

**КОЛЛЕДЖ ЭКОНОМИКИ, БИЗНЕСА И ПРАВА
Карагандинского экономического университета
Казпотребсоюза**

**ТЕМА КУРСОВОЙ РАБОТЫ:
«Особенности Интернет-торговли и интернет
коммерции »**

Научный руководитель:

Обучающийся:

Караганда – 2020 г.

Актуальность темы курсовой работы

- С развитием в последние годы современных информационных систем и систем международной связи появляется практическая возможность отойти от традиционной бумажной документации как главного носителя информации, на котором отражаются все стадии реализации коммерческой сделки.
- Как было отмечено Президентом Республики Казахстан в своём Послании народу Казахстана от 1 сентября 2020 года «Перспективным направлением видится взаимодействие IT-отрасли с национальным бизнесом.
- Крупные государственные и частные компании тратят десятки миллиардов тенге на разработки и приложения иностранных игроков. Правительству следует наладить взаимовыгодное сотрудничество между промышленностью и IT-отраслью. Это позволит сформировать цифровые технологические платформы, которые могут стать движущей силой цифровой экосистемы каждой отрасли. Мы приняли законы, позволяющие Казахстану стать одним из международных хабов по обработке и хранению «данных». Только за прошлый год в цифровой майнинг было привлечено более 80 миллиардов тенге инвестиций. Но останавливаться на этом нельзя, следует привлекать в страну мировых цифровых гигантов. Иначе это сделают другие государства.»
- Актуальность темы исследования обусловлена возрастающим влиянием достижений в области электронных информационных технологий на мировую экономическую систему, что ведет к появлению и развитию электронного бизнеса, и в конечном итоге, к существенному изменению всей системы экономических и управленческих отношений.
- Информатизация является таким многогранным и динамичным процессом, что ряд ее аспектов остается недостаточно изученным или требует адаптации к современным условиям. Многие сферы информатизации, такие как интернет коммерция, требуют детализации и только начинают подвергаться глубокому изучению. Однако факт все более глубокого проникновения интернет коммерции во все сферы жизни современного общества неоспорим. Сказанное выше только подтверждает особую актуальность выбранной для исследования темы.

По итогам написания курсовой работы сформулированы следующие основные выводы:

Интернет коммерция -совокупность всех операций между предприятием и всеми контрагентами, совершенных при помощи информационных технологий с целью автоматизации бизнес-процессов для оптимизации затрат и увеличения экономической эффективности бизнеса. Электронная коммерция охватывает отношения управления персоналом; оформление, выполнение и оплаты заказов; сотрудничество с поставщиками, финансовыми учреждениями, государственными и местными органами власти.

Интернет-торговля - вид электронной коммерции, представляет собой операции по покупке/продаже товаров с помощью сети Интернет.

Виды интернет коммерции:

- Business-to-business (B2B). Данное направление включает в себя все уровни взаимодействия между компаниями, при этом могут использоваться специальные технологии электронного обмена данными. Иными словами, компании производители взаимодействуют между собой – заключают сделки, продажу или покупку товаров и услуг;
- Business-to-consumer (B2C). Основу этого направления составляет электронная розничная торговля. Так называемая сфера «Бизнес для потребителя» предполагает торговлю между юридическим и физическим лицом;
- Business-to-government (B2G). Взаимодействие бизнеса и администрации включает деловые связи коммерческих структур с государственными организациями, начиная от местной власти и заканчивая международными организациями (например, портал государственных закупок). Сделки на ниже «Бизнес для правительства» осуществляется на основе конкурсов и тендеров;
- Consumer-to-consumer (C2C). Подразумевается возможность взаимодействия потребителей для обмена коммерческой информацией. Основу взаимоотношений в нише «Потребитель для потребителя» составляют в основном электронные системы объявлений (OLX и т.д.).

