Подводя итоги значения влияния эластичности спроса по цене на ценовую политику компании можно сделать следующие выводы:

1. Для определения реакции изменения потребительского спроса и величины этого изменения применяется понятие эластичность спроса. Ее изучение позволяет планировать и прогнозировать многие процессы на предприятии.
2. Эластичность спроса показывает на сколько процентов изменится потребительский спрос, если произойдет изменение цены, дохода потребителя и цен на аналогичные товары.
3. Ценовая эластичность характеризует реакцию потребительского спроса на изменение цены товара или услуги. Эластичность спроса по доходу – позволяет определять изменение спроса потребителя (а, значит, и объем продаж) в зависимости от изменения дохода.
4. Изучение перекрестной эластичности позволяет предприятию конкурировать среди аналогичных товаров и услуг, а также выстраивать ценовую стратегию, касающуюся дополнительных групп товаров (товаров, дополняющих данный в потреблении).
5. Могут различать следующие виды эластичности: эластичный и неэластичный спрос. Если при изменении цены (например ее снижении) наблюдается увеличение объема продаж и рост выручки, то это эластичный спрос. Если ситуация характеризуется в обратном направлении (снижении цены не вызывает роста выручки), то это неэластичный спрос.

1. Антошкина Л.В. Особенности ценообразования в России//Современная экономика. Сборник статей XXXV Международной научной конференции. 2019. С.13-16.
2. Белоусов А.Л., Проблемы государственного регулирования ценообразования предпринимательской деятельности// Современные тенденции развития гражданского и гражданского процессуального законодательства и практики его применения. 2017. Т. 4. С. 36-44.
3. Иванов Г.Г., Ефимовская Л.А., Куликов И.А. Государственное регулирование ценообразования в условиях экономического кризиса//Приволжский научный вестник. 2016. № 5 (57). С. 99-102.
4. Мерзлякова А.С. Проблемы и методы ценообразования в России//Управление инвестициями и инновациями. 2017. № 4. С. 48-54.
5. Морозова О.И. Система регулирования цен в РФ//Экономика и социум. 2018. № 11 (54). С. 682-685.
6. Ямпольская Д. Ценообразование в условиях рынка: учебное пособие. М.: Международные отношения. 2015. 192 с.

Гузуева Э.Р., Анзорова А.И.

Электронная коммерция в Чеченской республике: текущее состояние, проблемы и пути их преодоления

*ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет»
(Россия, Грозный)*

doi: 10.18411/lj-11-2019-142

idsp: ljournal-11-2019-142

Аннотация

Появление интернет-технологий способствовало становлению электронной коммерции. Она является динамично развивающейся отраслью экономики во всем мире. В результате этого наблюдается непрерывный рост рынка электронной коммерции, как в мировом масштабе, так и в России. В статье дается определение понятию электронная коммерция, электронный банкинг, интернет-маркетинг. Рассматривается текущее состояние электронной торговли в Чеченской Республике. Авторами изучены существующие проблемы электронной коммерции в Чеченской республике. Выявлены основные причины, тормозящие развитие электронной

коммерции и представляющие собой такие факторы, как недоверие со стороны потребителя, отсутствие достойного предложения и недостаток высококвалифицированных специалистов в данной отрасли. Рассмотрены технологии, внедряющиеся в коммерческую деятельность, развитые отрасли электронной коммерции и проблемы, которые тормозят их улучшение.

Ключевые слова: электронная коммерция, электронная торговля, интернет-маркетинг, онлайн-банкинг, Чеченская республика

Электронной коммерцией называют установившуюся практику применения традиционной коммерции к любой экономической деятельности, основанной на использовании электронных информационных технологий.

Важно обратить внимание на то, что понятие электронная коммерция и интернет-торговля немного различаются. Понятие электронная коммерция шире, так как в нее входят все виды коммерческой деятельности, осуществляемые электронным путем без использования сети Интернет: например, банковское обслуживание через системы «Клиент-Банк»; внутренние системы управления ресурсами предприятия и т. п.

К электронной коммерции относится:

- электронный обмен информацией (Electronic Data Interchange, EDI),
- электронное движение капитала (Electronic Funds Transfer, EFT),
- электронную торговлю,
- электронный маркетинг (e-marketing),
- электронные деньги (e-cash),
- электронный банкинг (e-banking),
- электронные страховые услуги (e-insurance) [4].

В современной экономической ситуации предприятия нуждаются в серьезной IT-поддержке собственного бизнеса. Компании, которые направлены на применение информационных технологий увеличивают эффективность своей деятельности в несколько раз. Особенно это актуально, во время высоких темпов развития электронной коммерции. Поэтому предприимчивый руководитель должен инвестировать в IT-поддержку, не доводя организацию до объемов накопленных архивных данных, где невозможно найти необходимую информацию.

