

Отечественный опыт развития электронной торговли



Понятие и состав электронной коммерции

Электронная коммерция — это сфера экономики, которая включает в себя все финансовые и торговые транзакции, осуществляемые при помощи компьютерных сетей, и бизнес-процессы, связанные с проведением таких транзакций.

К электронной коммерции относят:

- электронный обмен информацией (Electronic Data Interchange, EDI),
- электронное движение капитала (Electronic Funds Transfer, EFT),
- электронную торговлю (англ. e-trade),
- электронные деньги (e-cash),
- электронный маркетинг (e-marketing),
- электронный банкинг (e-banking),
- электронные страховые услуги (e-insurance).



Этапы развития электронной торговли

1. Начальный

Когда только разрабатывалась глобальная сеть и появлялись первые системы денежных переводов. Он проходил до 90х годов, был длительным. Технологии улучшались и вместе с этим, повышался интерес к виртуальным деньгам.

2. Поисковый

В нач. 90х появились поисковые системы, и люди со всего мира начали активно подключаться к глобальной паутине. Совсем скоро появились различные сервисы и появилась возможность легко зарабатывать на своих сайтах

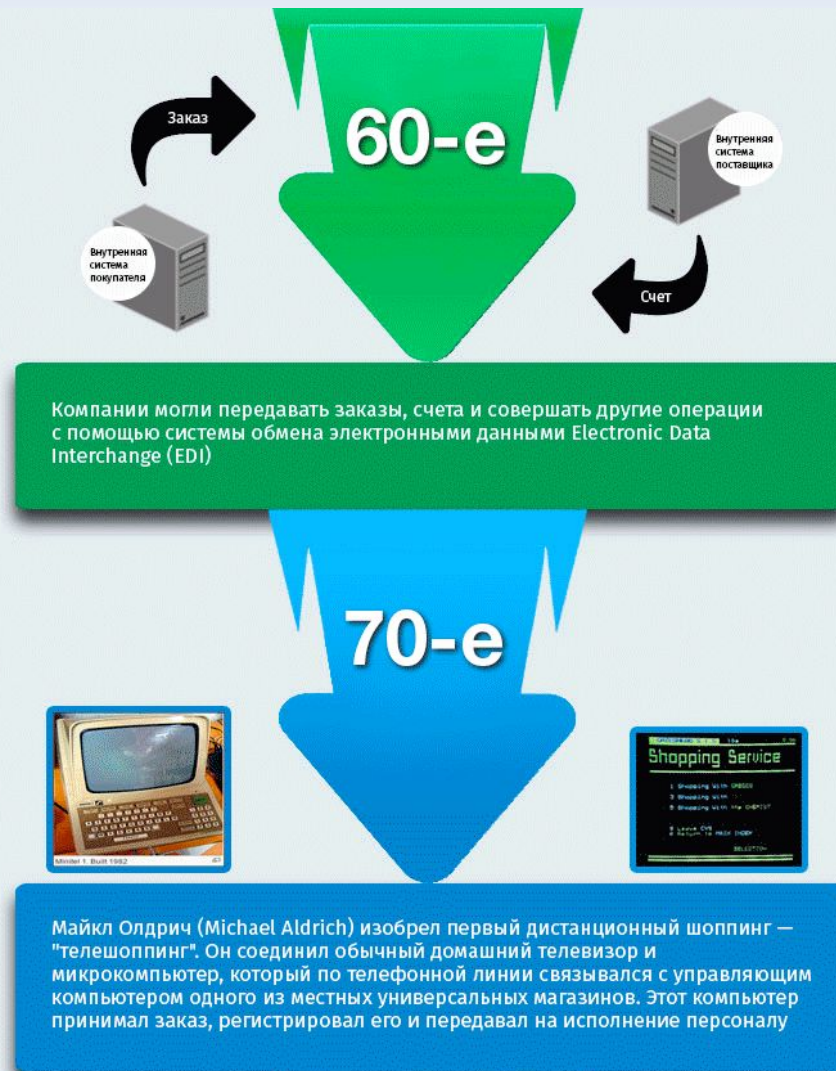
3. Социальный

Этап, на котором начали появляться социальные сети. В 2004-2006 году настоящий прорыв создали эти сайты и под них начали создаваться дополнительные сервисы. Они с самого начала имели отношение к E-commerce, но только в последние несколько лет стали внедряться в эти технологии плотно