По итогам написания курсовой работы сформулированы следующие основные выводы:

- Казахстан объективно является страной, имеющей значительные перспективы для развития и процветания дистанционной торговли. Если в Европе люди покупают товары по каталогу, потому что это удобно, то в Казахстане – потому, что другого способа купить товар в маленьком городе часто нет. Огромные расстояния и низкая плотность населения делают мелкие населенные пункты непривлекательными для специализированной розничной торговли. Население всех населенных пунктов Казахстана численностью менее 50 тысяч человек составляет около 8 млн. человек (почти 50 % населения всего Казахстана). Таким образом, интернет-магазин является перспективным направлением бизнеса для предпринимательских структур.
- По состоянию на начало 2019 года рынок онлайн-торговли РК оценивался в 287 млрд тенге, совокупный прирост за год составил 23,2%. Доля онлайн-торговли от общего объема торговли составила всего 2,9%. При этом, потенциал Казахстана достаточно высок, учитывая уровень проникновения интернета в РК.
- В период карантина наблюдалось рекордное увеличение онлайн-торговли и проведения платежных операций. Согласно данным Национального банка, по состоянию на 1 мая 2020 года объем безналичных операций увеличился в 2,5 раза и составил 7,5 триллионов тенге.
- Однако, несмотря на рост доли электронной торговли, до сих пор существуют барьеры для дальнейшего полноценного перехода на онлайн. Такие как высокая доля теневой экономики, высокая комиссия по межбанковским платежам, эквайринга, неготовность малых средних предприятий и несвоевременная доставка товаров. Для полноценного увеличения существующих темпов роста электронной торговли необходимо дальнейшее совершенствование нормативного и технического обеспечения.

По итогам написания курсовой работы сформулированы следующие основные выводы:

- Как сообщает министерство торговли и интеграции, в прошлом году предприятия электронной коммерции создали в Республике Казахстан «36,8 тысяч новых рабочих мест». В соответствии с государственной программой «Цифровой Казахстан» объем электронной торговли должен возрасти к 2022 году на 2,6%, обеспечив работой до 200 тысяч человек. Предполагается, что за счет мультипликативного влияния электронная коммерция будет обеспечивать «ежегодный дополнительный вклад в ВВП на уровне 1,1%».
- У Казахстана сейчас самые лучшие показатели в Центральной Азии по развитию электронной торговли, которая «ежегодно растет на 55%» во многом за счет хорошего развития в стране интернета, электронных платформ. Согласно прогнозам, через 4 года доля электронной коммерции в казахстанской торговой сфере достигнет 24%, дойдя до объема в 2 трлн тенге. Довольно быстрое развитие электронной коммерции в Казахстане стимулируется повышением «доверия населения к безналичным платежам: за 2019 год объем безналичных платежей увеличился в 2,3 раза и составил около 14,4 трлн тенге». Всего в прошлом году наши граждане в казахстанских интернет-магазинах купили продукции на 422 млрд тенге, а на международных интернет-площадках – на 280 млрд тенге. В 2019 году на 72% увеличилось количество активных покупателей, достигнув показателя в 3,2 миллиона человек.

По итогам написания курсовой работы сформулированы следующие основные выводы:

- Интернет-торговля, будучи достаточно молодым сегментом экономики Казахстана, активно набирает обороты в своем развитии. Наша страна готова занять высокие позиции на рынке электронной коммерции. Хорошая организация бизнеса с учетом всех проблемных моментов, таких как конкурентоспособные цены, широкий ассортимент, выбор способа доставки, будет способствовать продвижению Казахстана в Интернет-пространстве. Казахстанский рынок Интернет-торговли, по моему мнению, является достаточно привлекательным не только для отечественных игроков, но и для зарубежных инвесторов.

Выделим основные тенденции развития мирового рынка электронной коммерции в 2020 году:

- рост объемов онлайн покупок, портфельная корзина которых постоянно увеличивается;
- рост пользователей Всемирной сети;
- медленное снижение цен на компьютеры и программное обеспечение;
- расширение возможностей ведения бизнеса, не выходя из дома;
- распространение международных стандартов ведения электронного бизнеса;
- повышение информационного и экономического взаимодействия партнеров по бизнесу и других контрагентов через Интернет.

