История возникновения и основные этапы развития электронной коммерции

Компьютерные сети глобально изменили общество, активно вмешались в экономику и деловую активность, повлияв на формирование новой разновидности экономической деятельности – предпринимательство с использованием системы Internet и телекоммуникаций. E-commerce, или электронная коммерция уже составляет значимую часть бизнеса в России, где стороны при совершении сделок на товарном рынке взаимодействуют с помощью компьютерного обмена данными посредством интернет-технологий.
Благодаря сети Internet ведение бизнеса дистанционно через коммуникативную связь стало доступно для предпринимателей различного масштаба: on-line торговля через виртуальный канал сбыта почти не требует материальных вложений. E-commerce также включает системы, ориентированные на Интернет, и магазины с использованием коммуникационной среды ВBS, VАN. Платежным средством при таких продажах выступают банковские карты, электронные деньги. [2]

Что же означает это понятие? Электронная коммерция – термин комплексный, определяется как экономическая область с проведением денежных и торговых транзакций через компьютерные сети, включающая еще бизнес-процессы, необходимые для завершения операций: электронный маркетинг, ведение документооборота, поставка товара/услуги. Хранится информация на WEB-серверах организаций, которые осуществляют интернет-обслуживание. Доступ к данным открывается по заявкам клиентов из программ-браузеров. [1]

Если говорить об истории развития, то первый коммерческий опыт ведения бизнеса с помощью коммуникационных технологий был получен в США в 60-х гг. 20 века: «American Airlines» совместно с IBM начали создавать автоматизированную систему заказа мест на рейсы – «Semi-Automatic Business Research Environment». За счет SABRE, самостоятельного дистанционного приобретения билетов, перелеты стали доступнее для пассажиров, а автоматизация резервирования снизила стоимость тарифов. Изначально ведение организовывалось с использованием собственных протоколов электронного обмена информацией. Для развития и ускорения были созданы «Electronic Data Interchange» - стандарты передачи электронных сообщений между пользователями. К 70-м годам уже было 4 индустриальных образца информационного обмена при управлении транспортом. Тогда же в Великобритании были выработаны спецификации «Tradacoms», определенные Еврокомиссией ООН как стандарт для международной торговли при обмене данными.
В 80-х годах началось объединение спецификаций США и Европы. Сформированный на основе GTDI шаблон EDIFACT стал применяться для получения передаточного протокола почты Х400, это вывело на новый уровень электронное предпринимательство. Если в 1996 году продажи через Интернет находились в зачаточном положении, то к 2000 году дистанционная коммерция стала уже значимой частью экономики со стабильно растущим электронным движением капитала. Появились и компании, обучающие получению прибыли через Интернет, например – INFINii. [5]

В 1992 г. конгресс США одобрил коммерциализацию сети Интернет.

На российском рынке финансовых услуг появился первый виртуальный банк – IMTB; это произошло 10 апреля 1998 г.

В мае 1998 г. Всемирная торговая организация приняла решение освободить от обложения таможенными пошлинами данные и программные продукты, приобретенные и доставленные с помощью Интернета. Некоторые страны создали собственные специальные программы стимулирования развития сетевой экономики. Например, в США в отношении продаж через Интернет был введен мораторий на изъятие налога с продаж, который при обычной торговле составляет 5-10 % от цены товара.

В России в 1998 г. начинает работать первая система Интернет-банкинга «Интернет Сервис Банк», разработанная Автобанком.

Декабрь 1998 г. был ознаменован тем, что онлайновые предпраздничные покупки американцев перенесли Amazon через барьер в 1 млрд. долл. годовых продаж, AOL (крупнейший Интернет-провайдер в США) получила 1,2 млрд. долл. дохода за 10 недель предпраздничной торговли.

В ноябре 1999 г. Московская межбанковская валютная биржа (ММВБ) создала автоматический интернет-шлюз – мощный терминал, способный обрабатывать одновременно большое число заявок на покупку и продажу какого-либо вида ценных бумаг. При этом время с момента подачи клиентом заявки до ее регистрации сократилось до нескольких секунд, т.к. многие операции, например, проверка платежеспособности клиента, стали обрабатываться не вручную, а автоматически. С этого момента началась история российского интернет-трейдинга. За первые 2 года существования шлюза доля рынка интернет-брокеров на ММВБ выросла до 50 %, а доля сделок, заключаемых через шлюз – до 63 %. К торговой системе ММВБ подключились более сотни брокерских компаний. [3]

В январе 2000 г. AOL и Time Warner (крупнейшая медиаимперия) сообщили о намерении объединиться, что было оценено в 350 млрд. долл. Возможности AOL с ее 24 млн. пользователей, которым она может поставлять контент от Time Warner, огромны, они повысили рейтинги этой компании на рынке электронной коммерции.

Был продлен мораторий на налогообложение Интернет-бизнеса в США. Палата представителей американского парламента проголосовала за продление моратория на введение специальных налогов для Интернет-коммерции еще на пять лет.