4. Мобильный

Начался не так давно, с появлением смартфонов и планшетов. С помощью таких устройств, люди получили карманные компьютеры, что позволило им выходить в сеть с любой точки мира и управлять счетами

Исторические этапы развития электронной торговли



Исторические этапы развития электронной торговли



80-е



B2C

- 1981:** • Компания Thomson Holidays UK инициировала первую B2B (business-to-business) систему онлайн-шоппинга.
- 1982:** • Французский телекоммуникационный оператор France Telecom представил Minitel, сервис для онлайн-заказов.
- 1984:** • Gateshead SIS/Tesco разработал первую B2C (business-to-customer) систему онлайн-шоппинга.
- 1985:** • Зарегистрирован первый домен будущего интернета — symbolics.com.
• Nissan UK начал продавать автомобили онлайн.
- 1987:** • SWREG представил первый электронный торговый счет, который позволил разработчикам программного обеспечения продавать онлайн.
- 1989:** • Тим Бернерс-Ли представил идею обмена информацией между компьютерами.
- 1990:** • Бернерс-Ли и его коллега Роберт Кайо создали первый веб-сайт.



Исторические этапы развития электронной торговли



- 1991:** • Национальный научный фонд (NSF) снял ограничения на коммерческое использование сети.
- 1992:** • Book Stacks Unlimited открывает сайт для коммерческой продажи книг онлайн с процессингом кредитных карт.
- 1994:** • Netscape изобрел протокол SSL, который сделал транзакции безопасными.
- Ipswitch IMail Server стал первым программным обеспечением, доступным онлайн для продажи и мгновенного скачивания.
 - Онлайн-ритейлер NetMarket совершил первую безопасную торговую транзакцию в интернете.
- 1995:** • Джефф Безос создал Amazon и начал продажи онлайн.
• Пьер Омидьяр создал электронный аукцион eBay.
• Verisign начала разрабатывать цифровую идентификацию.
- 1998:** • PayPal запустил систему интернет-платежей.
• Yahoo запустил Yahoo Stores.
• Google занялся электронной коммерцией.
• Годовой объем онлайн-продаж достиг \$8 млрд.
- 1999:** • Zappos запустил первый исключительно электронный магазин.
• Global Sports запустила аутсорсинговую eCommerce-платформу.
• Годовой объем онлайн-продаж вырос до \$16 млрд.



Исторические этапы развития электронной торговли

iPhone
iTunes

2000-е

Magento[®]
eCommerce Platform for Growth
Google checkout

- 2001:** • Amazon запустил сайт мобильной коммерции.
- 2002:** • Доля онлайн-пользователей, которые совершали покупки онлайн, достигла 50%.
• Продажи в интернете достигли \$54 млрд.
- 2003:** • Apple представила магазин iTunes, позволив покупать и скачивать музыку.
• Продажи в интернете выросли до \$70 млрд.
- 2004:** • Чтобы усилить требования к безопасности, был сформирован.
• Payment Card Industry Security Standards Council (PCI).

• Годовой объем онлайн-продаж вырос на 25% и достиг \$87,5 млрд.
- 2005:** • Первая конференция и выставка для интернет-торговцев была проведена в Чикаго.

• Годовой объем онлайн-продаж вырос еще на 25%: \$109,4 млрд.
- 2006:** • Google запустил Google Checkout.
• Годовой объем онлайн-продаж снова вырос на 25% и достиг \$136,2 млрд.
- 2007:** • Apple представил iPhone с веб-браузером и возможностью покупки и загрузки приложений, что дало новый импульс развитию мобильной коммерции.
• Годовой объем онлайн-продаж вырос на 21,8% и достиг \$165,9 млрд.
- 2008:** • Amazon презентовал сервис TextBuyIt, который позволил приобретать товары через текстовые сообщения.