По итогам написания курсовой работы сформулированы следующие основные выводы:

Для Казахстана в настоящее время тоже есть немало перспектив для развития отечественной электронной торговли, например, можно говорить о присоединении к Ассоциации электронной торговли Европы.

Рассмотрим, как казахстанским предприятиям можно присоединиться и стать частью европейской электронной торговли:

- во-первых, стать членом Ассоциаций электронной торговли Европы;
- во-вторых, предприятиям продавать продукцию и/или услуги онлайн на территории Европы;
- в-третьих, через деловое сотрудничество выбирать поставщиков европейской промышленности с применением инструментов электронной коммерции;
- в-четвертых, налаживать диалог с европейскими институтами, потребительскими организациями, посредниками;
- стимулировать повышение компьютерной грамотности у населения.

Интеграция казахстанского бизнес-сообщества в европейскую электронную торговлю необходима для того, чтобы:

- быть информированными о европейских общественных инициативах, которые влияют на бизнес;
- воспользоваться исследовательскими публикациями европейских партнеров, которые есть в открытом доступе;
- вступить в сообщество e-commerce;
- встречаться с коллегами и обмениваться опытом.

По итогам написания курсовой работы сформулированы следующие основные выводы:

Информационное пространство, основанное на широком применении компьютерной техники, информационных технологий и интернета, объединяет людей из разных стран и со всех уголков земного шара в единое мировое сообщество без географических и геополитических границ. Роль Интернета в таком сообществе неумолимо растет, а информация, размещенная во всемирной сети, является не только важнейшим фактором общения, обладания новыми знаниями, образования и воспитания, но также необходимым средством сопровождения товаров и услуг, заключения сделок, подтверждения событий, фактов и тому подобное.

Резкое увеличение общественно-экономического значения использования международной сети Интернет обострило правовые проблемы, связанные с применением высоких компьютерных и телекоммуникационных технологий.

Необходимо заметить, что практика в данном случае опережает теорию, а законодательство в свою очередь, отстает от практики. Между тем право является самым эффективным регулятором общественных отношений.

По итогам написания курсовой работы сформулированы следующие основные выводы:

Утвержденная Государственная программа «Цифровой Казахстан», утвержденная в 2017 году, согласно которой разработана Дорожная карта по развитию электронной торговли на 2018-2020 годы, включающая 28 мероприятий по 5 основным направлениям: законодательное регулирование электронной торговли, платежные системы в электронной торговле, повышение цифровой и финансовой грамотности населения и предпринимателей, продвижение электронной торговли, развитие инфраструктуры логистики.

В рамках нового Налогового кодекса субъекты малого и среднего бизнеса, осуществляющие электронную торговлю, освобождены от уплаты корпоративного и индивидуального подоходного налогов.

2 апреля 2019 года Главой Государства подписан Закон РК «О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты Республики Казахстан по вопросам развития бизнес-среды и регулирования торговой деятельности».

В рамках Закона регламентирован вопрос дальнейшего развития электронной торговли:

- усилен институт защиты прав потребителей в сфере электронной торговли;
- упрощенное таможенное администрирование (в части упрощенного порядка декларирования товаров на экспорт для физических лиц – отправка товаров за границу, используя почтовые документы в качестве декларации на товары);
- закреплена регламентация деятельности транспортно-логистических центров хранения - фулфилмент центров;
- расширен аппарат инструментов электронной торговли с регламентацией их признаков (электронная коммерция (в рамках электронной торговли только товары), электронная торговая площадка, информационная электронная площадка и т.д.).

По итогам написания курсовой работы сформулированы следующие основные выводы:

25 июня 2020 подписан Закон РК "О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты РК по вопросам регулирования цифровых технологий" (№ 347-VI), целью которого стало актуализировать действующее казахстанское законодательство к современным технологиям.