Основные факторы, которые послужили толчком к наиболее активному применению и внедрению новейших технологий информационного характера:

- Повышение уровня конкуренции;
- Глобальные изменения в поведении потребителей;
- Доступность информационных технологий;
- Гонка технологических разработок.

В Чеченской Республике электронная коммерция только начинает свое развитие. Основные проблемы, которые тормозят этот процесс – это:

1. Узкий круг пользователей интернета в регионе, большая часть из которых не увлечена покупками в интернете. Однако с каждым годом все больше людей пользуются интернетом.

2. Отсутствие соответствующих сайтов и плохое ведение существующих. Это затрудняет привлечение и удержание потенциальных клиентов. Пользователь не может найти необходимую информацию, интересующий продукт или услугу. Все это оставляет его потребности неудовлетворенными, и время, потраченное на поиск среди большого потока информации, превращается в затраты. Это информация о ценах, которые должны быть приемлемы, информация о характеристиках товаров и услуг, информация о самих продавцах.

3. Нет развития нормативно-правовой базы, что приводит к такой проблеме как защита прав интеллектуальной собственности на продукт или услугу, реализующиеся в рамках электронной торговли, а также к проблемам финансового и договорного характера. В результате возникает недоверие со стороны инвесторов, потенциальных покупателей, и темпы развития уменьшаются.

4. Безопасность финансовых сделок и передаваемой информации, являющейся конфиденциальной. Нужно использовать надежные и эффективные механизмы, гарантирующие конфиденциальность, для того чтобы свести угрозы в сфере безопасности электронной коммерции к минимуму. Слабая правовая поддержка пользователей электронной экономики. Данный вид экономики подразумевает серьезную степень защиты используемых данных и переводов, операций. Правовая защита в этой области имеет множество проблем, поэтому, прежде всего, необходимо начинать с разработки и переработки этих направлений, чтобы поднять защиту проводимых операций.

5. Недостаток квалифицированных специалистов является самой сложной проблемой, с которой сталкивается новая отрасль электронной коммерции в республике. Имеются в виду все ключевые должности, начиная с генеральных директоров и руководителей проектов до специалистов по электронному маркетингу и IT, а также команд исполнителей. Это является причиной наиболее низкого качества оказываемых ими услуг. В следствие чего, ключевые должности иногда замещаются плохо квалифицированными работниками или долго остаются вакантными. Некоторые компании пытаются искать кадры как в регионах, так и за рубежом. Образовательной системе понадобится много времени, чтобы обеспечить индустрию электронной коммерции новым поколением должным образом подготовленных специалистов.

6. Цифровое неравенство. «Цифровое неравенство» – это мировое явление, которое характеризует существенное различие в возможностях доступа к использованию информационно-коммуникационных технологий и соответственно в возможностях потребления услуг, оказываемых на основе почтового и телекоммуникационного обслуживания, для отдельных людей, социальных групп, социальных слоев общества, которые могут быть представлены в странах с разным уровнем экономического развития [3]. Это явление характерно для России, тем самым и для Чеченской Республики. Преодоление цифрового неравенства является важнейшей задачей государства. По данным Федеральной Службы Государственной Статистики доля населения Чеченской Республики, отказавшаяся пользоваться интернетом распределяется следующим образом (таблица 1):

На данный момент в Республике развиваются три основные составляющие электронную коммерцию: интернет-маркетинг, интернет-банкинг и интернет-торговля на пути становления.

Таблица 1

Домашние хозяйства, не имеющие доступа к сети Интернет, по причинам отказа от использования сети Интернет, в Чеченской республике

Причины	Количество
Доступ к сети Интернет есть в другом месте (на работе, у знакомых, в точках общественного доступа или в любом другом месте)	1,5
Нет необходимости (нежелание пользоваться, нет интереса)	4,2
Высокие затраты на подключение к сети Интернет	2,6
Недостаток навыков для работы в сети Интернет	2,4
Отсутствие технической возможности подключения к сети Интернет	1,8
По соображениям безопасности и конфиденциальности	-
Другие причины	7,1

Интернет-маркетинг

Наиболее популярным и развитым методом интернет-маркетинга в Чеченской Республике является SMM в Инстаграме. Инстаграм является самой эффективной площадкой для размещения рекламы на сегодняшний день.

Инстаграм – это социальная сеть, позволяющая обмениваться фотографиями и видеозаписями, применять к ним фильтры, а также распространять их через свой сервис и ряд других социальных сетей.

