

The Impact of Internet and E-commerce on Economic Growth

Svetlana Birlea¹, Ana Capatina²

Abstract: Dynamic and rapid development of ICTs enabled the radical change in traditional commerce activities. Feature of the internet is the absence of intermediaries; the manufacturers are able to sell their products relatively easily to buyers via the internet. With this background, the present paper discusses the ways in which e-commerce give information to the consumers. E-commerce has revolutionized business, changing the shape of competition with internet creating an e-commerce market place. With developments in the Internet and Web-based technologies, distinctions between traditional markets and the global electronic marketplace are gradually being narrowed down. In the last period of time, Moldova has shown tremendous growth in the Ecommerce. Growing use of the PC and Internet is one of reasons for that. The present paper mainly aims to discuss the role of Internet and E-commerce in economic growth.

Keywords: information technologies; communications; digital information; e-business

JEL Classification: M39

Информационные и коммуникационные технологии, глобальный доступ к информации, растущий объем электронной информации, и глобализация оказывают значительное влияние на современную организацию, новые информационные технологии приведут к удалению географических барьеров и создавая, таким образом, глобальное современное общество. Информационные технологии и Интернет вносят решающий вклад в повышение конкурентоспособности деловой среды, повышая эффективность государственного сектора, тем самым способствуя повышению уровня жизни граждан.

Электронная коммерция относится к широкому спектру онлайн-операций для продуктов и услуг. Это также относится к «любой форме хозяйственной

¹Associate Professor, PhD, Cahul State University “B. P. Hasdeu”, Address: Independentei Str., 1, Cahul, Republic of Moldova, Tel.: +37378384459, Corresponding author: onutazvetlana@gmail.com.

² Lecturer, PhD Student, Cahul State University “B. P. Hasdeu”, Address: Independentei Str., 1, Cahul, Republic of Moldova, Tel.: + 373 79061310, E-mail: a_boboc@mail.ru.

операции, в которой стороны взаимодействуют в электронной форме, а не путем физического обмена или прямого физического контакта. Электронная коммерция обычно связана с покупкой или продажей через Интернет или с любой сделкой, связанной с передачей прав собственности или прав на использование товаров или услуг через компьютерную сеть.

Так же, электронная коммерция означает предпринимательская деятельность физических и юридических лиц по продаже товаров, выполнению работ или предоставлению услуг, осуществляемая с использованием электронных сообщений и/или электронных контрактов.

В настоящее время электронная коммерция в международной торговле играет значимую роль, так как Интернет стал выгодным посредником между коммерсантами во всем мире. Интеграция информационных и коммуникационных технологий (ИКТ) в международные коммерческие операции предоставляет новые возможности и олицетворяет собой новые проблемы для бизнеса, правительств, потребителей и международных организаций. Электронная торговля является основным фактором экономического роста и в развитых, и в развивающихся странах Интернет-коммерции.

На сегодняшний день электронная торговля является одним из ключевых двигателей экономического роста и увеличения объемов международной торговли.

В 2015 году население планеты составляло приблизительно 7,3 миллиарда человек, из которых 1,4 миллиарда человек приобрели хотя бы один раз товары и / или услуги в Интернете. В общей сложности 2272,7 млрд. долларов потратили в Интернете, что приводит к средним расходам на электронного покупателя - 1582 долларов США¹.

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 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

¹

https://www.ecommercewiki.org/wikis/www.ecommercewiki.org/images/5/56/Global_B2C_Ecommerce_Report_2016.pdf

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.

Новая экономика создана при взаимодействии ПК телекоммуникаций, Интернета, характеризуется рядом особенностей, во всем отличающейся от традиционной экономики. Законодательная база для ведения электронной коммерции в Молдове проходит в соответствии с Законом об электронной торговле Nr.284 от 22.07.2004.

Интернет-рынок Молдовы быстро развиваться, и с проникновением широкополосного доступа, приближающимся к 16% (значительно ниже среднего для многих европейских стран), остаются значительные возможности для дальнейшего развития. С 2009 года рост числа абонентов широкополосного доступа был особенно заметен: в секторе доминировали два оператора - Moldtelecom и Starnet, на долю которых приходится 87% всех подключений по состоянию на сентябрь 2016 года, несмотря на присутствие на рынке около 50 интернет-провайдеров.

