

E-Marketing and Its Impact on Economic Development in the Neighboring Countries

Associate Professor Svetlana Birlea, PhD
“B.P. Hasdeu” University of Cahul, Republic of Moldova
onutazyetlana@gmail.com

Abstract: This article is about the e-commerce, the most popular form of commerce around the world. In Republic of Moldova the e-commerce is on the first stage of development. One of the main instrument of the international commerce is the electronic commerce, which has a wide research interest, especially in the context on the development of the national economies.

Keywords: systems e-commerce; infrastructure; e-banking; globalization; information and communication technologies

JEL Classification: M39

Важной характеристикой нашей эпохи представляет ускоренное развитие компьютеров и коммуникационных технологиях.

В последние десятилетия мы наблюдаем ряд явлений и процессов, характеризующих развитие человеческого общества в целом и показывает, что мы находимся в периоде мутации, которые определяют переход от индустриального общества к новому обществу - компьютеризированному обществу.

Существенной характеристикой информационного общества является использование комплексных и обобщенных средств массовой информации и обработки информации во всех областях, экономических и социальных. Устойчивое экономическое развитие страны зависит, прежде всего, от его способности эффективно использовать информационные и коммуникационные технологии, которые также способствуют повышению производительности труда.

Интернет является технологией, которая принципиально изменила возможности обмена информацией и по своему влиянию на нашу жизнь находится в одном ряду с такими изобретениями, как телефон, телевидение и компьютер.

Сеть Интернет возникла около 30 лет назад для помощи исследователям и преподавателям, чтобы предоставить им более быстрые и эффективные

средства обмена данными. Однако по мере развития этой сети появились и другие аспекты применения Интернета. В настоящее время первоначальная цель уже не является основной.

Интернет является глобальной сетью, объединяющей множество компьютеров, соединенных для совместного использования ресурсов и обмена информацией. Он соединяет множество типов сетей, среди которых могут быть правительственные, научные, сети маленьких фирм и больших корпораций. Каждая из этих сетей содержит выделенный компьютер, называемый сервером, с помощью которого осуществляется соединение с другими сетями. Пользователи сети для соединения с сервером применяют телефонные линии, выделенные каналы, радио и спутниковую связь. Для связывания сетей между собой используются высокоскоростные каналы, среди которых наиболее популярной является оптоволоконная линия связи.

Начало создания Интернета относится к 1969 году, когда Министерство обороны США создало Бюро Передовых Исследований (Advanced Research Projects Agency, ARPA). Это бюро разработало коммуникационную сеть, которая не страдала бы в результате военных действий, т. е. можно было бы получать сообщения даже в случае разрушения части сети. Такая сеть была создана и названа ARPANET.

Одно из наиболее важных событий, связанных с Интернетом, произошло в 1986 году, когда Национальный Научный Фонд США пришел к выводу, что все существующие сети обладают множеством недостатков и необходимо создать новую глобальную сеть, связывающую быстродействующие суперкомпьютеры, находящиеся в разных частях страны. Эту сеть назвали NSFNET и она вскоре стала главной магистралью Интернета.

В Интернете объединено множество компьютеров разных типов. Эти компьютеры могут использовать разные операционные системы, но все они должны поддерживать принятый для обмена информацией в Интернете стандарт TCP/IP. Аббревиатура TCP/IP означает Transmission Control Protocol /Internet Protocol (Протокол Управления Передачей /Протокол Интернета) и включает в себя два протокола.

Интернет в Молдавии впервые появился в 1995—1996-х годах, когда первые провайдеры «CRI» и «Relsoft Communications» стали предоставлять доступ к Интернету. До этого существовали только внутренние сети.

