**Современные тенденции развития электронного рынка в России и за рубежом.**

Развитие международной электронной торговли обусловливается теми же факторами, что и обычной мировой торговли: экономическим ростом в большинстве государств мира и углублением международного разделения труда - ростом специализации и кооперирования. Вместе с тем, существуют и специфические факторы, в значительной степени обусловливающие высокие темпы роста этой отрасли бизнеса.

Увеличение парка компьютеров в эксплуатации в различных отраслях экономики и в сфере частного пользования, а также технический прогресс в области телекоммуникаций обусловливает расширение числа пользователей всемирной сетью Интернет.

**Основные направления использования сети Интернет в мировой торговле**

Использование сети Интернет кардинально преобразует процессы экономического взаимодействия компаний с их клиентами, партнерами, поставщиками и даже конкурентами. При этом, если начальная волна распространения электронной коммерции в корпоративном секторе была инициирована торговыми организациями, которые создавали системы электронной коммерции и использовали возможности Интернета как дополнительного коммерческого канала сбыта (параллельно с развитием обычной международной торговли), то теперь роли переменились. В настоящее время росту электронной коммерции в корпоративном секторе способствуют, прежде всего, закупочные отделы промышленных компаний, которые активно используют возможности сети Интернет для реализации процессов снабжения и закупок. Использование сети Интернет позволяет обсуждать условия поставки и увязывать воедино производителя и потребителя, финансиста и страховщика, логистика и транспортную компанию. Процесс размещения и обработки заказа, переговоры, проверка наличия продукции, решения вопросов логистики и транспорта и т.д. максимально автоматизированы и рационализированы. Таким образом повышается общий уровень обслуживания бизнес-партнеров по сравнению с существующими способами ведения дела, что, в конечном счете, ведет к уменьшению стоимости и увеличению прибыльности для всех участвующих сторон.

Сеть Интернет используется как для реализации товаров, то есть продажи некоторых видов товаров непосредственно с веб-сайтов продавцов, так и для информационно-рекламной поддержки обычного (называемого оффлайновым, то есть осуществляемым вне сети) бизнеса. Во втором случае через сеть Интернет устанавливаются контакты между партнерами, осуществляется предваряющий сделку обмен информацией (запросами, офертами, спецификациями, черновиками копий контракта и др.), что существенно ускоряет процесс заключения сделки между сторонами.Основные направления электронной коммерции заключаются в осуществлении маркетинговых исследований через Интернет, финансировании закупок товаров для последующей перепродажи, осуществлении коммерческих операций, включающих заказ, оплату и получение товара, реализацию обслуживающих внешнеторговую сделку операций (налоги, таможня, разрешения, бухгалтерский учет и проч.), выполнение логистических операций. Любая коммерческая операция, включая заказ товара, заключение договора купли-продажи, оформление доставки товара и его сдачи покупателю, выписка счетов и осуществление платежа, может быть полностью реализована через сеть Интернет.

**Развитие электронной торговли стимулируется следующими специфическими факторами:**

1. Глобальное присутствие продавцов и покупателей на мировом рынке -свобода вступления в контакт с партнером из любой страны. Интернет-технологии практически сводят на нет факторы физической удаленности, что особо актуально для удаленного российского производителя.

2. Непрерывный режим работы. Веб-сайты компаний-продавцов и покупателей работают 24 часа в сутки. Это является весьма важным фактором, поскольку независимо от часовых поясов на веб-сайт продавца могут приходить вероятные покупатели из многих государств даже в то время, когда сам он отдыхает.

3. Номенклатура продаваемых товаров может состоять из тысяч предметов, тогда как в обычном магазине - из нескольких десятков или сот. До 40% оборота электронных магазинов обеспечивается заказами из других государств.

4. Равные возможности для предложения своих товаров в сети имеют и крупные, и малые компании - все они для привлечения покупателей стремятся построить сайт наиболее привлекательно. Торговые площадки в Интернет делают торговлю понятной, открытой и стандартизированной. Именно эту прозрачность любят и ценят банки, именно в этом случае они более охотно предоставляют кредиты. Доступ к финансовому обеспечению сделок, в свою очередь, позволит предоставить отсрочку платежа и продавать тому, кто готов платить повышенную рыночную цену, включающую стоимость кредита.

