УДК 33.05

UDC 33.05

5.2.2. Математические, статистические и инструментальные методы в экономике (экономические науки)

5.2.2 Mathematical, statistical and instrumental methods in economics (economic sciences)

ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ В МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛЕ И МЕРЫ ПО ЕЁ РАЗВИТИЮ

ELECTRONIC COMMERCE IN INTERNATIONAL TRADE AND MEASURES FOR ITS DEVELOPMENT

Лапин Алексей Викторович
к.э.н., доцент кафедры управления производством
РИНЦ SPIN-код: 8165-3745
lateral78@yandex.ru
ФГБОУ ВО «Смоленская ГСХА», Смоленск, Россия

Lapin Alexey Viktorovich
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Department of Production Management,
RINC SPIN-code: 8165-3745
lateral78@yandex.ru
*FSBEI VO "Smolensk State Agricultural Academy",
Smolensk, Russia*

Статья посвящена ключевым аспектам электронной коммерции в контексте международной торговли. Предлагаются меры по развитию электронной коммерции, основное внимание уделяется экономической эффективности, которую обеспечивает электронная коммерция, а также необходимости создания поддерживающей инфраструктуры для её успешного функционирования. Раскрывается понятие электронной коммерции и её основные характеристики, способствующие повышению продуктивности и результативности бизнеса. Рассматриваются системы электронной коммерции «Bolero» и «TradeCard» на базе EDI, как внедрение механизмов для интегрирования с банковскими системами и автоматизации финансовых операций в управлении активами предприятий. В рамках решения актуальных вопросов для успешного продвижения электронной коммерции предлагается создание благоприятной макросреды при государственной поддержке в виде укрепления правовой базы, внедрения эффективных финансовых механизмов в поддержку малого и среднего бизнеса для повышения безопасности сделок. В завершении приводятся выводы, коррелирующие с тематикой исследования

The article is devoted to the key aspects of e-commerce in the context of international trade. It proposes measures for the development of e-commerce, focusing on the economic efficiency that e-commerce provides, as well as the need to create a supporting infrastructure for its successful functioning. The concept of e-commerce and its main characteristics that contribute to the productivity and efficiency of business are revealed. EDI-based e-commerce systems 'Bolero' and 'TradeCard' are considered as implementation of mechanisms for integration with banking systems and automation of financial operations in asset management of enterprises. Within the framework of solving the topical issues for the successful promotion of e-commerce it is proposed to create a favorable macro-environment with government support in the form of strengthening the legal framework, introduction of effective financial mechanisms to support small and medium-sized businesses to improve the security of transactions. The work concludes with conclusions that correlate with the research topic

Ключевые слова: ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ, МЕЖДУНАРОДНАЯ ТОРГОВЛЯ, ИНТЕРНЕТ, ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА, ФИНАНСОВОЕ УПРАВЛЕНИЕ

Keywords: ELECTRONIC COMMERCE, INTERNATIONAL TRADE, INTERNET, STATE SUPPORT, FINANCIAL MANAGEMENT

<http://dx.doi.org/10.21515/1990-4665-209-025>

Введение

Мировая торговля претерпела радикальные изменения с приходом интернета. Традиционный подход, предполагающий личные встречи,

<http://ej.kubagro.ru/2025/05/pdf/25.pdf>

длительные переговоры и сложную логистику, уступил место динамичной и высокотехнологичной среде электронной коммерции. Однако часто термины «электронная торговля» и «электронная коммерция» используются как синонимы, что, как подчеркивалось ещё на Парижской Всемирной конференции по электронной торговле 1997 года, является неточным. Различие между ними существенно, и понимание этого различия критически важно для успешного ведения бизнеса в глобальном масштабе.

Электронная коммерция (e-commerce) – это более широкий термин, охватывающий все аспекты деловых операций, осуществляемых с использованием электронных средств. Это не просто онлайн-продажи, а комплексная система, включающая в себя электронную обработку заказов, управление взаимоотношениями с клиентами, электронные платежи, электронный маркетинг, управление цепочками поставок, электронный документооборот.

Таким образом, электронная коммерция охватывает весь цикл жизни сделки, от маркетинга и продаж до послепродажного обслуживания. Она включает в себя использование разнообразных технологий, таких как EDI (электронный обмен данными), электронная почта, системы управления базами данных, CRM-системы, платежные шлюзы и многие другие.

Электронная торговля (e-trading) – это более узкое понятие, представляющее собой часть электронной коммерции. Она фокусируется непосредственно на процессе купли-продажи товаров или услуг онлайн и включает в себя онлайн-магазины, электронные аукционы, B2B-платформы и электронные торговые площадки.