В 1996 году была проведена первая волоконно-оптическая линия, связавшая Кишинёв и Бухарест. В 1998 Moldtelecom начал предоставлять Интернет услуги населению. В 1999 году компания Arah начала предоставлять доступ в Интернет посредством технологии Dial-Up. В 2000 году Приднестровский оператор Interdnestrom начал предоставлять доступ в Интернет через Dial-Up. В 2003 году создается компания StarNet. В 2004 году

Moldtelecom запускает услугу — MaxDSL — доступ в Интернет посредством технологии ADSL. В этом же году компания SunCommunications начинает предоставлять услуги доступа в Интернет через телевизионный кабель. В 2006 году StarNet начинает строительство оптоволоконной сети в Кишинёве. В 2007 году StarNet начинает предоставлять доступ в Интернет через оптическое волокно. Также, начав строить свою волоконно-оптическую инфраструктуру в начале 2007-го года, в конце лета того же года Агах начал предоставлять доступ в Интернет через оптическое волокно. В мае 2008 года Moldtelecom запускает услугу — MaxFiber — доступ в Интернет через волокно.

В Молдове существуют законы о защите персональных данных, электронная коммерция, электронная подпись и т.д. которые предусматривают суровые наказания за преступления, связанные с несанкционированным доступом к информации и ее использование нецелесообразно.

В Республике Молдова, парламент принял органический закон: **Nr.1069-XIV от 22.06.2000** в области информатики. Закон устанавливает основные правила и условия деятельности в области информатики, права и обязанности государства, юридических и физических лиц, осуществляемые в процессе создания, управления, использования и ведения информатических систем, определяет принципы и средства обеспечения свободы и защиты данных в информатических системах, право доступа к информатическим услугам.

Потенциал Молдовы в области Интернета и развития Интернет рынка огромный. Даже несмотря на ограниченность возможной аудитории и как говорят многие “неплатежеспособность” населения. Многие эксперты прогнозируют, что в период 2013-2015 годы интернет рынок Молдовы достигнет высшей точки своего развития, другими словами - достигнет потолка, все ниши будут заняты, а рынок поделен.

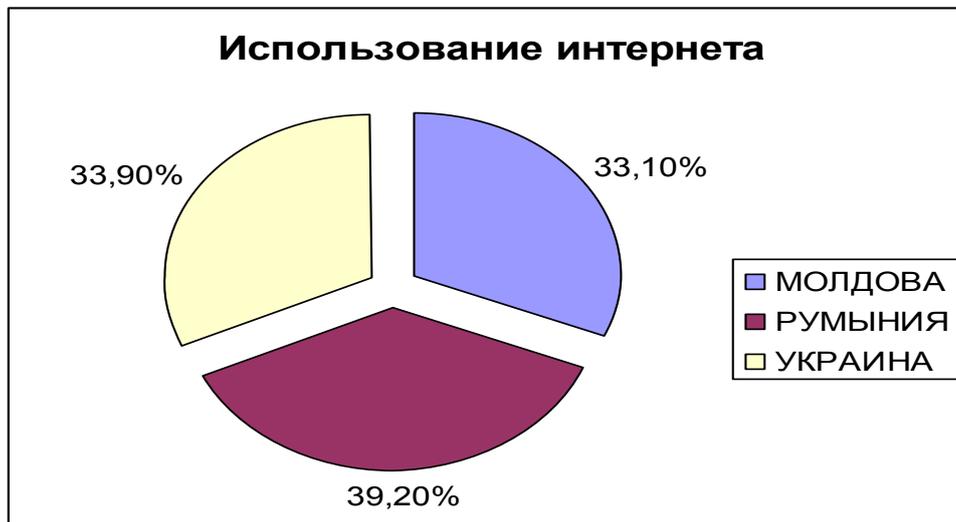
Согласно прогнозам, к 2001 году число компьютеров, подключенных к Интернету, увеличилось до 110 миллионов, а число пользователей — до 300 миллионов. Для сравнения, в 1997 году услугами Интернета пользовалось около 70 миллионов человек, что в четыре раза меньше. А все потому, что у Интернета поистине безграничные возможности.

Таблица внизу показывает количество пользователей Интернета в стране начиная с 2000 года по сегодня. Статистические данные предоставлены ITU и НАРЭКИТ.

