций) и сделок, в частности:

- установление контакта между потенциальным заказчиком и поставщиком;
- электронный обмен необходимой информацией;
- предпродажную и послепродажную поддержку клиента, купившего товар в электронном магазине (обеспечение подробной информацией о продукте или услуге, передача инструкций по использованию продукта, оперативные ответы на возникающие у покупателя вопросы);
- осуществление непосредственного акта продажи товара или услуги;
- электронную оплату покупки (с использованием электронного перевода денег,
- кредитных карточек, электронных денег, электронных чеков);
- поставку покупателю продукта, включая как управление доставкой и его отслеживанием для физических товаров, так и непосредственную доставку товаров, которые могут распространяться электронным путем;
- создание виртуального предприятия, представляющего собой группу независимых компаний, которые объединяют свои различные виды ресурсов для получения возможностей предоставления продуктов и услуг, недоступных для самостоятельно функционирующих фирм;

• реализацию самостоятельных бизнес-процессов, совместно осуществляемых фирмой-производителем и ее торговыми партнерами.

К основным сферам деятельности, где может протекать электронная коммерция, относятся:

- электронный маркетинг (Интернет-маркетинг);
- финансирование создания электронных магазинов, а также их страхование;
- коммерческие операции, включающие в себе заказ, получение товара и оплату;
- совместная разработка несколькими компаниями нового продукта или услуги;
- организация распределенного совместного производства продукции;
- администрирование бизнеса (налоги, таможня и т. д.);
- транспортное обслуживание, техника перевозок и способы снабжения;
- ведение бухгалтерского учета;
- разрешение конфликтных ситуаций и спорных вопросов.

Электронная коммерция может осуществляться на национальном и интернациональном уровнях. Основу различия проведения деловых операций на этих уровнях составляют не технико-технологические составляющие (так как электронная коммерция отличается глобальным характером), а законодательные. На интернациональном уровне реализация системы электронной коммерции существенно усложняется. Это вызвано такими факторами, как использование разных систем налогообложения, таможенных сборов, принятие индивидуальных и вместе с тем неодинаковых соглашений между разными странами, значительные различия в применяемых правилах осуществления банковских операций. Функционирование систем электронной коммерции на национальном уровне связано в основном с представительством фирмы в сети, рекламой, а также предпродажной и послепродажной поддержкой.

Полная коммерческая операция в сети Интернет, включающая заказ товара, перевозку, получение выписки счетов и осуществление платежа, проводится обычно электронным способом. При этом обеспечивается необходимое взаимодействие с различными центрами с целью выполнения таможенных и налоговых обязательств.

Развитие электронной коммерции весьма позитивным образом скажется на структуре и функционировании рынка труда. Электронная коммерция полезна для производителей и потребителей в силу того, что она помогает преодолеть традиционные барьеры, заключающиеся в территориальной удаленности и недостатке информации относительно возможностей рынка.

*Общее состояние экономики Азербайджана, которая находится на высоком уровне своего развития, показывает, что у применения систем электронной коммерции имеется большой потенциал. В 2010 году объем ВВП по стране был 41574.7 млн. манатов, реальный*

темпа роста по сравнению с 2009 годом составил 5,0% (для сравнения отметим, что в это время 1\$ США=0,8 манат). В течение 2010-го года объем ВВП по нефтегазовому сектору составил 18442,0 млн. манатов, а реальный темп роста 7,9%.

В 2010-м году зарегистрированные в Азербайджане юридические и физические лица со своими партнерами из 147 стран мира провели импортно-экспортные операции на сумму 27,9 млрд. долларов. 21,3 млрд. долларов или 76,4 процентов от товарооборота внешней торговли составляли экспортируемые продукты из Азербайджана, 6,6 млрд. долларов (23,6 процентов) составляли импортируемые продукты в страну. Объем товарооборота иностранной торговли по сравнению с 2009-м годом возрос на 34,1 процент, в том числе экспорт на 45,1%, а импорт 7,8%. В отчетном году экспорт превзошел импорт в 3,2 раза и образовалось плюсовое сальдо внешней торговли на сумму 14,7 млрд. долларов. Три четвертая часть операций внешней торговли проводилась с Италией, Францией, Российской Федерацией, Израилем, США, Украиной, Турцией, Китаем, Хорватией, Индонезией, Сингапуром и Германией.

*Факторы развития электронной коммерции.* Как видно, современные достижения в развитии глобальных информационных и коммуникационных технологий привели к формированию глобальной электронной среды для экономической деятельности, что, в свою очередь, открыло новые возможности для организационных и институциональных изменений в бизнесе и других сферах социально-экономической деятельности человека [1].