Исторические этапы развития электронной торговли



- Благодаря постоянному росту в предыдущие 10 лет, в 2012 году продажи в электронной коммерции превысили \$200 млрд.
- Обороты в 2016 году выросли на 45% по сравнению с 2015 годом и составили \$327 млрд.
- Основатель Amazon Джефф Безос в 2016 году объявил о планах доставлять заказы с помощью дронов.
- Стремительное развитие мобильной и социальной коммерции, платформ для электронной коммерции подтвердило, что онлайн-торговля стала достойной альтернативой традиционной торговли.



Преимущества электронной торговли

1. Для организаций

Глобальный масштаб; Сокращение издержек; Улучшение цепочек поставок; Бизнес всегда открыт (24/7/365); Персонализация; Быстрый вывод товара на рынок; Низкая стоимость распространения цифровых продуктов

2. Для потребителей

Повсеместность; Анонимность; Большой выбор товаров и услуг; Персонализация; Более дешевые продукты и услуги; Оперативная доставка; Электронная социализация

3. Для общества

Широкий перечень и доступность предоставляемых услуг; Повышение уровня жизни; Повышение национальной безопасности; Уменьшение «цифрового» разрыва; Онлайн-продажа/заказ товаров/услуг уменьшает автомобильный трафик и снижает загрязнение окружающей среды



Недостатки электронной торговли

1. Для организаций

Возможные сомнения сторон по поводу принадлежности того или иного проекта к компании (негативная анонимность); Некоторая сложность в ведении и узаконивании деятельности предприятия в интернете

2. Для потребителей

Недоверие потребителя к услугам, продаваемым посредством интернета; Невозможность «потрогать» товар руками; Ожидание доставки приобретенной продукции; Возможные трудности и расходы при возврате товара

3. Для общества

Привлекательная платформа для мошенничества (снижение уровня сетевой безопасности); Вытеснение с рынка коммерческих офлайн-предприятий



Электронная торговля в Беларуси

Республика Беларусь всемерно развивает электронную торговлю, как одно из важных направлений повышения конкурентоспособности предприятий и выхода на новые рынки товаров и услуг.

Существует **два основных вида электронной торговли в Республике Беларусь:**

- **Взаимодействие поставщика и предприятия (Business to Business)** — включают приложения для совместной работы, в частности, улучшение возможностей связи и совместной работы над информацией, возможность взаимодействовать компаниям эффективно;
- **Взаимодействие производителя (продавца) и потребителя (покупателя) (Business to Consumer)** — обеспечивают безопасное проведение коммерческих операций, позволяют улучшить связь с существующими и привлечь новых клиентов.



Электронная торговля в Беларуси

С целью формирования основ информационного общества в Республике Беларусь:

- заложена правовая основа информатизации,
- развивается национальная информационно–коммуникационная инфраструктура, позволяющая оказывать телекоммуникационные и информационные услуги на основе технологий широкополосного доступа,
 - в результате выполнения государственных программ разработаны общегосударственные и ведомственные информационные системы,
 - создана национальная система формирования и регистрации информационных ресурсов.



Электронная торговля в Беларуси

За последние 10 лет в Беларуси реализован ряд базовых проектов для дальнейшего развития электронной торговли:

- проект автоматизированной системы межбанковских безналичных расчетов;
- проект национальной платежной системы «Белкарт»;
- проект развития систем доступа в сеть Интернет;
- проект Межгосударственный центр электронной торговли



Основные показатели электронной торговли в Беларуси

По данным Deal.by за 2016-й



Товарооборот

59,5 млн

+32%*



Средний чек

121 руб.

+12%*



Количество заказов

491 тыс.

