

*Сабирова Эльмира Раисовна*

студентка

Казанский кооперативный институт (филиал)

АНО ОВО ЦРФ «Российский университет кооперации»

г. Казань, Республика Татарстан

## **РОЛЬ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ**

*Аннотация:* в статье рассматривается роль электронной торговли в современной экономике. Утверждается, что электронные средства коммуникации оказали качественное влияние на изменение внешнеторговых связей на мировых рынках.

*Ключевые слова:* электронная торговля, интернет, современная экономика.

В современных условиях, связанных с пандемией коронавирусной инфекции, повлекшей за собой снижение производственной деятельности практически во всех отраслях промышленности из-за введенных ограничений во всем мире, наиболее актуальной формой коммерческой и торговой деятельности является электронная торговля товарами и услугами.

В век цифровизации во всех сферах экономики внешнеторговые операции между хозяйствующими субъектами непосредственно осуществляется благодаря информационным и интернет-коммуникациям. Электронные средства коммуникации оказали качественное влияние на изменение внешнеторговых связей на мировых рынках. Наибольшее распространение электронные коммуникации получили в сфере торговли. За последнее десятилетие огромную популярность получили электронные магазины, которые являются как наиболее удобными и выгодными для потребителей товаров и услуг, но также и могут быть довольно рискованными и проблемными для покупателей. Несмотря на это, электронные магазины стали весьма популярными в нашей стране, а также во всем мире.

Электронная торговля выполняет различные функции, такие как [7, с. 106]:

– Electronic Data Interchange, EDI, т.е. обмен информацией электронно. Данный термин принят в национальном стандарте РФ ГОСТ Р 52292 – 2004;

– Electronic Funds Transfer, EFS, т.е. передвижение капитала электронно. С помощью данной функции можно переводить денежные транзакции между банковскими переводами без участия наличных денег;

– e-trade – электронная торговля в сети Интернет;

– e-cash – электронные деньги, которыми владелец может пользоваться с помощью электронного носителя, например, с использованием платежных карт, банкоматов, терминалов;

– e-marketing – электронный маркетинг, позволяющий проводить маркетинговые исследования и маркетинговые программы посредством сети интернет;

– e-banking – электронный банкинг, позволяющий клиентам пользоваться услугами банка также с помощью сети интернет;

– e-insurance – электронное страхование услуг в сети Интернет.

Таким образом, мы видим, что электронная коммерция включает довольно обширные категории ведения бизнеса через Интернет.

Многие авторы в сфере коммерческой деятельности определяют электронный бизнес как мобильную коммерцию или мобильный бизнес. В нашей стране электронная мобильная коммерция начинает развиваться очень быстрыми темпами, т.к. может предоставить относительную свободу предпринимателю из-за удобства ведения бизнеса через мобильный телефон [1, с. 82].

Современный малый и средний бизнес невозможно представить уже сейчас без использования возможностей информационного пространства и информационных технологий. Без информационных технологий становится невозможным ведения какого-либо бизнеса в современном мире. И Интернет стал неотъемлемой частью бизнес-процесс в современном бизнесе.

Так как малый и средний бизнес являются формами предпринимательской деятельности, нуждающиеся в информационных технологиях, способных сократить их издержки и повысить эффективность и конкурентоспособность ве-

дения бизнеса. Наиболее оптимальным видом предпринимательской деятельности для малого и среднего бизнеса является электронная коммерция, т.к. позволяет сэкономить представителям малого и среднего бизнеса как время, так и финансовые ресурсы на осуществление предпринимательской деятельности.

Электронная коммерция, несомненно, приносит положительный эффект как для самого предприятия, который проявляется в глобализации масштабов ведения бизнеса, снижении издержек, улучшении цепочек поставок товаров и услуг, быстрому выводу товаров на конкурентный рынок, низкой стоимости распространения цифровых продуктов [5, с. 113].

Для потребителей положительный эффект электронной коммерции проявляется в повсеместности покупки товаров и услуг, анонимности, большом выборе товаров и услуг, персонализации, более низких ценах на товары и услуги.

Электронная коммерция оказывает положительное влияние также на общество, которое проявляется в широком перечне предоставляемых услуг, повышении уровня жизни населения, повышении национальной безопасности.

Благодаря электронной коммерции многие торговые компании, предприятия общественного питания, предприятия, оказывающие различные услуги населению, смогли в период пандемии коронавирусной инфекции функционировать на рынке товаров и услуг, обеспечивать население своими товарами и услугами, а также позволить получать прибыль.

Поэтому мы можем отметить, что все вышеуказанные положительные факторы свидетельствуют об эффективности электронной коммерции на современном этапе. Преимуществом электронной коммерции для малого и среднего бизнеса является еще меньшая затроекость и отсутствие необходимости получения различных лицензий и документов для ведения бизнеса.

Несмотря на то, что электронная коммерция может вызывать некоторые риски в основном для потребителей товаров и услуг, все же положительные эффекты перевешивают недостатки электронной коммерции. Для того, чтобы

электронная коммерция в России развивалась эффективно, она должна войти в концепцию национальной безопасности и устойчивого развития России.

Таким образом, мы можем сделать вывод, что электронная коммерция является одним из перспективных направлений развития предпринимательства на современном этапе, которая будет способствовать развитию не только предпринимательства в стране, но и ее экономики в целом. Современному бизнесу электронная коммерция позволяет эффективно функционировать на конкурентном рынке, повышает конкурентоспособность предприятия, а соответственно и способствует увеличению прибыли современных предприятий.

### *Список литературы*

1. Авдошин С.М. Информатизация бизнеса. Управление рисками [Текст] / С.М. Авдошин. – М.: Книга по Требованию, 2021. – 176 с.

2. Астраханцева Е.А. Деятельность кооператива: учетно-аналитическое обеспечение, ревизия, экономическая безопасность / Е.А. Астраханцева // Проблемы и перспективы развития социально-экономического потенциала российских регионов. Материалы VIII Всероссийской научно-практической конференции. – 2019. – С. 259–264.

3. Астраханцева Е.А. Подготовка специалистов для сельского предпринимательства: система «Халяль» как точка роста / Е.А. Астраханцева // Ученые записки ИСГЗ. – 2019. – Т. 17. – №2. С. 17–23.

4. Астраханцева Е.А. Проблемы кадрового обеспечения в контексте экономической безопасности потребительской кооперации / Е.А. Астраханцева // Russian Journal of Management. – 2020. – Т. 8. – №1. – С. 51–55.

5. Балабанов И. Т. Электронная коммерция [Текст] / И.Т. Балабанов. – М.: Питер, 2021. – 335 с.

6. Биймырсаева Э.М. Проблемы автоматизации управленческого учета и способы их преодоления / Э.М. Биймырсаева, Е.А. Астраханцева // Наука и инновационные технологии. – 2020. – №2 (15). – С. 31–39.

7. Воробьев К.Ю. Сущность электронной коммерции в системе международных торговых связей [Текст] / К.Ю. Воробьев. // Российский внешнеэкономический вестник. – 2019. – №3. – С. 106–114.