В мае 2000 г. создано объединение ведущих мировых финансовых организаций и производителей сотовых телефонов «Mobey Forum», которые впервые провели успешные испытания 2-чиповой технологии мобильных платежей.

Ненамного позже компания «France Telecom» представила систему мобильных платежей «Paiement CB sur mobile», основанную на оплате посредством использования мобильного телефона вместе с пластиковой картой.

В начале 2001 г. Всемирный банк распространил проект документа «Электронные государственные закупки», призванный стимулировать широкую дискуссию о путях и формах развития электронных государственных закупок. Даже такое краткое изложение, не включившее в себя появление систем электронных денег, возникновение крупных виртуальных предприятий и сообществ отражает тот динамизм и масштаб событий в экономической сфере, которые приводят к коренной перестройке существующих форм общественного производства, распределения и потребления. [2]

Этапы развития электронной коммерции

На данный момент, сфера E-commerce является одним из лучших направлений для открытия бизнеса.

Почти каждый месяц появляются новости, относящиеся к виртуальным деньгам. Это не удивительно, человечество по достоинству оценило данную технологию и теперь не представляет жизнь без виртуальных кошельков и банковских карт.

Специалисты выделяют разные этапы развития E-commerce. Одни разделяют их по тому, когда начали появляться новые типы счетов, другие ссылаются на количество появляющихся видов виртуальной валюты. [4]

Вряд ли кто-то будет спорить, что электронная коммерция развивалась вместе с интернетом, а здесь выделяется несколько серьезных этапов:

1. Начальный – когда только разрабатывалась глобальная сеть и появлялись первые системы денежных переводов. Он проходил до 90-х годов, был длительным. Технологии улучшались и вместе с этим, повышался интерес к виртуальным деньгам.
2. Поисковый – в начале 90-х годов 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 гг. были созданы эти сайты, а затем 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.

На каждом этапе отмечался повышенный прирост аудитории интернета. Вместе с этим росло и количество пользователей электронной коммерции. Переходы на сайты с мобильных устройств растут в геометрической прогрессии, поэтому последний этап считается самым динамичным. [7]

Доступность интернета сильно сказывается на развитии E-commerce. В частности, это сказывается на торговле через интернет. Если в 2010 году объем виртуальных денег в сфере интернет-торговли составлял не больше 600 млрд. долларов, то в 2015 цифра перевалила за 950 миллиардов.

Многие люди считают, что интернет уже перешел в стадию конечного развития, но по данным на 2015 год, чуть меньше 40 % населения земли пользуется всемирной паутиной. Это говорит о том, что ещё далеко не все ощутили преимущества данной технологии и электронной коммерции.

С появлением социальных сетей, электронная коммерция тоже стала активно развиваться. Бизнесмены начали пользоваться этими сайтами для продвижения своих товаров и услуг. Также, многие, практически со старта начали заниматься созданием электронных площадок с целью из дальнейшей монетизации. Можете не сомневаться, что это направление будет продолжать расширяться. С виртуальными деньгами уже производится огромное количество операций, а разработчики делают всё, чтобы сделать безналичные расчеты безопасными. Естественно, это сказывается на объемах, ведь люди понимают, насколько это удобно. [6]

Во многом сказывается развитие мобильных технологий, ведь хранить все данные на телефоне намного удобнее. С мобильных устройств пользователи всё чаще что-нибудь приобретают в сети, так как это возможность сэкономить время и деньги, а также доступ к самому большому ассортименту товаров.

Конкуренция среди разработчиков разных технологий, связанных с электронной коммерцией, заставляет их придумывать что-то новое постоянно.

На общее развитие это влияет положительно и, если внимательно следить за этим рынком, то можно заметить, насколько часто закрываются компании, работающие по устаревшим технологиям.

Список литературы

1. Гаврилов, Л. П. Основы электронной коммерции и бизнеса / Л.П. Гаврилов. - М.: Солон-Пресс, 2013. - 592 c.
2. Грехов, А. М. Электронный бизнес (Е-коммерция): учебное пособие / А. М. Грехов. - К.: Кондор, 2008. - 302 с.
3. Кобелев, О. А. Электронная коммерция: учебное пособие / С.В. Пирогова. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и Ко, 2010. – 674 с.
4. Козырев, А.А. Информационные технологии в экономике и управлении. -СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2007. – 360 с.
5. Овсейко, С. В. Электронная торговля. Финансовые и правовые аспекты / С.В. Овсейко. - М.: Амалфея, 2011. - 296 c.
6. Электронная коммерция: учебник / Л.А. Брагин, Г.Г. Иванов, А.Ф. Никишин, Т. В. Панкина. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ Инфра-М, 2012.  ‑ 192 с.
7. Юрасов, А. В. Основы электронной коммерции: учебник для вузов / А.В. Юрасов. - 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Горячая линия ‑Телеком, 2017. – 500 с.