(cc) BY

Яллина Виктория Ивановна
студентка
Жажнева Ирина Васильевна
старший преподаватель
ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»
г. Казань, Республика Татарстан

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В РОССИИ

Аннотация*: в статье рассматриваются актуальные вопросы развития электронной коммерции в Российской Федерации. В связи с процессом построения информационного общества особое значение придается проблеме развития потребительских услуг через сети Интернет. Под электронной коммерцией авторы понимают процесс получения прибыли при помощи интернет-технологий. Выбор и заказ товаров осуществляется через сети Интернет, а расчёты осуществляются посредством передачи электронных документов, а также через платежные системы онлайн.*

Ключевые слова*: информационное общество, электронная коммерция, цифровизация, e-commerce, маркетплейс.*

Важной составляющей развития информационного общества является электронная коммерция. Электронная коммерция, или как ее ещё называют, E-commerce, часто ассоциируется только как онлайн покупка или продажа товаров. Но это не только финансовые или торговые операции, которые осуществляются через сеть, но, это также и цепочки постоянно модернизирующихся, глобальных бизнес-процессов, связанных с проведением транзакций [2, с. 111].

Быстрый доступ к электронной коммерции сегодня можно получить с любого смарт-устройства, что на сегодняшний стремительный и загруженный образ жизни весьма актуально, чтобы информация всегда была «под рукой».

Приведем примеры: согласно подсчетам исследовательской компании Strategy Analytics, сегодня в мире насчитывается более 22 млрд устройств, под-

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

ключенных к интернету, а к 2025-ому году это число возрастет до 38,6 млрд, как считают эксперты. Это с учетом того, что население планеты составляет всего лишь 8 млрд человек.

Развитию E-commerce также послужили и необычные условия, созданные в последние годы, по причине которых были введены ограничение въездов и вылетов за границу.

Глобализация Интернета и рост производительности вычислительных аппаратных средств дает толчок появлению все более новых бизнес-моделей.

Нам становится понятно, что только цифровизация, внедрение современных цифровых технологий в различные сферы жизни и производства, может быть способом развития и выживания в Индустрии 4.0. А также следуя этому курсу, малые и среднее звено предпринимателей могут рассчитывать на успех своего бизнеса [1, с. 245].

Успешно развиваются и маркетплейсы. Маркетплейс – это интернет-платформа, на которой продавцы и покупатели находят друг друга и взаимодействуют между собой.

Получается, что любой покупатель или же продавец имеет возможность покупать или продавать свои товары из любой точки планеты, при этом экономя время, понижая издержки на торговлю, производство и хранение своей продукции.

Согласно данным, собранным Российским экспортным центром (РЭЦ), в 2018 году в сфере электронной торговли Россия продала товаров и услуг на $35 млрд. За 9 месяцев 2020-ого года было выведено более 2400 компаний на международные электронные торговые площадки, что чуть ли не в два раза превышает показатели за 2019 год. Из этого можно сделать уверенное предположение, что общий тренд мирового роста E-commerce, не только не будет спадать, а, напротив, только набирать обороты. На данный момент исследовательское агентство Data Insight прогнозирует рост на 30% в год электронной торговли в России и предполагает, что к 2024-ому году достигнет 7,2 трлн рублей.

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

В Российской Федерации, создан национальный проект «Цифровая экономика» с целью поддержки роста объемов E-commerce. Особое внимание уделяется безопасности, устойчивости и доступности, а также высокоскоростной передаче, обработке и хранению больших объемов данных.

Российским экспортным центром (РЭЦ) создается много сервисов для того, чтобы поддержать E-commerce. РЭЦ нацелен на помощь предпринимателям в подборе таких немаловажных деталей, как инфраструктура, площадка, образование. Помимо этого, центр имеет возможность предоставлять господдержку предпринимателям.

Для предпринимателей, намеренных продвигать свою продукцию на маркетплейсах центры поддержки экспорта РЭЦ предоставляют возможность получения субсидий на затраты.

Исходя из вышеперечисленного, можно сделать вывод, что в настоящее время в России взят курс на цифровизацию, что позволяет уверенно предполагать дальнейшее наращивание объемов E-commerce. Это имеет особое значение в условиях построения глобального информационного общества.

Список литературы

1. Андреев Н.М. Состояние и развитие информационных технологий в сфере сервиса // Кооперация и предпринимательство: состояние, проблемы и перспективы. Сборник научных трудов II международной конференции молодых ученых, аспирантов, студентов и учащихся. – Казань: Печать-Сервис-XXI век, 2018. – С. 245–248.

2. Жажнева И.В. Актуальные проблемы правового обеспечения юридической значимости электронных документов // Актуальные проблемы развития туризма и индустрии гостеприимства. Сборник научных трудов Международной научно-практической конференции. – Казань: Печать-Сервис-XXI век, 2019. – С. 111–113.

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)