Год	Количество пользователей	Количество Broadband пользователей	Население	Проникновение
2000	~52,000	нет данных	~3,644,070	1.4 %
2004	~406,000	~2,400	~3,607,435	11.2 %
2005	~550,000	~10,400	~3,600,436	15.2 %
2006	~727,000	~21,800	~3,589,936	20.2 %
2007	~750,000	~47,200	~3,581,110	20.9 %
2008	~850,000	~115,200	~3,572,703	23.7 %
2009	~1,295,000	~186,700	~3,567,512	36.2 %
2010	нет данных	~269,100	~3,563,695	нет данных

www. Internetworldstats.com

Некоторые сведения об ИТ-инфраструктуры и использование Интернета в Румынии, Молдовы и в Украине, и в глобальной области представлены в диаграмме 1.



www. Internetworldstats.com (2011 год)

Последние достижения в области технологий, компьютеров, телекоммуникаций и программного обеспечения, и других областях информационных изменили образ жизни населения в мире таким образом, что было бы трудно оценить 20 лет назад. Эти изменения оказали огромное влияние на все сферы деятельности, что привело к введению компьютеры все больше и больше во всех сферах деятельность, в том числе в экономической деятельности.

Появление и развитие Интернета привело к изменению экономических отношений за счет увеличения скорости обмена информацией и появление инструментов и новых способов ведения бизнеса.

Одним из таких новых методов ведения бизнеса является электронная коммерция или онлайн торговля.

Первые системы электронной коммерции возникли в 1960-х гг. в США. Первоначально электронная коммерция велась по сетям, использующим собственные протоколы обмена данными, что объективно сдерживало e-commerce. Для развития электронной коммерции были созданы стандарты электронного обмена данными между организациями (Electronic Data Interchange, EDI) – наборы правил электронного оформления типовых деловых документов: заказов, накладных, таможенных деклараций, страховых форм, счетов и т.д.

К концу 1960-х гг. в США уже существовали четыре индустриальных стандарта для обмена данными в системах управления авиационным, железнодорожным и автомобильным транспортом.

Примерно в те же годы аналогичные события произошли и в Англии. Выработанный здесь набор спецификаций Tradacoms был принят Европейской экономической комиссией ООН (United Nations Economic Commission for Europe, UNECE) в качестве стандарта обмена данными в международных торговых организациях. Этот набор форматов и протоколов получил название GTDI (General-purpose Trade Data Interchange).

В 1980-х гг. начались работы по объединению европейских и американских спецификаций. На базе GTDI международная организация по стандартизации ISO сформировала новый стандарт Electronic Data Interchange for Administration, Commerce and Transport (EDIFACT, ISO 9735), использующий в качестве транспортного протокол электронной почты X400, что дало новый толчок для увеличения оборотов электронной коммерции и числа вовлеченных в нее компаний.

Новая система электронной торговли имеет следующие преимущества: ежедневно записаны глобальные достижения в этой области, предполагается,

что в течение ближайших пяти лет, различные виды электронной торговли приведет к значительному увеличению объема торговли.

Международные и региональные учреждения, национальные органы начинают, все больше в свои программы включать вопросы электронной коммерции не только из-за новизны, но из-за мнения, что развитие системы приведет к глубоким изменениям во

всех уровнях общества.

Развитые страны давно используют Глобальную Сеть для ведения бизнеса, и, следует заметить, что опыт этих стран вполне успешный, о чем свидетельствуют множество маркетинговых исследований. Электронная коммерция для них - это важное направление в развитии мировой экономики, ведь в 21 веке для успешного ведения бизнеса любого размера и любой направленности просто необходимо использовать информационные технологии. В принципе, первые ростки электронной коммерции показались одновременно с появлением у нас самой сети Интернет. Уже сейчас можно наблюдать проявления некоторых компонентов такого обширного понятия как "Электронная коммерция" и это свидетельствует о том, что такой вид бизнеса у нас только на пути к развитию.