В настоящее время Азербайджан отстает от развитых стран в разработке и использовании элементов инфраструктуры системы электронной коммерции. Большинство интернет-пользователей знают о возможности совершать он-лайн покупки. Но он-лайн покупки до сих пор не считаются достойной альтернативой обычным магазинам.

Одним из важнейших факторов развития электронной торговли в национальном и глобальном масштабах является автоматизация документооборота на основе международных стандартов и рекомендаций (EDI). При использовании Интернета процедура продвижения товаров и услуг значительно упрощается: покупатель имеет возможность самостоятельно изучать и анализировать предложения, размещенные на портале, выбирать подходящие ему по условиям оплаты, поставки и комплектации товар или услуги, оперативно получать консультации.

Электронная коммерция, являясь важнейшим сектором информационной экономики, включает в себя также электронную торговлю, интернет-маркетинг и т.д. Появление интернет-маркетинга вызвано принципиально новыми видами экономической деятельности в электронной среде, на которое все в большей степени влияет постоянно увеличивающийся поток схожих по своим свойствам товаров

Современные технологии электронной коммерции предоставляют производителям доступ к максимальной аудитории потребителей со всеми их разнообразными предпочтениями, а потребителям, в свою очередь, дается возможность вводить свои заказы в отлаженную систему управления производством.

Система электронной коммерции позволяет даже самым мелким поставщикам и заказчикам заниматься бизнесом в мировом масштабе, в частности, поставщикам повышать конкурентоспособность за счет приближения к заказчику, существенно сокращать путь товара от поставщика к заказчику. Она предлагает оптимальный путь, позволяя сокращать как финансовые, так и временные затраты. Технологии электронной коммерции открывают возможность для появления совершенно новых продуктов и услуг. Особый случай – продукты и услуги, которые могут быть доставлены электронным способом, при этом путь доставки сокращается максимально [2].

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.

*Причины и трудности.* В Азербайджане уделяется достаточно внимание решению проблем, связанных с развитием и дальнейшим совершенствованием систем электронной коммерции. Однако отечественные электронные магазины сталкиваются с рядом проблем, которые требуют неотложного решения. Среди причин, которые существенно ограничивают масштабы использования населением систем электронной коммерции для покупок товаров и услуг, следует выделить такие:

- присутствие на электронном рынке ограниченного количества покупателей из-за сравнительно небольшого числа пользователей сетью Интернет;
- отсутствие профессионально подготовленных специалистов, способных эффективно работать в системе электронной коммерции;
- отсутствие необходимых достаточно развитых инфраструктур;
- недостатки в законодательной базе, которая не обеспечивает надлежащих гарантий выполнения всех обязательств по электронным сделкам;
- высокая стоимость создания и обеспечения нормальных условий функционирования электронного магазина;
- доступ к Интернету для многих граждан представляется пока дорогим, что связано с низкой платежеспособностью;
- наличие известного недоверия к самой сети Интернет;
- практическое не использование расчетов с помощью электронных платежных систем;

- ограниченное количество людей, владеющих электронными кредитными карточками;

- слабая развитость система своевременной доставки товара покупателю в любой регион республике;

- нерешенность проблемы обеспечения эффективной защиты прав на интеллектуальную собственность и т.д.

Важнейшей и актуальной задачей сегодня является реализация Государственной программы развития информационно-коммуникационных технологий, которая определила стратегию развития технологий электронной торговли в республике, формирования кадрового потенциала и привлечения внутренних и внешних инвестиций для создания инфраструктуры, информационных технологий и программных систем в этой области.

*Проблемы.* Для развития электронной коммерции также следует рассмотреть проблемы и на основе их анализа сформулировать общие задачи: 1) решений для интернет-торговли; 2) платежной системы; 3) системы доставки товаров покупателю; 4) правовое и организационное обеспечение.

Основными проблемами в области развития и внедрения электронной коммерции являются:

- относительно низкий уровень компьютеризации населения и коммерческих структур;

- слабое развитие информационной инфраструктуры систем телекоммуникации;

- ограниченная пропускная способность каналов связи;

- неподготовленность населения, бизнеса и государства к осуществлению взаимодействия посредством электронных информационных технологий.

В настоящее время проблема цифровой наличности и расчетов по Интернету наиболее актуальна. Она появилась сразу с функционированием электронной торговли. Технологии цифровой наличности привлекали внимание и как средство реализации микроплатежей. Возникла потребность оплачивать сверхмалые ценности. Поэтому системы микроплатежей разрабатываются также компьютерными компаниями. Для реализации этих функций необходимы как аппаратные средства, так и информационные технологии, из которых ключевое значение имеют средства и технологии защиты информации.