В настоящее время электронная коммерция является наиболее важным применением новых коммуникационных технологий. Производители, розничные торговцы и потребители теперь могут быстрее выйти на рынок и получить больше информации, чем они могли раньше. Электронная коммерция вошла в бизнес во многих отношениях. Использование веб-сайта увеличивает потенциальные глобальные рыночные и выручки от продаж, продуктов, новых потенциальных клиентов.

Электронная коммерция относится к широкому спектру онлайн-бизнес-деятельности для продуктов и услуг, то есть это реализация бизнес-процессов с использованием возможностей информационных и телекоммуникационных технологий, систем и сетей. Оно также относится к «любой форме деловой операции, в которой стороны взаимодействуют в электронном виде, а не физическим обменом или прямым физическим контактом.

Электронная коммерция обычно связана с покупкой и продажей через Интернет или с любой транзакцией, связанной с передачей права собственности или правами на использование товаров или услуг через компьютерную сеть.

Несмотря на то, что это популярно, это определение недостаточно полно, чтобы охватить последние события в этом новом и революционном бизнес-феномене. Более полное определение - электронная коммерция - использование электронных коммуникаций и технологии цифровой обработки информации в деловых транзакциях для создания, преобразования и переопределения отношений для создания ценности между организациями или между организациями и отдельными лицами.

То есть, электронная коммерция может вестись на различных уровнях, начиная с простого представительства компании в Сети до электронной поддержки совместной деятельности нескольких компаний (например, аутсорсинг или виртуальное предприятие). Электронная коммерция имеет глобальный характер. На интернациональном уровне по сравнению с внутринациональным электронная коммерция усложняется такими факторами, как различия в налогообложении, таможенных сборах и правилах банковской деятельности¹.

Вместе с тем, электронная коммерция предлагает возможность увеличить объемы продаж продукции по всему миру, увеличивая число потенциальных клиентов, в первую очередь за счет устранения географических барьеров между клиентами и торговцами.

Независимо от определений электронной коммерции, различных специалистов, учреждений или компаний, электронная торговля означает «распределение, маркетинг, продажу или поставку товаров и услуг с помощью электронных средств²»

Сферы, в которых постепенно развивалась электронная коммерция:

Банки

Страхование

СМИ

Торговля

Телекоммуникации

¹ Волчков С. А., Балахонова И. В. Безопасность платежей в Интернете. Ч. 2.5. «Решение проблем безопасности в электронной коммерции» <http://www.oborot.ru/article/199/16/print>

² Comerțul electronic versus comerțul traditional, http://www.amfiteatruconomic.ase.ro/arhiva/pdf/no21/articol_fulltext_pag127.

Транспорт

Поставки

В зависимости от участников электронных взаимоотношений электронная коммерция подразделяется на основные виды коммерческого взаимодействия:

B2B – юридическими лицами, организациями;

B2C – юридическими и физическими лицами;

B2G – юридическими лицами и государственными организациями;

C2C – физическими лицами;

G2C – государственными.



Фигура 1 Категории электронной коммерции

Базовые модели электронной коммерции включают в себя непосредственно бизнес для бизнеса (BSB), бизнес для клиента (B2C), реализацию потребностей заказчика (C2C) и торговлю в рамках компании. Другие модели электронной коммерции характеризуют систему электронного правительства,

мобильную коммерцию и электронный бизнес в сфере государственного управления. В последнее время, выясняется что применение информационных технологий в экономике, в области торговли привело к структурным изменениям во многих ее сегментах, и этот эффект становится все более выраженным в такой сфере, как электронная торговля, которая характеризуется ограниченными связями между покупателями и продавцами, ускоренной передачей информации, снижением эксплуатационных затрат, увеличением прибыли.

Одним из наиболее важных для предпринимателя преимуществ является возможность предоставлять клиентам дешевле более широкий набор продуктов и услуг через интернет-магазины и заключать сделки в течение года из любой точки. Покупатели, в свою очередь, могут обмениваться идеями, опытом, мнениями и отзывами с другими потребителями в интернет-сообществах.