Ключевое отличие заключается в том, что электронная торговля – это конкретный процесс сделки, в то время как электронная коммерция – это комплексная система, поддерживающая этот процесс и множество других деловых операций.

С момента Парижской конференции электронная коммерция значительно эволюционировала. Появились новые технологии, такие как блокчейн, искусственный интеллект и большие данные, которые кардинально меняют ландшафт онлайн-торговли. Мы видим рост персонализированного маркетинга, автоматизированных процессов, а также усиление роли мобильных устройств [1].

Будущее электронной коммерции и электронной торговли неразрывно связано с развитием искусственного интеллекта, который будет оптимизировать все процессы, от прогнозирования спроса до персонализации обслуживания клиентов. Расширение использования блокчейна обещает повысить безопасность и прозрачность сделок. В заключение, хотя термины часто используются как синонимы, электронная торговля является лишь одним из компонентов более обширной системы электронной коммерции. Понимание этих тонких различий является важным фактором для успешного функционирования в современной цифровой экономике [6].

Основные характеристики электронной коммерции

Электронная коммерция становится неотъемлемой частью современного бизнеса, открывая новые горизонты для предпринимателей. Она не только повышает эффективность и результативность торговых операций, но и кардинально меняет подход к ведению бизнеса.

Одним из главных преимуществ электронной коммерции является возможность значительного снижения затрат. Традиционные методы торговли часто сопряжены с высокими расходами на аренду помещений, зарплату сотрудникам и логистику. Использование интернет-платформ позволяет сократить эти расходы до 10% от первоначальных затрат. По данным исследований, компании, использующие электронную коммерцию для международной торговли, могут увеличить объем продаж в десять раз, благодаря более широкому охвату аудитории и снижению затрат на

рекламу. Кроме того, технологии, такие как электронный обмен данными (EDI), позволяют предприятиям оптимизировать процессы закупок, экономя до 10% на этом этапе. Это достигается за счет автоматизации, которая минимизирует человеческий фактор и ошибки, возникающие при ручном вводе данных.

Электронная коммерция предоставляет доступ к актуальной информации о рыночном спросе и тенденциях. Это позволяет компаниям оперативно реагировать на изменения на рынке и быстро адаптировать свои производственные планы. Информация о потребительских предпочтениях и запасах становится доступной в реальном времени, что помогает избежать проблем с избыточными или недостаточными запасами. Быстрая передача данных между поставщиками и покупателями также способствует сокращению производственного цикла. Стандартизированные электронные форматы документов, таких как контракты и аккредитивы, позволяют минимизировать время ожидания и ускорить процесс сделки.

Электронная коммерция способствует информатизации всех этапов торговой деятельности. С помощью интернет-технологий компании могут интегрировать свои системы, что позволяет им работать более эффективно. Например, онлайн-платформы позволяют не только продавать товары, но и управлять отношениями с клиентами (CRM), анализировать данные о продажах и проводить маркетинговые кампании. Сетевое взаимодействие также открывает новые возможности для сотрудничества между компаниями. Партнеры могут обмениваться данными и работать над совместными проектами в режиме реального времени, что значительно повышает скорость реагирования на изменения в бизнес-среде.

Электронная коммерция разрушает традиционные барьеры, которые существовали в бизнесе. Теперь предприниматели могут выходить на международные рынки, не имея физического присутствия в других

странах. Это открывает новые возможности для малых и средних предприятий, которые могут конкурировать с крупными игроками на равных условиях [3].

Электронная коммерция представляет собой мощный инструмент для повышения эффективности бизнеса. Снижение затрат, улучшение процессов принятия решений, информатизация и возможность выхода на международные рынки делают ее незаменимой в современном мире. Компании, которые успешно интегрируют электронную коммерцию в свою стратегию, получают значительное конкурентное преимущество и могут адаптироваться к быстро меняющимся условиям рынка.

Важно помнить, что успех в электронной коммерции требует не только технологий, но и правильного подхода к управлению изменениями и инновациям [4].

Применение электронной коммерции в международной торговле

Интернет – это фундаментальный сдвиг в парадигме бизнеса, произошедший в последние десятилетия. Зародившись в 1960-х годах в США как проект, финансируемый военными и научными кругами (ARPANET), он эволюционировал из инструмента обмена информацией между исследовательскими центрами в гигантскую коммерческую инфраструктуру, которая изменила мир. В основе этого лежит тот самый определённый стандарт – TCP/IP, обеспечивающий взаимодействие различных компьютерных сетей.