Следующей проблемой торговли посредством Интернета является логистика. Уровень ее развития является сдерживающим фактором для распространения электронной торговли. Организация логистики – это не только выбор способов доставки, но и информационно-учетные системы, инструменты для планирования и поддержки принятия решений, оценка поставщиков и партнеров, создание складов и распределительных центров [4]. Исключением составляют некоторые услуги и ряд товаров, такие, как тексты, аудио- и видеопродукция, программы и т.д., т.е. большая часть продукции, торговля которой осуществляется непосредственно в Интернете.

Необходимо также наличие средств доставки грузов. Доставка – гораздо более серьезная проблема, нежели оплата. Именно из-за трудностей с доставкой компании продают в регионах гораздо меньше товаров, чем в центрах. Но опыт показывает, что интернет-магазинами в гораздо большей степени пользуются потребители, удаленные от крупных городов [5].

Таким образом, к основным препятствиям развития системы доставки товаров для нужд электронной коммерции можно отнести:

- малое количество частных перевозчиков, осуществляющих нормальную доставку небольших грузов в национальном масштабе;

- относительно небольшой объем рынка, связанный как с низким уровнем доходов населения, ограничивающим его покупательную способность, так и общим состоянием экономики;

- отсутствие культуры дистанционных покупок, обусловленное неразвитостью средств безналичных платежей.

Другой существенной проблемой является правовое обеспечение электронной торговли. 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.

Электронная коммерция требует особой правовой стратегии, которая способствовала бы развитию глобального и открытого рынка [6]. Необходимы унификация законодательства и упрощение правил и процедур, применяемых в различных странах, что требует укрепления сотрудничества бизнеса и государственной власти.

В ряде законодательных актов в настоящее время сохраняются предписания об использовании традиционного бумажного документооборота. Большинство правовых вопросов, связанных со сделками в Интернете на практике регулируются в контексте конкретных коммерческих договоров. Как и на международном уровне, такие соображения являются юридическими барьерами для электронной коммерции и интеграции ее в глобальный электронный рынок [3]. Поэтому необходимо разработать правовой работающий механизм, который внесет четкость и ясность в сферу

электронного документооборота, используемого в системе экономических процессов.

Целесообразно создать модельный законодательный акт, определяющий условия и порядок использования электронных подписей. Быстрый рост сделок в Интернет и других сетях обусловил постановку данного вопроса в числе приоритетных. Доверие к электронной подписи, обеспеченное системой юридических гарантий на уровне закона, является ключевым для заключения договоров и передачи вещных или иных прав посредством электронной связи.

Одной из ключевых проблем, сдерживающих в настоящее время развитие электронной коммерции, является «проблема доверия». Следствиями данной проблемы являются страх быть обманутым, страх перед возможным мошенничеством с платежными средствами или несанкционированным использованием информации персонального характера и др. Действительно, от этой проблемы страдают многие пользователи, т.к. в настоящее время в Интернете можно заметить следующие основные виды мошенничества: фишинг; мошенничество с платежными пластиковыми карточками; интернет-мошенничество на рынке ценных бумаг; киберпреступность и др.

По данным Центра анализа интернет-мошенничества (IFCC), чаще всего жертвами компьютерных воров

становятся участники онлайн-аукционов - 43% от всех случаев. Далее идут покупатели разного рода товаров и услуг - 20%. На сегодняшний день фишинг также является одной из наиболее серьезных проблем в мире.

Анализ показывает, что мировая киберпреступность приносит большие доходы. Эти и многие другие обстоятельства тормозят развитие электронной торговли в мире, в том числе и в нашей республике. Но многие из перечисленных выше проблем должны и могут быть решены на государственном уровне.

#### ЛИТЕРАТУРА

- [1] Алиев А.Г. Теоретико-прикладные аспекты информатизации гуманитарных отраслей. Баку, изд-во "ЭЛМ", 2006 г. 476 ст.
- [2] Кобелев О.А. Электронная коммерция: - М: Издательство торговая корпорация «Дашков и К<sup>о</sup>», 2009, стр. 262.
- [3] Алексеев И.Ю. Электронная торговля: правовые проблемы предпринимательской деятельности в Интернете // Московский журнал международного права. - 2008. - №4, с. 275-278.
- [4] Нельзина О.Г. Информационные системы для электронной коммерции: Издательство: Ростов н/Д: Феникс, 2008, ст. 271.
- [5] Проблемы и пути развития электронной торговли в стране. <http://www.mybntu.com/economy/trade/>- 25.05.2011.
- [6] Алиев А.Г. Проблемы информатизации общества и экономики. Баку, изд-во "ЭЛМ", 2003 г. 460 ст.