

а
.
Мы уверены, что все пользователи, читающие эту статью, осознают, насколько значимое место в их жизни занимает интернет. Глобальная сеть открыла для людей не только новые возможности, но и вывела их на новый уровень. Поэтому ни для кого не стало новостью, что интернет начал использоваться для осуществления онлайн-бизнеса.

В настоящее время практически каждый серьезный и старательный человек способен заработать с помощью всемирной паутины. «Каким образом?» — удивятся некоторые. Ответ прост – с помощью электронной коммерции!

Понятие электронной коммерции и ее основные составляющие

Электронная коммерция – понятие очень широкое и включает в себя множество категорий, которые мы обязательно обсудим позже. Если приводить максимально обобщенное толкование данного термина, можно сказать, это система экономических отношений, которые осуществляются при помощи интернета. В узком смысле, электронная торговля – это онлайн-предпринимательство.

К электронной коммерции относятся следующие глобальные категории:

- онлайн-торговля
- электронный обмен данными (т.к. в современном мире один из главных по ценности ресурсов – это информация)
- электронный банкинг и осуществление страховых услуг
- переводы денег и электронные денежные средства
- электронный маркетинг (системы для сбора данных пользователя, электронные каталоги, справочники, доски объявлений)

На сегодняшний день, практически каждая физически существующая коммерческая организация (даже самая маленькая) имеет в распоряжении собственный сайт.

Это может быть обычный информационный сайт с основными данными об организации, услугах, ответами на часто задаваемые вопросы, контактными данными. Или же это может быть [полноценный интернет-магазин](#).

Все зависит от специфики работы организации, ее масштабов и целей. Также данное направление это отличный шанс для индивидуальных предпринимателей, решивших попробовать себя в качестве сетевых бизнесменов.

В современном мире все больше процессов становятся автоматизированными, поэтому очевидно, эта сфера интернет бизнеса, будет успешно развиваться и дальше. Расскажем подробнее о преимуществах и недостатках сетевой коммерции.

Преимущества

1) Главным преимуществом является ее способность достигать глобального рынка, не обязательно подразумевая большие финансовые вложения и затраты. Ограничения этого вида торговли не определяются географически. Это позволяет потребителям делать глобальный выбор, получать необходимую информацию и сравнивать предложения от всех потенциальных поставщиков независимо от их местонахождения.

2) Благодаря прямой связи с конечным потребителем, онлайн предпринимательство, сокращает цепочку посредников, иногда даже полностью устраняя их. Таким образом создается прямой канал между производителем или поставщиком услуг и конечным пользователем, что позволяет предлагать продукты и услуги, соответствующие индивидуальным предпочтениям целевого рынка.

3) Электронная коммерция позволяет поставщикам быть ближе к своим клиентам, что приводит к повышению производительности и конкурентоспособности для компаний. В результате потребитель получает улучшение качества обслуживания, что приводит к большей близости, а также к более эффективной до и после продажной поддержке. Благодаря этим новым формам электронной торговли потребители теперь имеют виртуальные магазины, которые открыты 24 часа в сутки.

4) Снижение затрат — еще одно очень важное преимущество, обычно связанное с электронной торговлей. Чем проще и удобнее осуществляется конкретный бизнес-процесс, тем больше вероятность его успеха. Это приводит к значительному снижению транзакционных издержек и, конечно же, цен, взимаемых с клиентов.

Недостатки

Основными недостатками, связанными с электронной торговлей, являются следующие:

1) Сильная зависимость от информационно-коммуникационных технологий. Особенно этот вопрос актуален для российского рынка. Далеко не во всех отдаленных регионах присутствует высокоскоростной интернет, который бы способствовал развитию интернет-торговли;

2) Отсутствие законодательства, которое надлежащим образом регулирует новые виды деятельности в области электронной торговли как на национальном, так и на международном уровне. Сюда же можно отнести высокий процент мошенничества в сфере электронной торговли и отсутствие эффективных методов борьбы с ним.

3) Не все потребители склонны к электронной торговле. Для многих клиентов возможность «пощупать» и визуально оценить товар является ключевым фактором при покупке тех или иных продуктов. Невозможность в полной мере оценить качество приобретаемого предмета — основной фактор, сдерживающий развитие электронной коммерции.