**Основные тенденции развития современного электронного рынка в России:** Укрупнение, расчет на долгосрочную перспективу, привлечение крупных финансовых вложений, применение современных фундаментальных научно-технических исследований в области статистики, экономики и информационных технологий, универсальное и полномасштабное отражение экономической деятельности, повышение безопасности, наращивание сервиса, рост доверия потребителей, распространение из центра в регионы страны.

КЛЮЧЕВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ РЫНКА ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В РОССИИ

Объём рынка В2С в 2008 году в РФ составил 196 млрд. рублей, что на 60% больше, чем в 2007-м

В 2009 году ожидается рост сектора В2С на 30% до 255 миллиардов рублей

Доля товаров с физической доставкой за год уменьшилась на 9% и составила 109 млрд. руб.

Самый быстрорастущий сегмент рынка - услуги (+8%, 73 млрд. рублей)

Основной формой расчётов в сегменте В2С до сих пор остается оплата наличными при получении товара (56% платежей)

26% оборота электронных платёжных систем (около 60 млрд. рублей) – электронная коммерция, остальное – переводы между физлицами и оплата услуг фрилансеров

94% оплат электронными деньгами – услуги, предоставляемые в сети

Более 2/3 рынка электронных денег занимает WebMoney, еще 1/5 принадлежит Яндекс.Деньги

В 2008 году при покупках через Интернет с помощью пластиковых карт на авиабилеты было потрачено 10,6 млрд. рублей, на ж/д билеты - 1,5 млрд. рублей

ОБЪЁМ РЫНКА ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В РФ

По данным исследования iKS-Consulting, объём российского рынка электронной коммерции в сегменте B2C (business to customer – бизнес для потребителя) в 2008 году составил 196 млрд. руб. Его рост составил 60% по отношению к 2007 году (тогда объем рынка был зарегистрирован на уровне 125 млрд. руб.). Всего на онлайновую торговлю в 2008 году пришлось 1,4% от общего оборота розничной торговли в РФ.

Что касается структуры рынка электронной коммерции по способам доставки, то доля самого крупного сегмента – товары с физической доставкой – неуклонно снижается. По сравнению с 2007 годом, их часть рынка снизилась на 9% и составила 109 млрд. (56%).



Рисунок 1. Структура рынка электронной коммерции РФ в 2007-2008 гг. по способам доставки

Доля цифрового контента на рынке электронной коммерции в РФ выросла до 7% и достигла 14 миллиардов. Преимущественно это ресурсы, занимающиеся цифровой дистрибуцией игр, ПО, музыки, видео, книг и т.п.

Самый быстрорастущий сегмент рынка - оплата услуг (в первую очередь транспортных). В 2008 году его оборот составил 73 млрд. рублей, что на 8% больше показателей 2007-го.

ВИДЫ ПЛАТЕЖЕЙ НА РЫНКЕ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В РФ

Основной формой расчётов в сегменте В2С до сих пор остается оплата наличными при получении товара (56% или 109 млрд. рублей). Тем не менее, продолжается неуклонный рост других форм оплаты – электронных платежных систем и пластиковых карт для расчетов онлайн. Карты используются в 11% транзакций (21,2 млрд.), а ЭПС – в 31% случаев (60 млрд. руб.).

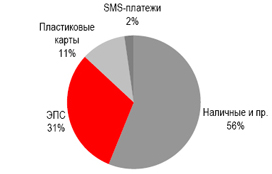


Рисунок 2. Структура рынка В2С по способу оплаты товаров, 2008 г.

Объем рынка мобильной коммерции в 2008 году составил почти 5 миллиардов рублей. Известно, что SMS для оплаты мобильного и интернет-контента в нашей стране используют свыше 10 миллионов интернет-пользователей.