Также создан единый Уполномоченный орган в сфере защиты персональных данных – подразделение МЦРОАП, ранее общий контроль за соблюдением законодательства в сфере персональных данных возлагался на Генеральную прокуратуру.

К компетенции органа отнесено, в том числе:

- разработка порядка осуществления мер по защите персональных данных;
- утверждение правила сбора, обработки персональных данных (когда требуется согласие субъекта). Таким образом, как только Уполномоченным органом будут разработаны соответствующие нормативные правовые документы, юридические лица должны будут приводить в соответствие внутренние документы и процедуры. Большой блок изменений в казахстанском внутреннем законодательстве коснулся защиты прав потребителей (Закон о внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты РК по вопросам защиты прав потребителей от 25.06.20 г. № 346-VI).

Законом внесены новые требования к продавцам по контролю за качеством товаров. Так, продавец обязан изъять из обращения товар, не отвечающий требованиям безопасности, а также своевременно информировать соответствующие государственные органы и потребителя о возможной опасности для его жизни, здоровья или имущества, окружающей среды, в том числе принять от потребителя проданный товар с возмещением его стоимости и убытков (ущерба), причиненных потребителю (пп.8) п. 1 ст. 31 Закона "О регулировании торговой деятельности"). Порядок изъятия и отзыва определен Приказом Министра по инвестициям и развитию от 4 декабря 2015 года № 1155.

По итогам написания курсовой работы сформулированы следующие основные выводы:

- С 1 января 2021 года в Казахстане будет запущена **Единая информационная система защиты прав потребителей**. Предполагается, что и споры с потребителями в сфере электронной торговли также будут поступать в эту систему. Нельзя сказать, что в Казахстане сформировалась судебная практика по потребительским спорам в электронной торговле. За последние несколько лет судами было рассмотрено всего несколько подобных дел. Поскольку большинство маркетплейсов и крупных интернет-магазинов в Казахстане имеют собственные политики по работе с обращениями с клиентами, предоставления информации о товарах, а также их возврату и обмену, потребительские споры оперативно разрешаются между сторонами.
- На основании вышеизложенного, можно сделать вывод, что в Казахстане право и юридическая практика последних лет скорее восприняли, нежели отторгли электронный бизнес, становление которого совпало с процессом общей модернизации казахстанской правовой системы.

По итогам написания курсовой работы сформулированы следующие основные выводы:

Интернет коммерция и интернет торговля становятся неотъемлемой частью современного общества. В них каждый человек находит что-то для себя, со временем они приобретают новые преимущества и новые возможности в связи с этим популярность интернет коммерции и интернет торговли растет. Простота создания заказов, огромная возможность выбора продукции, удобный поиск требуемых товаров и услуг, полная конфиденциальность заказов, а также удобство оплаты – являются абсолютными преимуществами интернет коммерции. Так как коммерция и торговля в сети развивается быстрыми темпами, постепенно производится модернизация компьютерных технологий, что приводит к упрощению их использования, повышается степень защиты и намного улучшается качество производимых сделок. Конечно в сфере интернет коммерции и интернет торговли ещё существуют некие проблемы, которые еще не решены, но со временем эти проблемы будут исчерпаны.

Интернет-торговля, являясь достаточно молодым сегментом экономики Казахстана, активно набирает обороты в своем развитии. Наша страна готова занять высокие позиции на рынке интернет коммерции. Хорошая организация бизнеса с учетом всех проблемных моментов, таких как конкурентоспособные цены, широкий ассортимент, выбор способа доставки, будет способствовать продвижению Казахстана в Интернет-пространстве. Казахстанский рынок Интернет-торговли является, по нашему глубокому убеждению, достаточно привлекательным не только для отечественных игроков, но и для зарубежных инвесторов. Показатели объема казахстанского рынка интернет коммерции имеют положительную динамику.