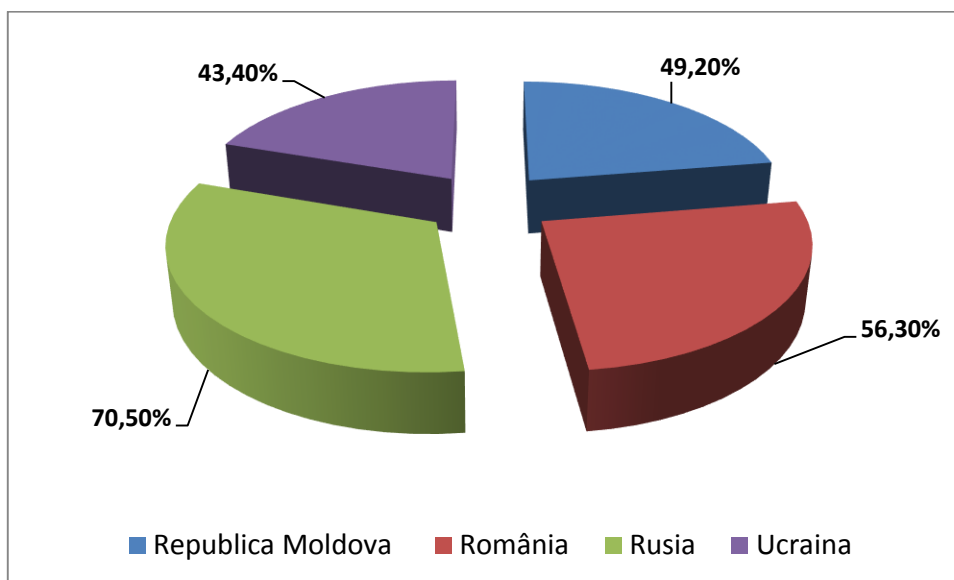
Можно в целом заключить, что электронная торговля является собой будущее деловых отношений, так как без электронной коммерции невозможно представить себе современную экономику страны.

Развитие электронной коммерции содействует процессу глобализации, преодолевая барьеры традиционной торговли. Основные препятствия развитию электронной коммерции остаются вопросы, связанными с доверием, недостаточное содействие развитию этого типа торговли в средствах массовой информации, и не в последнюю очередь - безопасность. Информационная безопасность в любой сфере деятельности должна быть непрерывной деятельностью для того, чтобы справляться с новыми угрозами. Необходимые меры для обеспечения развития электронной коммерции, в значительной степени связаны с конфиденциальности и безопасностью операциями, которые осуществляется на основе законодательной базы. Следует отметить, что основные барьеры для более эффективного использования этих технологий не только технического характера, но а так же человеческого и организационного характера. Поддержание и развитие традиционной торговли, в условиях глобализации рынка, будет достигнуто только путем принятия технологий торговли посредством информационных технологий, а также за счет использования современных быстрых способов для получения рыночной информации.

Последние десятилетия были отмечены значительным ростом и проникновением сетевых технологий во многих аспектах жизни. Без развития ИКТ, ни одна страна не может претендовать на значительное увеличение экономического роста и социального развития.

В Молдове услуги сектора ИКТ стали неотъемлемыми элементами повседневной жизни.

Анализируя уровень проникновения Интернета населения в Республике Молдова по сравнению с Румынией, Россией и Украиной мы замечаем, что Молдова расположена на третьем месте в этой классификации - 49,2% от общей численности населения подключено к Интернету (Фигура 2).



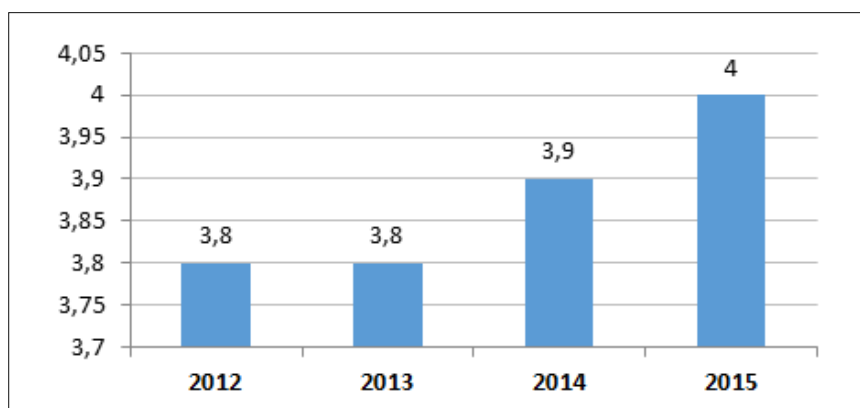
Фигура 2 Уровень использования Интернета (проникновение населения%)¹

Информационно-коммуникационный сектор может привести к прорыву молдавской экономики, если станет ее приоритетным направлением. В этих целях ИКТ-сектору необходимы качественные каналы связи, квалифицированные специалисты.