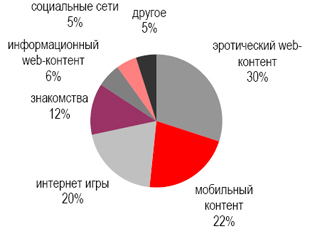


Рисунок 3. Структура SMS-платежей в РФ в 2008 году

Наибольшей популярностью у пользователей, предпочитающих SMS-платежи, пользуются эротический (30%) и мобильный контент (22%). Игры оплачивают ещё 20% пользователей. Также в списке популярного web-содержимого, оплачиваемого посредством SMS, содержатся сайты знакомств (12%), социальные сети (5%) и информационный контент (6%). То, что SMS-платежи применяются преимущественно для оплаты развлекательных сервисов, объясняется, с одной стороны, скоростью и простотой совершения транзакций, а с другой – невысокой стоимостью контента подобного рода и невозможностью передачи по данному каналу крупных сумм денег. Подобный способ оплаты особенно привлекателен для юных потребителей цифрового контента.

Для более крупных платежей, а также расчетов между физическими лицами и оплаты труда фрилансеров обычно применяются электронные платежи. Всего в Российской Федерации действуют около 20 систем электронных денег. 26% от их оборота (около 60 млрд. рублей) приходится на электронную коммерцию. Остальные 74% составляют переводы между пользователями и выплаты за разовую работу (фриланс).

Чаще всего электронные деньги применяются для оплаты услуг онлайн (94% транзакций). Особенно высока доля электронных денег в оплате онлайн-игр: 51% платежей в российских игровых онлайн-проектах производится электронными деньгами. 40% пользователей систем электронных денег – молодые люди в возрасте 14-17 лет.

Более 2/3 рынка электронных денег занимает WebMoney, еще 1/5 принадлежит Яндекс.Деньги.

Самую высокую динамику в 2008 году показал сегмент пластиковых карт. В 2008 году в Интернете ими было оплачено товаров и услуг на сумму 21 миллиардов рублей – в 2,8 раза больше, чем в 2007-м.

Основной причиной роста сегмента пластиковых карт стало начало активных продаж электронных билетов. В 2008 году при покупках через Интернет с помощью пластиковых карт на авиабилеты было потрачено 10,6 млрд. рублей, на ж/д билеты - 1,5 млрд. рублей. Это в 3,8 раза больше, чем в 2007 году. В 2009 году, по прогнозам iKS-Consulting, в Интернете транспортных билетов будет продано на сумму порядка 23 миллиардов рублей.



Рисунок 4. Структура платежей по пластиковым картам в Интернете в 2008 г.

Второй по популярности сектор, в котором распространена оплата пластиковыми картами – оплата услуг связи (интернет-провайдеров и сотовых операторов). Ритейл, софт, билеты в кино, театр, на концерты, выставки и развлекательный контент (видео, музыка, знакомства, видео) занимают от 5% до 8% оплат.

Электронными кошельками различных типов в 2009 году воспользовались около 20 млн жителей страны. Приблизительно 17 млрд рублей прошло через платежные системы в Интернете; еще 11 млрд пропустили через себя платежные терминалы. На долю мобильных кошельков пришлось примерно 8 млрд рублей. Еще около 4 млрд принесли электронные транзакции компаний, отказавшихся уточнить данные по оборотам.

Лидерами российского сегмента интернет-платежей остаются сервисы «Яндекс.Деньги» и WebMoney, которые вместе контролируют приблизительно 90% соответствующего сегмента. По сравнению с 2008 годом обороты этих компаний увеличились на 40% в рублевом выражении.

Сектор платежей через кошельки в терминалах вырос на 180%, через мобильные кошельки — на 100%.

Современные тенденции развития этого нового сектора экономики - **интернет- бизнеса** – являются весьма перспективными, его роль в мировой и национальной экономике возрастает. Ситуация с бурным развитием интернет-рынка в России повторяет ситуацию, сложившуюся на Западе, и прежде всего в Америке. Однако, существует и значительная разница, которая заключается в том, что на данный момент Россия – страна, недостаточно компьютеризированная на уровне персональных пользователей. По данным американских исследований, электронная торговля товарами народного потребления является выгодной при условии, что пользователями Сети являются 12% населения страны. Что касается количества российских пользователей Сети , то их численность на данный момент составляет около двух миллионов, то есть, чуть больше 1%. Этот показатель слишком мал

для того, чтобы можно было говорить о выгодности электронной коммерции. В этом и заключается причина отставания России и других стран СНГ от экономически развитых стран. Проблема Интернета в России – это очень малое количество пользователей Сети. Для того, чтобы достигнуть тех же сумм по капитализации интернет-проектов, что и в западных развитых странах, количество пользователей Интернета в России должно составить 20-25 млн. человек.