Традиционный бизнес характеризовался громоздкими и сложными процессами. Закупка сырья, производство, складирование, розничная и оптовая продажа – каждая стадия требовала значительных временных и финансовых затрат. Непроданная продукция занимала складские площади, нехватка сырья вела к задержкам, а информация о спросе поступала с задержкой и часто была неполной. Интернет радикально изменил эту картину. Он предложил бесплатное хранение информации о товарах,

постоянный мониторинг потребительского спроса, оптимизацию логистики, новые каналы продаж, снижение транзакционных издержек.

Однако, даже с учётом всех преимуществ, Интернет не лишён недостатков. Проблема безопасности до сих пор остаётся актуальной. Киберпреступность, утечки данных, хакерские атаки, фишинг – это лишь малая часть угроз, с которыми сталкиваются как крупные, так и малые предприятия. Защита информации, разработка надёжных систем безопасности и соответствие требованиям законодательства в области защиты данных – это всё ключевые аспекты, которые требуют постоянных инвестиций и внимания.

Электронный обмен данными (EDI, Electronic Data Interchange) – это не просто технология, а полноценная революция в сфере международной торговли. Представляя собой симбиоз информационных технологий и оптимизированных бизнес-процессов, EDI позволяет компаниям-импортерам и экспортерам автоматизировать обмен информацией, связанной с таможенным оформлением, инспекцией товаров, страхованием (включая транспортное), валютными операциями и многими другими аспектами внешнеэкономической деятельности. В отличие от открытого интернета, такой подход гарантирует высокую степень безопасности и надежности. В результате компании получают возможность ускорить весь цикл внешнеторговых операций, снизить затраты на персонал, материальные ресурсы и время обработки документов. EDI позволяет оптимизировать логистические цепочки, сократить количество посредников и, как следствие, ускорить выход на международные рынки. Тем не менее, для предприятий необходимо тщательно взвешивать затраты и потенциальную выгоду от внедрения EDI перед принятием решения.

В современном мире международной торговли электронный обмен данными (EDI) стал неотъемлемой частью эффективного управления

логистическими и финансовыми потоками. Системы Volero и TradeCard – яркие примеры прикладного уровня EDI, предлагающие комплексные решения для участников внешнеэкономической деятельности. Volero идеально подходит для оптимизации финансовых потоков и минимизации рисков в международных сделках, в то время как TradeCard предоставляет более широкий набор инструментов для управления всеми аспектами торговых отношений. Обе системы способствуют повышению прозрачности, эффективности и безопасности международной торговли, являясь важной составляющей современной глобальной экономики. Однако важно помнить о необходимости адаптации к постоянно меняющимся требованиям рынка и внедрению инновационных решений в области EDI.

Инtranет – мощный инструмент, позволяющий оптимизировать рабочие процессы, улучшить коммуникацию и, в конечном итоге, повысить эффективность бизнеса. В отличие от распространенного заблуждения, Инtranет не ограничивается географическими рамками. Современные решения позволяют сотрудникам, расположенным в разных городах, странах и даже континентах, работать в едином информационном пространстве, как будто они находятся в одном офисе. Это достигается за счет использования облачных технологий и надежных систем безопасности. Исторически Инtranет начинался с простых функций обмена файлами и электронных сообщений между отделами. Однако сегодня он эволюционировал в сложную, многофункциональную систему, способную на многое больше. Его возможности простираются далеко за пределы простого обмена файлами, охватывая все аспекты управления компанией, от коммуникации до автоматизации и анализа данных. Правильно спроектированный и внедренный Инtranет – это инвестиция, которая приносит ощутимую отдачу в виде повышения эффективности, улучшения коммуникации и роста прибыли.

Недостатки электронной коммерции

Россия активно развивает электронную коммерцию, стремясь интегрироваться в глобальную цифровую экономику. Однако путь к успеху усеян значительными препятствиями, которые тормозят развитие отрасли и ограничивают её потенциал как на внутреннем, так и на международном рынках.

Ключевая проблема заключается в несовершенстве законодательной базы, отстающей от стремительного развития технологий. Существующие нормативно-правовые акты, регулирующие электронную коммерцию, фрагментарны и часто не учитывают специфику онлайн-транзакций. В частности, остро ощущается нехватка четких и всеобъемлющих норм, касающихся. Недостаточно определены критерии юридической силы электронных документов и подписей, что создаёт риски для обеих сторон сделки. Отсутствие единого стандарта приводит к неопределенности и затрудняет разрешение споров.

Процедуры сертификации товаров и услуг в электронном формате нуждаются в совершенствовании и унификации. Аналогично, защита персональных данных потребителей и обеспечение конфиденциальности информации остаются слабым звеном. Действующего законодательства часто недостаточно для предотвращения утечек данных и противодействия киберпреступности.