Инстаграм – это мощный маркетинговый канал для раскрутки брендов. Он показывает хорошие результаты по продажам. Благодаря созданию страницы в Инстаграм некоторые компании зарабатывают больше, чем через традиционные торговые точки или интернет-магазины.

Преимущество инстаграма для компании в том, что он абсолютно бесплатный. Нет надобности платить за регистр регистрацию, компания платит только за рекламу своего аккаунта, цена которой не несет в себе убытки для бизнеса. Благодаря созданию страницы в Инстаграм некоторые компании зарабатывают больше, чем через традиционные торговые точки или интернет-магазины.

Данная социальная сеть набирает большие обороты в Чеченской республике. Всё больше и больше пользователей начинают пользоваться ею как инструментом для рекламы и продвижения своей деятельности и бизнеса. Это могут быть государственные организации, медицинские центры, учебные заведения, частные предприятия и другие. Это помогает лучше рассказать и ознакомить население со своей деятельностью. Большая вовлеченность аудитории республики в данную социальную сеть, вызывает спрос на создание и ведение аккаунта различных торговых точек и организаций сферы бизнеса.

Кроме того, торговые центры и организации сфер малого и среднего бизнеса, продвигая свою компанию в Инстаграме, помогают ее популяризации как в других регионах, так и по всей стране. Это благоприятно сказывается на их деятельности и может повлиять на развитие экономики республики в целом.

Интернет-торговля

Число пользователей сети Интернет в Чеченской Республике растет с каждым днем. Торговые организации также начинают активно использовать Интернет в роли дополнительного способа продвижения своих товаров и услуг.

При осуществлении торговой деятельности в Интернете, организация может иметь:

- Представительство в виде сайта;
- Электронный магазин

На данном этапе развития работы в информационной сети Интернет в Чеченской Республике наиболее целесообразно электронное представительство (сайт). Это объясняется следующими факторами:

1. Торговля республики по степени использования технологий электронной коммерции, и в первую очередь электронной торговли, находится в начальном периоде развития, который в мировой практике получил название этапа электронных каталогов. Следовательно, размещение в сети именно информации об организации каталога товара на этом этапе является экономически выгодным.
2. Реализация технологии электронной торговли требует и электронного осуществления такой важной технологической операции, как оплата. В Чеченской Республике еще только появляются первые отечественные системы электронных платежей (например, Вайнах Кошелек), которые не используются реально работающими организациями торговли.

По данным Интернет-ресурсов LiveInternet (www.liveinternet.ru) и Рамблер (top100.rambler.ru) в республике насчитывается более 100 сайтов. В большинстве это сайты государственных организаций, учебных заведений, и информационные сайты частных организаций и магазинов [7].

Многие сайты на данный момент находятся лишь на стадии становления. Причем в разных случаях масштаб использования возможностей Интернета для предоставления высококачественной информации существенно различается. Сайты некоторых предприятий стабильно обновляют информацию, следят за его качеством и

безопасностью. Так как в республике не имеется достаточно высокий спрос на веб-сайты, ввиду менталитета населения, то некоторые организации не считают важным обновлять свой интернет-ресурс.

Недостатком интернет-магазинов региона является отсутствие систем онлайн-платежей непосредственно на сайте. Некоторые магазины предлагают способ оплаты банковскими картами.

Пользуется ли население существующими web-сайтами торговых организаций республики? Это видно по результатам проделанного опроса (рисунок 1):

Рисунок 1: Использование сайтов

Только 27% опрошенных знают и пользуются такими сайтами

Такой низкий спрос связан с тем, что многие не доверяют интернет-ресурсам, считают такой способ неудобным или сайт нужной организации отсутствует (рисунок 2).

Рисунок 2: Причины низкого спроса

Интернет-банкинг

Электронный банкинг или дистанционное банковское обслуживание (ДБО) – это общий термин для технологий оказания банковских услуг удаленным образом с использованием компьютерных и телефонных сетей.

Под Интернет-банкингом понимают систему, работающую посредством удаленного доступа и позволяющую клиентам банка совершать определенные операции по своим банковским счетам через сеть интернет без посещения банка. Под мобильным банкингом понимают информирование клиентов об операциях по карточному или расчетному счету на мобильный телефон в виде смс.

В Чеченской Республике в данный период времени имеют место работать ведущие банки России, такие как Сбербанк, Россельхозбанк, Московский Индустриальный банк и другие.

Больше всего население пользуется услугами Сбербанка, где из сервисов этого банка среди клиентов наиболее востребован Сбербанк Онлайн (Web и мобильная версия). По данным ИА Грозный-Информ, более 120 тыс. активных пользователей интернет-банкинга в Чеченской Республике за первое полугодие 2018 года совершили порядка 11 тысяч операций по оплате коммунальных услуг [5].