Объем интернет-бизнеса в США в 2007 году превысил 120 миллиардов долларов, оборот электронного бизнеса в Европе на конец 2007 года составил более 150 миллиардов долларов. В России объем интернет-бизнеса стремительно растет: если в 2006 году он, по оценке экспертов, равнялся 1,55 миллиардов долларов, то в 2007 году он уже был более 3 миллиардов долларов. Темпы роста впечатляющие - около 50% в год. Теперь можно уже смело говорить о том, что Рунет - это "золотая жила". Интернет-бизнес становится все более и более выгодным делом.

Россия - один из крупнейших рынков для любого Интернет бизнеса, где порядка 40 млн. регулярных пользователей Интернета. В социальной сети «ВКонтакте» - свыше 90 млн. аккаунтов. Подобные цифры можно приводить долго. Можно их монетизировать - так, первичная оценка рыночной стоимости акций владельца одного из популярных сервисов в Рунете, Mail.ru, составила почти $28 за акцию. Это позволило Mail.ru выручить средства в размере $84 млн. (а сама Mail.ru Group была оценена в $5,7 млрд.).

Пользователи не привыкли платить за то, что есть в Интернете - напротив, Интернет воспринимается как источник бесплатного контента. Однако роль Интернета на рекламном рынке постоянно растет - за последние месяцы, на 40%. Оценка стоимости активов, отражающая заинтересованность предпринимателей в коммуникациях и технологиях, также растет опережающими темпами. Так что перспективы отличные.

По мере развития Интернет бизнес в России сталкивается все с большим количеством проблем. Первая из них - недостаточная правовая база. Нет и механизмов, по которым может проводиться точная, а не приблизительная оценка рыночной стоимости предприятия. Вторая проблема - это то, что Россия является одним из центров мирового «хакерства» и компьютерного «пиратства». Объем спама - на почте, в службах мессенджеров (типа русского же ICQ), в социальных сетях - огромен. Из-за этого страдает и определение стоимости акций отечественных Интернет гигантов - на Западе к спаму и проч. отношение строгое.

Многие проблемы Интернета в России может - и должно, в рамках заявленной «модернизации» - решать государство. Правда, важно помнить, что простые решения в Интернете бывают не только полезными, но и гибельными. Об этом свидетельствуют многочисленные коррупционные скандалы в Сети. Нужна точная, непредвзятая оценка рыночной стоимости предприятия, каким бы оно ни было. Тогда оценка стоимости нематериальных активов отечественного Интернет бизнеса станет куда более благоприятной.

**Основные рекомендации к развитию интернет-бизнеса**

* Совершенствовать и развивать законодательную базу, регулирующую отношения в информационной сфере. Наиболее эффективная парадигма — «презумпция открытости информационных ресурсов».
* Принимать меры по ускорению внедрения пакета универсальных услуг в сфере ИКТ. Основной лозунг этих работ — преодоление «цифрового неравенства».
* Создать благоприятные экономические условия для внедрения ИТ, а не платить за развитие ИТ из бюджета, то есть стать мотиватором развития индустрии ИТ.
* Позиционировать программы развития Интернета как подпрограммы социально-экономического развития региона (Интернет не для совершенствования управления экономикой, а для человека — как инструмент приближения экономики к человеку). Желательно включение разделов по развитию глобальной сети в программы социально-экономического развития регионов.
* Стимулировать развитие вторичного рынка персональных компьютеров и лизинговых схем продаж СВТ.
* Стимулировать повышение добавленной стоимости при производстве СВТ, в том числе введением регрессивной шкалы НДС.

Для успешного формирования и реализации региональных программ необходимо в первую очередь перейти от распределительного принципа построения программ, основанного исключительно на внутренних источниках финансовых ресурсов, к более эффективным формам финансирования на основе дополнительных инвестиционных ресурсов.