На мировом уровне, согласно свежему Индексу сетевой готовности, Молдова в этом рейтинге находится на 68 позиции из 143 стран (Фигура 3), и опережает такие страны, как Украина, Болгария и Сербия. Румыния, позиций

¹ <http://www.internetworldstats.com/stats4.htm>.

по сравнению с Молдовой, добилась заметного прогресса (+12 позиций) по сравнению с предыдущими годами, заняв 63 в этом году.



Фигура 3. Динамика изменения показателей Республики Молдова в рейтинге NRI, 2012-2015 годы

На региональном уровне, в рейтинге стран СНГ, Молдова заняла 68 позицию (Таблица 1) и по-прежнему значительно отстает от других стран как Казахстан (позиция - 40), Россия (позиция - 41), Азербайджан (позиция - 57), Армения (позиция - 58) и Грузия (позиция - 60).

Таблица 1 Список стран СНГ, по Индексу готовности к сетевому обществу (NRI)

№	Страна	Позиция	Индекс готовности к сетевому обществу (NRI)
	Казахстан	40	4,5
	Россия Федерация	41	4,5
	Азербайджан	57	4,3
	Армения	58	4,2
	Грузия	60	4,2
	Молдавия	68	4,0
	Украина	72	4,0
	Киргизия	98	3,5
	Таджикистан	117	3,2

Источник: Всемирный экономический форум

Успех разработки и осуществления эффективной политики развития информационного общества в Республике Молдова зависит от понимания сущности и сложности нескольких факторов влияния взаимозависимости и способности идентифицировать тех, которые имеют решающее значение в посткризисном мире.

Необходимо отметить последовательный характер развития ИКТ в Республике Молдова, несмотря на определенные сложности в развитии страны, идет поиск новых направлений реформирования и трансформации страны, включая четко заданный проевропейский вектор развития.

На сегодняшний день, в Молдове, основными документами в сфере ИКТ являются «Молдова 2020» и «Цифровая Молдова», которые взаимно концептуально дополняют друг друга. В Стратегии «Цифровая Молдова 2020» и сопутствующих документах в сфере ИКТ отражены мероприятия, направленные на развитие современного информационного общества и экономики основанной на знаниях.

Республика Молдова добилась значительных успехов в процессе внедрения технологий информационного общества. Доля сектора ИКТ, в структуре ВВП Молдовы, сохраняет высокие темпы роста. В Республике Молдова активно внедряется все большее количество электронных услуг.

References

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

Глобальный отчет о развитии информационных технологий Всемирного экономического форума/ Global Report on Developments in Information Technology (2015)г. *Web page*. Retrieved from http://www3.weforum.org/docs/WEF_Global_IT_Report_2015.pdf, date: 22.05.2017.

Global B2C Ecommerce Report, 2016. *Web page*. Retrieved from https://www.ecommercewiki.org/wikis/www.ecommercewiki.org/images/5/56/Global_B2C_Ecommerce_Report_2016.pdf, date: 31.05.2017.

ИЛТ – основа инновационного развития в Молдове/ILL - The basis of innovative developments in Moldavia. *Web page*. Retrieved from <https://cyberleninka.ru/article/n/ikt-osnova-innovatsionnogo-razvitiya-v-moldove/>, date: 06.06.2017.

Sinteza Raportului Global privind tehnologiile informaționale/Synthesis of the Global Information Technology Report (2015). *Web page*. Retrieved from

http://www.mtic.gov.md/sites/default/files/transparency/plans_and_reports/sinteza_raport_nri-2015.pdf, date: 22.05.2017.

Волчков С. А., Балахонова И. В. Безопасность платежей в Интернете. Ч. 2.5. «Решение проблем безопасности в электронной коммерции»/ Volchkov SA, Balakhonova IV. Security of payments on the Internet. 2.5. Solving security problems in e-commerce. *Web page*. Retrieved from <http://www.oborot.ru/article/199/16/print>, date: 06.06.2017.

Comerțul electronic versus comerțul traditional/ E-commerce versus traditional trade. *Web page*. Retrieved from http://www.amfiteatruconomic.ase.ro/arhiva/pdf/no21/articol_fulltext_pag127, date: 31.05.2017

<http://www.internetworldstats.com/stats4.htm>, date: 31.05.2017.