Система онлайн-платежей нуждается в большей защите от мошенничества. Механизмы разрешения споров между покупателями и продавцами в онлайн-среде должны быть упрощены и усовершенствованы, чтобы обеспечить справедливое и оперативное решение конфликтов. Отсутствие эффективных механизмов приводит к низкому уровню доверия к онлайн-покупкам.

Защита авторских прав и патентной собственности в интернете требует усиления. Необходимо создать эффективные механизмы

пресечения пиратства и несанкционированного использования интеллектуальной собственности в онлайн-среде.

Вопросы юрисдикции в случае международных онлайн-транзакций остаются не до конца проясненными, что создаёт сложности для разрешения споров между сторонами из разных стран.

Развитие электронной коммерции требует согласованных действий различных государственных органов – от Министерства цифрового развития, связи и массовых коммуникаций до Федеральной таможенной службы и налоговых органов. Отсутствие эффективной координации приводит к бюрократическим задержкам и препятствует развитию отрасли.

Электронная коммерция неразрывно связана с информационными технологиями, что делает её уязвимой для кибератак. Недостаточная защита данных, уязвимости в системах онлайн-платежей и недостаток квалифицированных специалистов в области кибербезопасности - всё это создаёт серьёзные риски для бизнеса и потребителей.

Для успешного развития электронной коммерции в России необходимо комплексное решение обозначенных проблем и обеспечить российским компаниям конкурентоспособность на глобальном рынке.

Меры по развитию электронной коммерции в международной торговле

1. Создание благоприятной макросреды залог успеха электронной коммерции. Простая декларация поддержки недостаточна; необходимы конкретные действия, направленные на создание надежной и предсказуемой правовой базы. Разработка и оперативно внедрение современных законов, регулирующих все аспекты электронной коммерции, от защиты прав потребителей и интеллектуальной собственности до разрешения споров и кибербезопасности.

Перспективным направлением является международное

сотрудничество в сфере налоговой юрисдикции, основанное на принципах взаимного признания и обмена информацией, с целью предотвращения двойного налогообложения и оптимизации налогового администрирования.

Быстрый и надежный интернет, развитая платежная система, а также доступ к современным технологиям являются фундаментом успешной электронной коммерции. Государство должно инвестировать в развитие цифровой инфраструктуры, обеспечивая доступность интернета для всех участников рынка, вне зависимости от их географического положения.

2. Система кредитных гарантий, как минимизация рисков. Для снижения рисков, связанных с онлайн-платежами и исполнением контрактов, необходимо внедрение эффективной системы кредитных гарантий: государственные программы страхования, использование платформ электронной коммерции с надежной системой защиты Volero и TradeCard, развитие системы оценки кредитоспособности, международное сотрудничество в сфере кибербезопасности.

Комплексный подход, охватывающий правовую базу, налоговую политику, развитие инфраструктуры и систему кредитных гарантий, позволит раскрыть весь потенциал электронной коммерции и обеспечить её устойчивое развитие. При этом важно постоянно адаптироваться к меняющимся условиям рынка и новым технологиям, чтобы оставаться конкурентоспособными в глобальной экономике [7].

3. Поддержка малого бизнеса в освоении электронной коммерции. Создание целостной экосистемы, способствующей успешному внедрению электронных торговых площадок, включающую программу обучения и повышения квалификации, развитие специализированных платформ электронной коммерции для малых и средних предприятий, активное продвижение российских товаров на международных онлайн-площадках, решение вопросов логистики и таможенного оформления, разработку

системы мониторинга и оценки эффективности государственной поддержки. Это позволит оптимизировать программы поддержки и направить ресурсы на наиболее эффективные направления. Регулярный анализ данных, сбор обратной связи от предпринимателей и внедрение инновационных подходов являются ключевыми факторами успеха [5].

Заключение

Электронная коммерция неуклонно меняет ландшафт глобальной торговли, превращаясь в неотъемлемую часть внешнеэкономической деятельности. Для российских компаний она открывает безграничные возможности расширения рынков сбыта, оптимизации бизнес-процессов и повышения конкурентоспособности на мировой арене. Однако, простое создание интернет-магазина недостаточно для достижения успеха. Успешное использование электронной коммерции требует выверенной стратегии, глубокого понимания целевых рынков и адаптации к специфике международной онлайн-торговли [2].