+17,5%*

* по сравнению с 2015-м

Основные показатели электронной торговли в Беларуси

Пол и возраст интернет-покупателей

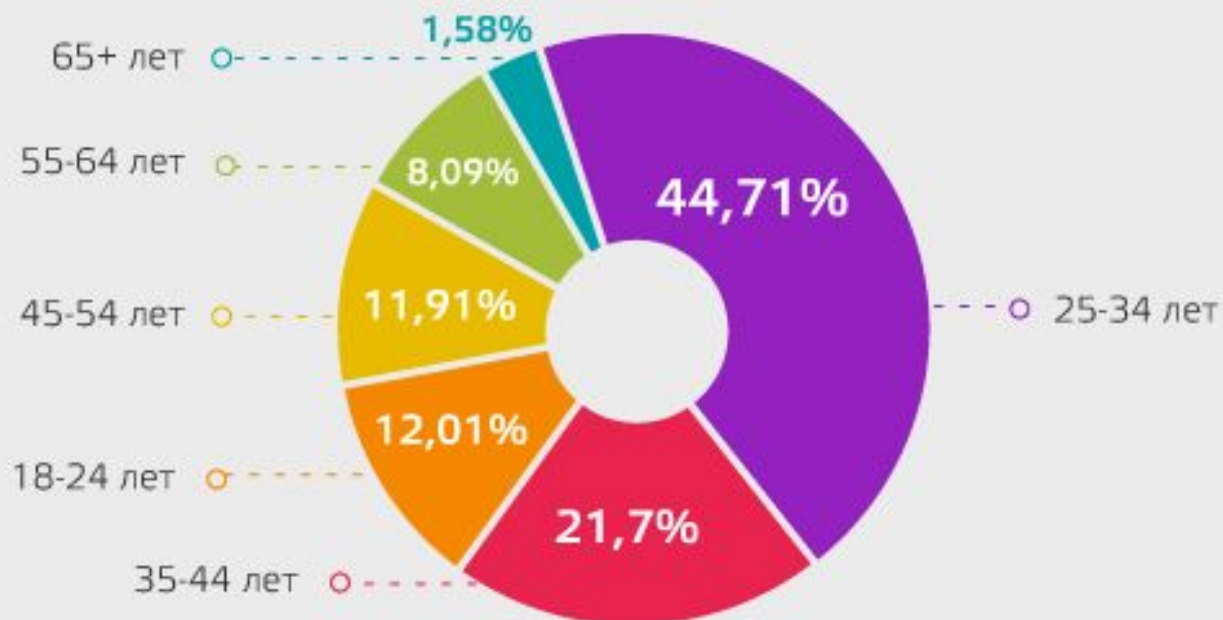
По данным Deal.by за 2016-й



53,5%



46,5%



Основные показатели электронной торговли в Беларуси

Тип устройств, с которых приходят покупатели

По данным Deal.by за 2016-й



Компьютеры

66%
-12%*



Смартфоны

28,5%
+12%*



Планшеты

5,29%

* по сравнению с 2015-м

Основные показатели электронной торговли в Беларуси

Распределение посетителей по регионам

По данным Deal.by за 2016-й



Основные показатели электронной торговли в Беларуси

Топ-5 товаров по количеству заказов

По данным Deal.by за 2016-й



5 763

Мобильные телефоны, смартфоны



5 080

Конструкторы



2 896

Санки и снегокаты



2 781

Товары для детского творчества



2 780

Наручные и карманные часы

Результаты и перспективы развития электронной торговли в Беларуси

1. Многообещающим итогом года стало появление на рынке коммерческих служб доставки — «Наша почта» и «Глобел24» - этот старт сформирует рынок перевозок с высоким уровнем обслуживания и приемлемыми ценами;
2. Ожидаются изменения в законодательстве, которые простимулируют развитие курьерских служб и платежных агрегаторов — Министерство антимонопольного регулирования и торговли работает над этим;
3. Доля рынка электронной коммерции в Беларуси пока не превышает 2% всего товарооборота в ритейле, в то время как средние цифры в развитых странах достигают 10–15%. Это означает, что у нас большой потенциал роста e-commerce

