

В.Е. Лихтенштейн, В.И. Мардахаев

Электронная торговля и оптимизационные компьютерные технологии

Электронная торговля в России

В настоящее время во всем мире наблюдается рост оборотов электронной торговли как в секторе «бизнес-клиент» (B2C — Business to Customer), так и в секторе «бизнес-бизнес» (B2B — Business to Business). Системы электронной торговли (*e-commerce*) включают следующие системы: маркетинга и заказа товаров, платежные, предоставления услуг, в частности, связанных с доставкой товаров. На данный момент наиболее развита первая составляющая электронной торговли, а именно, маркетинг и возможность заказа товара в электронных магазинах. Практически все ведущие производственные и торговые компании не только имеют выход в Интернет, но и свои сайты. Что касается платежных систем, то их развитие пока что отстает от потребностей *e-commerce*. Поэтому сегодня платежи осуществляются следующими способами:

- с помощью удаленной авторизации кредитных карт;
- безналичным способом с банковских счетов;
- наличными при доставке товаров.

Во всем мире основной инструмент оплаты для физических лиц — кредитные карты. В России количество владельцев карт-счетов пока ограничено, хотя быстро возрастает, в том числе благодаря возможности использования кредитных карт для покупок через Интернет. Все юридические лица и значительная часть физических лиц имеют расчетные счета в коммерческих банках. Многие из них пользуются системами удаленного обслуживания типа «Клиент-Банк» или «*Home-Bank*». Это одни

из каналов платежей в электронной коммерции.

Оплата наличными по факту доставки весьма неудобна для поставщиков товаров и практически невозможна для предоставления услуг, когда поставщик и клиент встречаются только в виртуальном пространстве. К тому же этот способ не безупречен с точки зрения фискальных органов государства.

Характеристики роста электронной торговли и сделок в различных регионах мира, по данным социологической службы КОМ-КОН, постоянно растут. Рост числа пользователей Интернет за последние 3–5 лет составил около 20% в год. Следует отметить, что по развитию электронного бизнеса Западная Европа отстает от США на 1–2 года, а Россия — на 2–4. Мировая практика последних десятилетий показала, что информация в электронной форме превратилась не только в важнейший компонент современной рыночной инфраструктуры, но и непосредственно в экономический ресурс роста и развития.

Потенциал электронной торговли очень велик. В нее вовлекаются все новые виды услуг. Например, в настоящее время быстро развиваются электронная торговля ценными бумагами, игра на биржах, возникли электронные аукционы. В частности, в США сегодня сотни фирм занимаются такими аукционами, выставя на продажу миллионы лотов в тысячах категорий.

В России существуют все типы компаний в области услуг Интернет, характерные для рынка развитых стран. В табл. 1 приведены оценки рынка услуг Интернет в России до 2003 года.