4) Потеря утраты пользователями конфиденциальности и небезопасность при проведении онлайн-транзакций. С развитием технологий безопасности риск этого фактора значительно снижается. Тем не менее, потерять свои деньги при оплате через интернет гораздо проще, чем потерять их, отдавая лично в руки продавцу в каком-нибудь магазине.

5) Угроза проблем с доставкой товара, оформлением возврата и т.п.

Электронная коммерция в цифрах

Зарождение электронной коммерции плавно начало происходить в 1998 году. Сегодня, спустя почти 20 лет, общий оборот интернет-торговли составил 2,36 трлн.долларов. Первое место по объему интернет-продаж среди всех стран, безусловно, занимает Китай. Россия находится лишь на 9 месте, а это значит, что в этой области существуют перспективы развития.

Электронная коммерция условно поделена более чем на 14 типов. Выделим из них несколько наиболее распространенных и интересных и расскажем о них подробнее.

B2B – в расшифровке аббревиатура означает «бизнес для бизнеса»

B2C – «бизнес для потребителя»

C2C – «взаимоотношения между потребителями»

C2B – «отношения между потребителями и торговыми организациями»

B2A – «бизнес-администрирование»

C2A – «потребительское администрирование»



Бизнес для бизнеса (B2B)

В этом типе электронной коммерции оба участника – коммерческие предприятия. В результате масштабы и ценность электронной коммерции B2B могут быть огромными. В качестве примера такой модели можно описать следующую ситуацию: предприятие-производитель смартфонов ищет оптовиков для сбыта своих товаров.

Таким образом, в этой схеме товары реализуются для их дальнейшей перепродажи конечным потребителям. Главной целью системы с B2B является повышение эффективности сотрудничества компаний в режиме онлайн.

Для любой бизнес-модели характерны свои площадки, с помощью которых реализуются торговые отношения. Для схемы B2B такими площадками являются биржи, аукционы и каталоги.

С помощью каталога можно получить максимум информации о характеристиках и свойствах приобретаемого продукта. Также покупатели могут сравнивать товары по цене, срокам и условиям доставки, отзывам и т.п.

Такая информационная прозрачность во много раз может облегчить выбор клиента. Чаще всего каталоги создаются в областях, где происходит сбыт недорогих товаров, на которые можно спрогнозировать спрос, и цена на которые почти не меняется.

Аукционы, как правило, проводятся для товаров уникального типа. Например, ими могут являться редкие предметы, специализированное техническое оборудование и т.д.

Ценообразование здесь никогда не бывает фиксированным и происходит прямо в момент проведения аукциона.

Продавец выставляет все свои лоты, а многочисленные покупатели предлагают постоянно повышающуюся цену, если они заинтересовались в товаре. Аукцион для лота завершается по истечении заранее оговоренного времени, после этого товар отдается клиенту, который предложил наибольшую цену последним.

На биржах цены формируются в соответствии со спросом и предложением, а потому они очень редко оказываются стабильными. Биржа отлично подойдет для продажи популярных, распространенных и простых товаров с легко стандартизируемыми характеристиками. Биржа также подходит для отраслей, в которых цена и спрос часто колеблются. Зачастую биржи предоставляют возможность совершать торги анонимно.

Бизнес для потребителя (B2C)

Когда мы слышим термин «электронная коммерция», большинство людей думают как раз о модели B2C. Можно сказать, что данная схема является логичным продолжением системы B2B, ведь именно тип B2C обеспечивает доведение товара до конечного потребителя.

Таким образом тип «бизнес-потребитель» соответствует нашим представлениям о традиционной розничной торговле. Единственным отличием является то, что в данном случае торговля осуществляется через Интернет.

Данный тип отношений шире всего распространен в сфере онлайн-коммерции. В Интернете уже есть множество виртуальных магазинов, которые продают все виды потребительских товаров, таких как электронные приборы, программное обеспечение, книги, обувь, автомобили, продукты питания, развлекательные продукты, услуги и многое другое.