Электронная коммерция позволяет российским экспортерам напрямую взаимодействовать с клиентами по всему миру, минуя традиционных посредников (дистрибьюторов, агентов). Это существенно сокращает время выхода на новые рынки и увеличивает прибыльность каждой сделки, так как исчезают посреднические наценки. Такой подход особенно важен для компаний с уникальными товарами или услугами, ранее испытывавших сложности с доступом к международной аудитории.

Онлайн-платформы автоматизируют множество рутинных операций – от обработки заказов и управления запасами до логистики и обработки платежей. Это значительно сокращает административные расходы, освобождает персонал для выполнения более стратегически важных задач и снижает вероятность человеческой ошибки. Современные системы позволяют отслеживать все этапы доставки, что повышает прозрачность и доверие к компании.

Электронная коммерция стирает географические границы. Российские компании получают доступ к глобальной аудитории, потенциально увеличивая объемы продаж в разы. Это особенно актуально для товаров с высоким спросом за рубежом, но ограниченной логистикой для физической доставки.

Интеграция CRM-систем и аналитических инструментов позволяет отслеживать эффективность маркетинговых кампаний, анализировать поведение покупателей и персонализировать предложения. Это способствует увеличению конверсии и лояльности клиентов.

Электронная коммерция предоставляет возможности для персонализации взаимодействия с клиентами. С помощью таргетированной рекламы, рекомендательных систем и индивидуальных предложений можно повысить вовлеченность и удовлетворенность покупателей.

Несмотря на многочисленные преимущества, использование электронной коммерции в международной торговле сопряжено с рядом сложностей: логистические вопросы, юридические аспекты, языковой барьер, цифровая грамотность, конкуренция.

Для достижения успеха необходимо комплексное и стратегическое планирование, включающее тщательный анализ рынков, разработку эффективной маркетинговой стратегии, выбор подходящих онлайн-платформ и обеспечение высокого уровня обслуживания клиентов. Только системный подход позволит российским компаниям использовать весь потенциал электронной коммерции и занять достойное место на глобальном рынке.

Список использованной литературы

1. Бажанова Ю.А. Состояние и перспективы развития электронной торговли в России // Модели, системы, сети в экономике, технике, природе и обществе. 2015. №3 (15).

2. Белокопытов А.В. Модель эффективного использования аграрного труда в регионе // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. 2004. № 11. С. 23-26.
3. Захаров А.Н., Чехранова Т.А. Тенденции развития электронной торговли в международной практике // Российский внешнеэкономический вестник. 2019. №6.
4. Лапин А.В. Эффект взаимодействия бизнес-среды и цифровой экономики // Научный журнал КубГАУ. 2024. №204.
5. Лойко В.И., Барановская Т.П., Вострокнутов А.Е., Яхонтова И.М. Методики формирования бизнес-модели организаций малого бизнеса // Вестник Воронежского государственного аграрного университета .- 2018 .- №3 .- С. 210-218.
6. Салихова Р.Р. Сущность, факторы и проблемы развития электронной торговли в России // ВЭПС. 2020. №2.
7. Чеботарева А.А. Электронная коммерция: стратегические направления государства в развитии и проблемы правового регулирования // Вестник Академии права и управления. 2019. №2 (55).

References

1. Bazhanova Ju.A. Sostojanie i perspektivy razvitija jelektronnoj trgovli v Rossii // Modeli, sistemy, seti v jekonomike, tehnikе, prirode i obshhestve. 2015. №3 (15).
2. Belokopytov A.V. Model' jeffektivnogo ispol'zovanija agrarnogo truda v regione // Jekonomika sel'skohozjajstvennyh i pererabatyvajushhh predpriyatij. 2004. № 11. S. 23-26.
3. Zaharov A.N., Chehranova T.A. Tendencii razvitija jelektronnoj trgovli v mezhdunarodnoj praktike // Rossijskij vneshejekonomicheskij vestnik. 2019. №6.
4. Lapin A.V. Jeffekt vzaimodejstvija biznes-sredy i cifrovoj jekonomiki // Nauchnyj zhurnal KubGAU. 2024. №204.
5. Lojko V.I., Baranovskaja T.P., Vostroknutov A.E., Jahontova I.M. Metodiki formirovanija biznes-modeli organizacij malogo biznesa // Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo agrarnogo universiteta .- 2018 .- №3 .- S. 210-218.
6. Salihova R.R. Sushhnost', faktory i problemy razvitija jelektronnoj trgovli v Rossii // VJePS. 2020. №2.
7. Chebotareva A.A. Jelektronnaja kommercija: strategicheskie napravlenija gosudarstva v razvitii i problemy pravovogo regulirovanija // Vestnik Akademii prava i upravlenija. 2019. №2 (55).