Электронная коммерция - это не просто электронный магазин, организованный в виде сайта, это бизнес, который несет в себе все те же компоненты, что и в реальном мире. Магазин или фирма, которые либо торгуют, либо предоставляют всевозможные услуги, также успешно могут функционировать и на веб-просторах. Электронная коммерция - это копия привычного для нас рынка, только на просторах Интернета. Реклама, информация о товаре, выписка счетов и получение платежей, доставка, консультации - это лишь основные компоненты электронной коммерции, которые сегодня достаточно популярны в Интернете. Электронная коммерция начинается там, где появляются средства автоматизации бизнеса, и используется глобальная сеть для решения деловых вопросов. В связи с этим, зарождаются качественно новые формы организации предприятий - сетевые и виртуальные корпорации. Суть сетевых предприятий в том, что для обмена необходимой информацией между территориально удаленными подразделениями компании широко используется Интернет. Кроме этого современные фирмы достаточно широко используют в своей деятельности практику частичной или полной передачи выполнения отдельных бизнес-функций и даже частей бизнес-процесса сторонним лицам или организациям.

Электронная коммерция - это очень увлекательная, перспективная, динамично развивающаяся отрасль рынка, которая обладает массой уникальных особенностей и основой которой являются общие принципы маркетинга.

Многие аналитики уверены, что в скором будущем Интернет превратится в один из самых важнейших каналов мирового маркетинга.

Электронный бизнес имеет четыре основных этапа использования: маркетинг, производство, продажи и платежи, а степень использования информационных и коммуникационных технологий и систем служит мерой, по которой бизнес может считаться электронным. Степень использования телекоммуникационных технологий определяется использованием глобальной сети Интернет как инструмента организации единого информационного пространства электронного бизнеса.

Электронную коммерцию в настоящее время принято разделять на ряд направлений — основными из них считаются:

- **business-to-business (B2B)**. Данное направление включает в себя все уровни взаимодействия между компаниями. При этом могут использоваться специальные технологии и стандарты электронного обмена данными, например такие, как EDI;
- **business-to-consumer (B2C)**. Основу этого направления составляет электронная розничная торговля;
- **business-to-administration (B2A)**. Взаимодействие бизнеса и администрации включает деловые связи коммерческих структур с государственными организациями, начиная от местных властей и заканчивая международными организациями;
- **consumer-to-administration (C2A)**. Это направление наименее развито, однако имеет достаточно высокий потенциал, который может быть использован для организации взаимодействия государственных структур и потребителей, особенно в социальной и налоговой сфере;
- **consumer-to-consumer (C2C)**. Подразумевается возможность взаимодействия потребителей для обмена коммерческой информацией. Это может быть обмен опытом приобретения того или иного товара, обмен опытом взаимодействия с той или иной фирмой и многое другое.

Основные положительные стороны электронной коммерции - это:

- приобретение огромных возможностей выхода с информацией об услугах прямо на мировой рынок при минимальных капиталовложениях;
- максимально расширяются каналы сбыта;
- объединение поставщиков и покупателей в одну систему;
- максимальное снижение расходов в завязке “спрос-предложение”;
- вероятность более высокого уровня обслуживания заказчиков;
- создание новых рынков труда и капитала;

- возможность в любой момент пересмотреть характер своей деятельности.

Новая экономика создана при взаимодействии ПК телекоммуникаций, Интернета, характеризуется рядом особенностей, во всем отличающейся от традиционной экономики.

Во-первых, речь идет о создании новой бизнес-модели (электронный бизнес, электронная коммерция, eBanking и т.д.). Использование информационных технологий поможет улучшить существующие услуги и создание новых мультимедийных услуг и приложений, объединяя звук, текст и изображения. Применение новых технологий в повседневной жизни превращает наш мир в информационном обществе.

Сегодня можно смело утверждать, что такой громадный потенциал электронной коммерции вполне способен по истечению некоторого времени кардинально изменить всю коммерческую систему и тем самым выступить как более выгодная форма ведения бизнеса. Прибыльность и перспективность электронной коммерции очевидна, но при условии наличия соответствующих знаний и навыков.