Товарная структура интернет-покупок в мире (%)

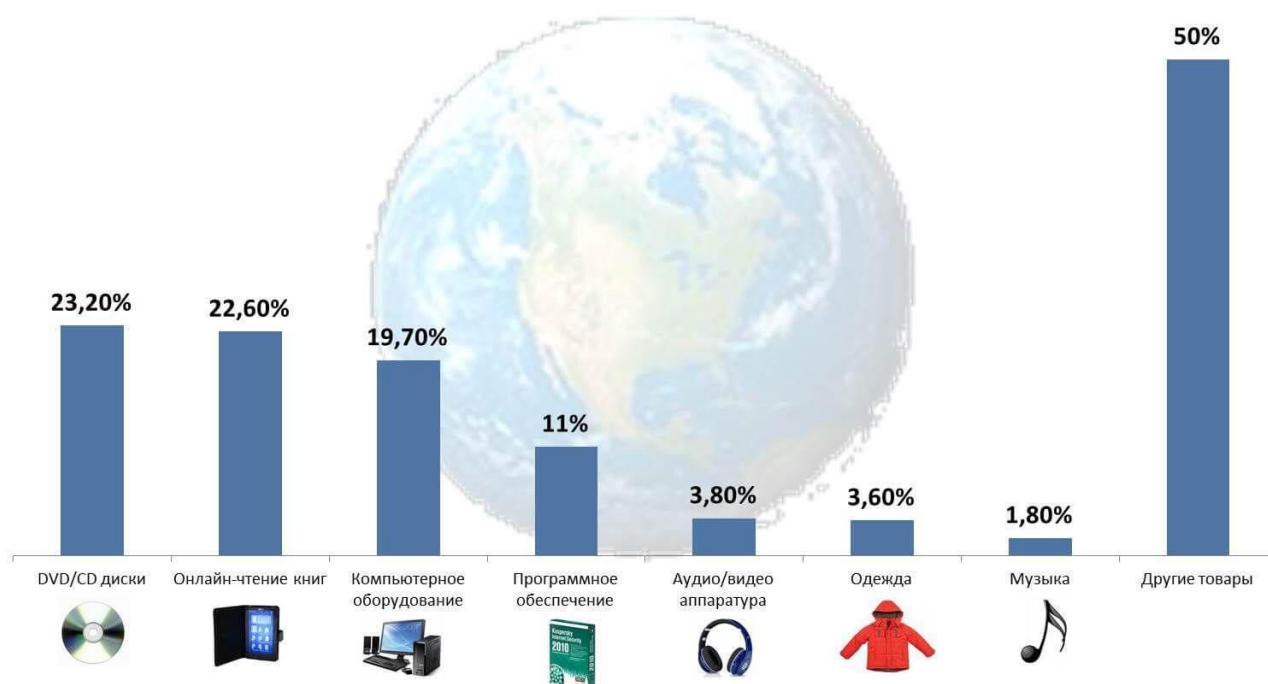


Схема «бизнес-потребитель» дает много выгод как покупателю, так и продавцу:

Для продавца эта схема выгодна главным образом тем, что нет необходимости нанимать много оплачиваемого персонала, как это бывает в обычных магазинах. У покупателя же отпадает потребность тратить время на посещение магазина: любой товар можно купить в интернете, изучив характеристики и отзывы.

По сравнению с покупкой в традиционном магазине потребитель обычно имеет больше информации, доступной с точки зрения информационного контента. Т.к. интернет-магазины не могут дать клиенту поддержать нужный товар в руках, они пытаются компенсировать это предоставлением максимума текстовой информации (потребитель может изучить все подробные характеристики и свойства, прочитать отзывы).

Еще один общеизвестный факт – через интернет любой предмет можно приобрести дешевле, чем в обычном магазине. На бытовую технику разница в ценах может составлять несколько тысяч.

Примерами крупнейших интернет-магазинов, работающих по системе «бизнес-потребитель» являются: Amazon, ozon, Aliexpress и т.д.

На основе схемы B2B появилось еще одно ответвление в электронной коммерции. С 2010 года активно начала развиваться продажа товаров через соц. сети, поэтому такой вид торговли получил название «социальная коммерция».

Тип B2B реализуется с помощью следующих торговых площадок:

- *интернет-магазины*
- *Web-витрины*
- *социальные сети*

Потребительская электронная торговля (C2C)

Эта сфера затрагивает торговые отношения между людьми, которые не ведут предпринимательскую деятельность. Проводя аналогию с обычной жизнью, можно сказать, что это нечто вроде объявления в газете о продаже того или иного товара.

