

АНАЛИЗ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНОВ КАК СИСТЕМ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ

Чернявский Е. Н.

Научный руководитель Кондратенок. Е. В.

Понятие интернет-магазина.

Электронная коммерция стала неотъемлемой частью современной экономики. Многие приобретают товары посредством сети Интернет, а коммерческие организации используют возможности данной сети при осуществлении предпринимательской деятельности. Общий мировой объем продаж в одном потребительском сегменте электронной коммерции превысил отметку в 1 трлн долл. еще в 2012 г. и характеризуется устойчивым ростом.

По оценкам Digital Commerce 360, в 2020 году рынок электронной коммерции в США вырос на 44 %, составив \$861,12 млрд. Это самый высокий годовой рост e-commerce в США по крайней мере за два десятилетия. Доля онлайн-продаж в общем объеме розничных продаж в 2020 году составила 21,3 % по сравнению с 15,8 % в 2019 году и 14,3 % в 2018 году.

По данным Data Insight в России число заказов в интернет-магазинах и на маркетплейсах в 2020 году увеличилось на 78 %. В денежном выражении был зафиксирован рост на 47 %, до 2,5 трлн. рублей. В 2020 году доля онлайн-торговли составила 9 % от всей российской розницы. Эти сухие цифры показывают, что феномен электронной коммерции имеет большой потенциал, во всем мире.

Электронный магазин (виртуальный магазин, интернет магазин) можно рассматривать как прикладную систему, которая построена как элемент технологии системы электронной коммерции. Так же как обычному магазину, электронный магазин реализует следующие основные функции: представление товаров (услуг) покупателю, обработку заказов, продажу и доставку товаров. В интернете часто встречается другое определение это-

го понятия, более примитивное, – сайт, торгующий товарами и услугами в сети интернет. Электронный магазин позволяет пользователям сформировать заказ на покупку, выбрать способ оплаты и доставки заказа в сети Интернет.

Основным отличием интернет-магазина от обычного является его расположение и организация взаимодействия с покупателем, использование сети Интернет для осуществления всех возможных операций.

Провайдер электронной коммерции

Электронная коммерция – это коммерческая деятельность, имеющая целью получение прибыли и основанная на комплексной автоматизации коммерческого цикла за счет использования компьютерных сетей.

К основным моделям электронной коммерции в Интернете относятся следующие (рис. 1):

- B2C (Business-to-Consumer) – «фирма–потребитель»;
- B2B (Business-to-Business) – «фирма–фирма»;
- C2B (Consumer-to-Business) – «потребитель–фирма»;
- C2C (P2P – Peer-to-Peer, «равный-равный») «потребитель–потребитель»;
- B2G или B2A (Business-to-Government, Business-to-Administration) – «фирма-государство»;
- G2B или A2B (Government-to-Business) – «государство-фирма»;
- G2C или A2C (Government-to-Consumer или Administration-to-Consumer) – «государство-потребитель»;
- C2G или C2A (Consumer-to-Government) – «потребитель-государство»;
- G2G или A2A (Government-to-Government) – «государство-государство»;
- E2E (Exchange-to-Exchange) – «биржа-биржа»;
- интернет-банкинг;
- интернет-трейдинг;
- интернет-услуги;

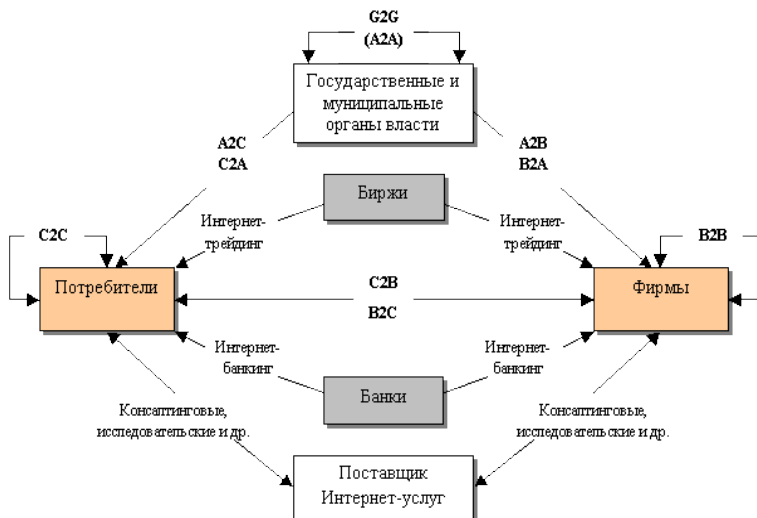


Рис. 1. Модели электронной коммерции

Для интернет магазинов существует ряд особых понятий, таких как провайдер электронной коммерции – организация, предоставляющая услуги по осуществлению коммерческой деятельности в Интернете. Основными средствами платежа в Интернете являются кредитные карты и электронные наличные, так называемые электронные деньги. В роли провайдеров систем электронной коммерции выступают фирмы, связанные с банковскими структурами и с Интернет-провайдером.

Так же как любая система коммерции электронная – напрямую связана с затратами на разработку и содержание интернет-магазина. Затраты на создание системы электронной коммерции или интернет-магазина зависят от многих факторов: характера коммерции, размеров и финансовых ресурсов организации, оснащённости организации техникой и возможностей выхода в Интернет, наличия штата программистов.

Крупные интернет-магазины имеют свои представительства (офисы, склады, стационарные торговые) площадки во всех крупных городах Беларуси, поэтому к затратам добавляется еще и их содержание.

Интернет-магазин можно рассматривать с двух сторон как отдельную самостоятельную коммерческую единицу и как продолжение коммерческой деятельности стационарного магазина в сети интернет, что увеличивает охват клиентов за счет интернет пользователей.

Следует подчеркнуть, что сегодня наблюдается сращивание систем обычной и электронной коммерции с преобладанием в одну из сторон, в зависимости от типа и направления деятельности.

Деятельность интернет-магазинов, а именно продажа товаров через интернет-магазин, регламентируется рядом Законов и Постановлений РФ.

При торговле через Интернет у покупателя нет возможности непосредственно ознакомиться с самим товаром или его образцом при заключении договора, то виртуальная торговля относится именно к дистанционному способу продажи товаров.

Продажа товара через интернет-магазин происходит на основании розничного договора купли-продажи, заключаемого между продавцом товара и покупателем.

Информация о товаре, размещенная на сайте продавца, содержащая все существенные условия договора розничной купли-продажи, признается публичной офертой. Следовательно, продавец обязан заключить договор с любым лицом, выразившим намерение приобрести товар, предложенный в его описании. При этом подписывать такой договор с каждым покупателем вовсе не обязательно.

Из всего выше сказанного следует, что интернет магазин является важной частью электронной коммерции, а также способствует ее росту за счет предоставления своих услуг в удобном для конечного пользователя виде.