В Молдове отсутствуют интернет-магазины как таковые, в их классическом виде, где все процессы, помимо доставки, происходят виртуально: зашел, посмотрел, получил консультацию, оплатил, не понравилось – вернули платеж, понравилось – получил покупку. Все товары хранятся на складе. В нужный момент заказанный товар со склада напрямую доставляют заказчику. Такой e-магазин – связующее звено между складом и покупателем. Во-вторых, значительно шире стал ассортимент по сравнению с «визитными карточками». На сайте стало возможным заказать не только компьютерные комплекующие, но и бытовую технику, CD/DVD, литературу и даже букет цветов. Последняя услуга пользуется в Кишиневе неплохим спросом. Существуют несколько известных магазинов, работающих по принципу заказа товара по телефону или по почте. Заказ клиентам доставляет курьер, либо покупатель сам приходит за товаром, который он заказал.

Республика Молдова не может интегрироваться в европейское и мировое информационное общество, если не существует соответствующий закон. Страну, где закон не соблюдается и там, где нет порядка, не желают признать в сообщество современных технологий. Информационное общество, и киберпространство, нуждается в конкретном законе развивались, Cyberlaw.

В настоящее время мир бизнеса изменяется быстрее, чем когда-либо ранее, и важным аспектом электронной коммерции является то, что она позволяет предприятиям эффективно адаптироваться к этим изменениям.

Предприятия заинтересованы в электронной коммерции по очень простой причине – электронная коммерция позволяет увеличить прибыль. Все

преимущества электронной коммерции могут быть выражены одним предложением: «Электронная коммерция может увеличить продажи и уменьшить расходы». Предприятие может использовать электронную коммерцию для достижения узких сегментов рынка, территориально расположенных на значительном расстоянии друг от друга. Интернет особенно удобен для создания виртуальных сообществ, которые становятся идеальными целевыми рынками для особых типов товаров или услуг.

Точно так же, как электронная коммерция увеличивает эффективность продаж, она увеличивает и возможности покупателя. Предприятия могут использовать электронную коммерцию для выявления новых поставщиков и партнёров. Обсуждение цены и сроков доставки проще для электронной коммерции, поскольку при помощи Интернета можно легко получить эту информацию от конкурирующих компаний. Электронная коммерция увеличивает скорость и точность обмена информацией между предприятиями, что снижает затраты обеих сторон, участвующих в транзакциях.

Электронная коммерция предоставляет покупателю гораздо больше выбора, чем традиционная коммерция, поскольку покупатель может рассмотреть много различных вариантов товаров и услуг, предлагаемых большим числом продавцов. Информация об этих вариантах доступна покупателю 24 часа в сутки и 7 дней в неделю.

Для полной реализации потенциала электронной коммерции должно быть решено несколько ключевых проблем;

- глобализация;
- договорные и финансовые проблемы;
- права собственности;
- секретность и безопасность;
- совместимость информационных систем.

В завершение, новые методы торговли откроют новые рынки для них. Электронная коммерция является технологией изменения будущего нашей экономики.

Список литературы

Laurentiu-Dan, A.; Oneto, Bogdan; Nistoryanu, Puiu & Bonch, Florin (2000). *Elements of Internet marketing/Элементы интернет-маркетинга*. Bucharest: ASE.

Grossek, Gabriela (2006). *Маркетинг и интернет-связи/Marketing and Internet connection*. Iasi: Lumen.

Kotler, Philip (2005). *Marketing Management/ Управление маркетингом*. Vol. IV. Bucharest: Theories Publishing.

Orzan, George (2001). *Marketing information systems/Маркетинг информационных систем*. Bucharest: Uranus Publishing House.

Smedesku, I.& Ratsiu, Monica Paula & Negricha Iliutsa, K. (2008). *Principles of Marketing/Основы маркетинга*. Bucharest: University Press.

Smith, PR & Chaffey Dave, (2005). *eMarketing eXcellence-The heart of eBusiness*, Second Edition. UK: Butterworth Heinemann.

www.Internetworldstats.com - Internet Usage and Population Statistics.

www.malldova.in - Development of Electronic Commerce in Moldova.

ivkglobal.do.am - E-commerce.