

Тема лекции 11. Электронная коммерция на потребительском рынке товаров и услуг: технологии business-to consumer, business-to-business, business-to-government

- 1. Понятие электронной коммерции**
- 2. Технологии business-to consumer**
- 3. Business-to-business**
- 4. Business-to-government**

1. Электронная коммерция - это сфера цифровой экономики, которая включает в себя все финансовые и торговые транзакции, осуществляемые при помощи компьютерных сетей, и бизнес-процессы, связанные с проведением таких транзакций.

Большинство потребителей, прежде чем сделать покупку в интернете, предпочитают ознакомиться с отзывами как о товаре, так и о самой интернет площадке и качестве ее услуг.

Казахстанцы все больше используют интернет для покупок. Появилось больше площадок, которые предлагают товары и услуги онлайн. Встает закономерный вопрос – как регулировать их работу.

Государство разрабатывает для электронной торговли новые правила. Бизнес со своей стороны участвует в этом процессе через Ассоциацию Цифровой Казахстан. АЦК ведет активную работу и по итогам года готовит обзор - что изменилось в законодательстве и как это повлияло на рынок.

Нормативная база в сфере e-commerce по-прежнему формируется: уточняются понятия электронной коммерции и торговли, внедряются понятия и институты, которые в дальнейшем станут предметом регулирования.

В Казахстане, первом из государств-членов Евразийского Экономического Союза, законодательно разграничены понятия электронной коммерции и электронной торговли, включены понятия электронной торговой площадки (ЭТП) и информационно-рекламной торговой площадки.

В целях налогообложения в Налоговый кодекс также включено понятие электронной торговли.

Казахстан, как и многие государства, не торопится принимать отдельный закон об электронной коммерции и торговле. Изменения и дополнения достаточно осторожно и взвешено вносятся в акты, регулирующие торговую деятельность, налогообложение и таможенное регулирование, защиту прав потребителей, что дает сектору возможность серьезно развиваться.

Профессиональные ассоциации, включая АЦК, отстаивали положение о том, что регулирование процесса аналитики BigData и использования биометрической идентификации будет применимо только в отношении государственных органов. Ожидается, что это найдет отражение в планируемом к принятию Законе "О внесении изменений и дополнений в

некоторые законодательные акты Республики Казахстан по вопросам регулирования цифровых технологий".

Основные практические меры, направленные на поддержку и развитие сферы e-commerce, определены **Дорожной картой развития электронной торговли в РК до 2025 года**. Документ был разработан с участием АЦК, и в него вошли предложения казахстанских компаний.

Одно из важных направлений развития – **вывод казахстанских обработанных товаров и казахстанских субъектов электронной торговли на международный рынок**. Для этого предусмотрен ряд стимулирующих мер: возмещение затрат на оплату регистрационного взноса и рекламу казахстанских обработанных товаров на экспорт посредством электронной торговли, продвижение отечественных товаров на международных торговых площадках и пр.

2. **B2C (business-to-consumer)** - это модель бизнеса, в которой компания продаёт товар конечному потребителю, или частному лицу. Это, например, продуктовые магазины, развлекательные центры, кафе и рестораны, кинотеатры, интернет-магазины.

Примеры B2C-предприятий:

- любые розничные магазины или аптеки;
- частные детские сады. Они напрямую оказывают услуги родителям и их детям. Школы, библиотеки, спортивные секции работают по такой же модели;
- кафе, рестораны, пекарни. Все они продают свою продукцию частным лицам;
- клининговые службы, оказывающие услуги, например, по уборке квартир.

Особенности B2C-модели:

- В офлайне важно место расположения. Чем больше пешеходный трафик, тем больше сможет заработать кафе, ресторан или развлекательный центр. Покупатель, выбирая между несколькими компаниями, учитывает среди прочего то, как быстро он сможет добраться до них. Поэтому многие компании, работающие по модели B2C, стремятся занять помещения в центре города или рядом с крупными жилыми комплексами, бизнес-центрами. В B2B местоположение не так важно.
- Массовое производство. Потребители покупают товары в небольшом количестве, не оптом. Поэтому производителю невыгодно создавать индивидуальные товары под каждого клиента. Но под разные категории клиентов можно создавать разные товары: например, крем для молодой кожи и крем от морщин. В B2B же бывает, что компания создаёт уникальный продукт для клиента.
- Большая роль эмоций. Покупателю можно рассказать, как работает продукт, как он решает проблему. Но конечное решение потребитель, скорее всего, примет под влиянием эмоций.

- Важны сервис и обслуживание. Чем больше уважения и вежливости к покупателю, тем он больше доволен обслуживанием и тем выше вероятность, что он вернётся за следующими покупками.

- Онлайн-продажи. В B2C самая высокая доля покупок с онлайн-оплатой прямо на сайте.

3. **B2G (business-to-government)** - это бизнес-модель, в которой компания продаёт свои услуги государственным учреждениям. Бизнес может быть небольшим - допустим, веб-студия поддерживает сайт региона. А может быть крупным.

Бизнес может сотрудничать с государством разными способами: поставлять продукцию, продавать в лизинг, сдавать в аренду и оказывать другие услуги.

Покупателями в B2G могут быть:

- медучреждения: поликлиники, травмпункты, санатории, государственные аптеки;
- образовательные учреждения: детские сады, школы, вузы, детские лагеря;
- органы муниципальной и государственной власти: налоговая, местная администрация и другие;
- культурные и научные организации: исследовательские центры, театры, библиотеки;
- правоохранительные органы: полиция, армия, суд.

Особенности B2G-модели:

- **Долгосрочное сотрудничество.** Государству проще покупать у одной компании постоянно: качество уже знакомо, и не нужно тратить время и деньги на поиск других компаний.

- **Большой объём продаж.** Государство - крупнейшая организация, оно может делать большие заказы. Государству нужно, например, ремонтировать сотни километров дорог и печатать десятки тысяч учебников.

- **Тендерная система.** Нельзя просто заявить государству, что вы хотите поставлять свои товары или услуги. Нужно участвовать в тендере. Для этого придётся пройти верификацию, разобраться в законодательстве, собрать и подать документы для участия. Государство выберет организацию, которая лучше других подходит по условиям.

- **Бюрократия.** На каждом этапе сотрудничества с государством придётся заполнять десятки документов. Можно столкнуться с задержками выплат и с тем, что простые вопросы решают по несколько недель.

- **Большая ответственность.** Для некоторых видов закупок нужно получить свидетельство, которое гарантирует качество услуг или товаров. Если работа будет выполнена некачественно, компании придётся исправлять результат за собственные деньги.

Контрольные вопросы:

1. Понятие и роль электронной коммерции
2. Характеристика технологии business-to consumer
3. Содержание технологии business-to- business
4. Суть и содержание business-to- government