В России в качестве торговых площадок для формата C2C выступают всем известные доски объявлений: Авито, Юла, и т.д. Также формат C2C начал широко распространяться в социальных сетях. Создаются специальные группы, в которых пользователи размещают объявления о продаже вещей из любых категорий.



Рассмотрим еще несколько существующих схем. Сразу отметим, что они пользуются значительно меньшей популярностью и заработать на них обычному пользователю очень трудно. Следующие схемы представлены, главным образом, для расширения общего кругозора.

Потребительский бизнес (C2B)

Этот тип электронной коммерции очень распространен в проектах, основанных на краудсорсинге. Большое количество людей делают свои услуги или продукты доступными для покупки среди компаний, ищущих именно эти виды услуг или продуктов.

Примерами такой практики являются сайты, на которых дизайнеры представляют несколько вариантов для логотипа компании, и какой-либо из них выбирается и приобретается.

Другие платформы, которая очень распространены в этом типе коммерции, — это рынки, на которых продаются фотографии, изображения, мультимедиа и элементы дизайна.

Бизнес-администрирование (B2A)

Эта часть электронной торговли охватывает все онлайн-транзакции, проводимые между компаниями и государственным управлением. Эта область характерна для таких областей, как фискальное, социальное обеспечение, занятость, юридические документы и регистры и т. д.

Потребительское администрирование (C2A)

Модель «потребитель-администрация» охватывает все электронные транзакции, проводимые между отдельными физическими лицами и государственным аппаратом.

Применяться эта схема может в следующих областях:

- **Образование** — распространение информации, дистанционное обучение и т. д.
- **Социальное обеспечение** — посредством распространения информации, осуществления платежей и т. д.
- **Налоги** — подача налоговых деклараций, платежей и т. д.
- **Здравоохранение** — запись на прием, онлайн-консультации, оплате медицинских услуг

Обе модели, связанные с государственным управлением (B2A и C2A) тесно связаны с идеей эффективности и удобства использования услуг, предоставляемых гражданам правительством при поддержке информационных и коммуникационных технологий.

Основные выводы

На основе информации, изложенной в статье, выделим несколько ключевых моментов, которые характеризуют основные положения электронной коммерции.

— для осуществления бизнес сделок, должно существовать минимум два участника. Один из них всегда будет выступать в роли продавца, а другой в качестве покупателя.

— Система B2B (бизнес – бизнес) – олицетворяет оптовую торговлю, и товары здесь продаются юридическим лицам. Тип B2C (бизнес-потребитель) представляет собой розничную торговлю и доводит товар до физических лиц (конечных потребителей)

— Любой пользователь без специальной информационно-компьютерной подготовки сможет зарабатывать с помощью схем B2C (бизнес –потребитель) и C2C (потребитель – потребитель).

— Тип коммерции B2C самый распространенный вариант осуществления электронной коммерции. Каждый пользователь сумеет заработать таким путем, создав свой интернет-магазин. Подробнее о создании своего интернет-магазина без вложений можно прочитать в этой статье. Также мы писали статью о заработке на Авито – это отличный пример, олицетворяющий получение дохода по системе C2C.

— В общей сложности, существует масса схем онлайн бизнеса. Можно расширить этот список до 30-40 схем, в зависимости от субъектов экономических отношений. Например, если мы считаем, что правительство является отдельным субъектом, то сможем придумать еще много видов онлайн торговли: B2G (от бизнеса к правительству), G2B (правительство для бизнеса), G2E (правительство для сотрудников), G2G (Правительство правительству), G2C (правительство гражданину), C2G (гражданин к правительству). Напоминаем, что все основные и общепризнанные типы были рассмотрены в данной статье.

Заключение

Подводя итог всему вышесказанному, можно сказать только одно: «электронная коммерция» продолжает успешно развиваться, проникая в более узкие специализированные сферы торговли. Будущее за интернетом и технологиями. Возможно, через несколько десятилетий у пользователей и вовсе пропадет надобность в традиционных розничных магазинах. А пока этого не произошло, просто следует знать, что электронная торговля – отличный шанс заработать и создать собственный бизнес с минимальными вложениями.