В 2007 году была основана компания АО «Вайнах Пэй» – система онлайн платежей. «Вайнах Пэй» – универсальная электронная платежная система, предоставляющая потребителям возможность моментальной электронной оплаты товаров, услуг и осуществления денежных переводов. Через платежную систему «Вайнах Пэй» можно оплатить товары и услуги по более 2000 поставщикам. В процессе приема платежей АО «Вайнах Пэй» выступает в роли процессингового центра, оказывающее информационное и технологическое взаимодействие между поставщиком услуг и плательщиком [1].

В 2019 году компания АО «Вайнах Пэй» разработала приложение «Вайнах Кошелек».

«Вайнах Кошелек» – технологичная платформа интернет-платежей, позволяющая выполнять оплату товаров и услуг с помощью различных платежных средств – интернет-денег, банковских карт, платежных терминалов. Для обеспечения безопасности клиентов владелец системы имеет возможность устанавливать лимиты на операции, включающие суммы, временные интервалы, а также использовать статические или динамические интеллектуальные правила обработки платежей [2].

По всем действиям, совершаемым с кошельком предусмотрены SMS и E-mail оповещения, применяется технология push-уведомлений. Вайнах кошелек совмещает в себе возможность применения шаблонов и автоплатежей. Функционал поддерживает считывание штрих-кодов и QR-кодов, активно используемых в сфере оплаты коммунальных услуг, штрафов, госпошлин и т. д. Мобильный клиент предоставляет чек об оплате с возможностью отправки его на указанный E-Mail [6].

По данным исследования можно сделать вывод, что в регионе интернет-маркетинг развит сравнительно хорошо, и все действия онлайн-заказов происходят через социальную сеть Инстаграм. Это также видно по результатам проделанного опроса среди населения:

Для 72% опрошенных предпочтительнее использовать социальные сети при поиске или заказа товаров (рисунок 3):

Рисунок 3: Способы онлайн-заказа

И в качестве этого 61% пользуются социальной сетью Инстаграм (рисунок 4):

Рисунок 4: Использование Инстаграм

Таким образом, можно сделать следующий вывод. Спрос на использование интернета в качестве поиска и покупки товаров в республике весьма высок. Однако, в большинстве случаев, этот процесс останавливается лишь на поиске или выборе интересующего товара. Связано это с тем, что многие не знают, как работает такая система покупок, а старшее поколение предпочитает традиционные методы. Так же, на это влияет и недоверие онлайн-оплатам.

Кроме того, в республике нет Интернет-магазинов, с налаженной системой оформления, заказа и оплаты товара. Все компании и коммерческие организации ведут свою маркетинговую деятельность в Инстаграме. Поэтому, внимание большей части чеченской аудитории направлено именно в эту социальную сеть. Для улучшения текущего состояния электронной коммерции в Чеченской Республике, необходимо улучшить системы онлайн-платежей и внедрить их в соответствующие коммерческие организации. Также, организациям сферы бизнеса необходимо разрабатывать и продвигать web-сайт в Интернете для повышения на них спроса в регионе. Провести комплексную политику для проблем, рассмотренных ранее.

На сегодняшний день общий уровень развития электронной коммерции в России значительно отстает от показателей развития западных стран. При этом электронная коммерция является хорошей возможностью для развития бизнеса и существенным ресурсом для увеличения доходов и регионов, и страны в целом. Таким образом, Чеченская Республика не должна отставать от общего развития интернет-коммерции в стране. Необходимо приложить все усилия и решить вопросы, которые являются преградой для ее активного развития.

1. Вайнах Пэй [Электронный ресурс] // Вайнах Пэй, 2018. URL: <http://www.vainahpay.ru/company/>
2. Чечня Сегодня [Электронный ресурс] // «Вайнах Кошелек», 2019. URL: <https://chechnyatoday.com/news/322897>
3. Aselibrary [Электронный ресурс] // Цифровое неравенство, 2016. URL: http://www.aselibrary.ru/press_center/journal/irr/2007/number_6/number_6_3/number_6_3731/
4. Ecommercelaw [Электронный ресурс] // Электронная коммерция в Интернете, 2015. URL: <http://ecommercelaw.ru/jelektronnaja-kommercija-v-internete.html>
5. Grozny-inform [Электронный ресурс] // Информационное агентство Грозный, 2018. URL: <http://www.grozny-inform.ru/news/economic/99206/>
6. Google Play [Электронный ресурс] // Вайнах Кошелек, 2019. URL: <https://play.google.com/store/apps/details?id=ru.vainahwallet.keeper&hl=ru>
7. Liveinternet [Электронный ресурс] // Рейтинг сайтов, 2019. URL: www.liveinternet.ru