

Любопытно буквальное развитие этой темы в дизайн-проектах Карима Рашида: со временем и развитием технологий он мечтает от внедрения электронных устройств в предметы одежды человека перейти к замене около 70 процентов человеческого тела на более универсальные полимеры, а в оставшиеся 30 процентов планирует вживить электронные чипы, которые позволят человеку «видеть одинаково хорошо и днем, и ночью, постоянно слышать музыку и говорить на любом языке мира». [2]

Тем не менее, большинство из нас продолжают жить в реальном мире и пользоваться настоящими предметами, имеющими физическую оболочку. Несмотря на то, что свобода, данная современному дизайнеру с помощью компьютерного моделирования, может оказаться дезориентирующей, работа большинства из них по-прежнему четко направлена на потребителя, соответственно главной по-прежнему остается используемость предмета, его соответствие с реальной жизнью.

Литература

1. Jodidio Ph. Architecture Now! Стр. 20-21 // Taschen, 2002.
2. Коммерсантъ-Деньги // Москва, 03.10.2005

РАЗВИТИЕ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В МОЛДОВЕ НА ОСНОВЕ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

*Александр Грибинча, доктор хабилитат, профессор
Независимый Международный Университет Молдовы*

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 посылку. Но вот появились первые попытки осуществлять продажу товаров через Интернет. Однако проявляя снисходительность к пионерам электронной коммерции в Молдове, будем называть их сайты по продажам электронными магазинами.

За последнее два года на электронном рынке Молдовы появились электронные магазины, работающие по принципу «визитных карточек», но все же несколько отличных от них. Во-первых, нет настоящего off-line магазина, а только небольшой офис, где несколько операторов набирают заказы и ведут прямые консультации по Интернету. Все товары хранятся на складе [1, с. 95-101]. 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» [5, с. 22-25]. На сайте стало возможным заказать не только компьютерные комплектующие, но и бытовую технику, CD/DVD, литературу и даже букет цветов. Кстати, последняя услуга пользуется в Кишиневе неплохим спросом.

Один из самых известных магазинов, работающих по принципу заказа товара по телефону или по почте – www.eshop.md. Он открылся сравнительно недавно, в феврале 2006 года.

Заказ клиентам доставляет курьер либо покупатель сам приходит за товаром, который он заказал. Услугами почтовых служб, как сторонним способом доставки покупки, www.eshop.md не пользуется по двум причинам [8, с. 14]. Первая – это отсутствие стопроцентной гарантии качественного обслуживания почтовыми службами; вторая – почти все клиенты www.eshop.md – из Кишинева, поэтому доставка посредством курьера обходится магазину гораздо дешевле и быстрее.

Кстати, доставка у www.eshop.md не пользуется спросом. Как объясняют в магазине, причина в небольших расстояниях и в том, что для того, чтобы сэкономить пять леев, покупатели обращаются в другой магазин. По этой же причине, ради экономии, имеется в виду, клиент скорее всего не согласится, если в стоимость товара будет заложена стоимость услуг по процессингу банковских карт. В среднем стоимость этих услуг за одну транзакцию составляет 40 центов (USD). Добавьте к этому еще и 5-6% комиссионных банку с суммы, которая снимается с кредитки. Клиенты расплачиваются в основном наличными: так проще и надежнее [3, с. 104-110].

У всех молдавских электронных магазинов есть один общий недостаток – нет вариантов платежей, как это в России, например. В российских магазинах принимают различные платежи и даже наши Е-money! Ни у одного из молдавских электронных магазинов для граждан Молдовы не реализована система чарджбэк (chargeback – возврат платежа в любой момент до доставки товара), удобная тем, что заказчик может отказаться от товара в любое время, в любой момент. Хотя некоторые банки и предлагают такие услуги, но они обходятся очень дорого. Предприниматели Молдовы прибегают к ним только в Интернет-магазинах, работающих для зарубежных покупателей, так как без такой услуги иностранцы никогда не купят товар через Интернет.

Молдавские потребители еще не в полной мере могут оценить выгоду электронной коммерции и поэтому их очень мало. Однако чем больше потребителей, тем дешевле становятся товары, выложенные

в Интернете, за счет объемов продаж и благодаря тому, что товары доставляются нескольким потребителям одновременно. Хотя парадоксально, но факт, что иностранные бизнесмены, особенно американские, предпочитают держать штат интернет-магазинов, работающих на Европу или Америку, – именно в Молдове! В республике обслуживается более 200 (!) полноценных Интернет-магазинов, но лишь несколько из них работают на внутренний рынок. Так, второй в мире по объему продаж американский Интернет-аукцион располагает штатом в Молдове. Наша компания также открывает Интернет-магазин. Но не для внутреннего рынка, а для работы с россиянами. Причина всё та же: жителями и бизнесом Молдовы е-коммерция пока не востребована. Только у одной из электронных платежных систем России – [webmoney](#) – 4 миллиона пользователей! В 2006 году её оборот составил 1,46 миллиарда USD [4, с. 20].

Настоящим прорывом на молдавском е-рынке стало появление в октябре 2006 года первой национальной системы интернет-платежей – e-money. С выходом молдавских киберденег в Интернет стало возможным говорить и о начале on-line торговли и создании первого магазина, в котором можно было бы купить товар на электронные деньги. Так 25 декабря 2006 года появился [www.goods.md](#)

Разработчики [www.goods.md](#) очень тщательно и скрупулезно подошли к изучению опыта магазинов в других странах и в Молдове. Немалое внимание было уделено дизайну. Благодаря стараниям разработчиков, сайт прост и понятен. Пользователь, попадая на [www.goods.md](#), получает четкую информацию об условиях продаж и товарах. Учтено даже количество кликов, которые должен сделать покупатель, чтобы приобрести товар: они сокращены до минимума. Чтобы что-то купить, нужно сделать 3 клика: 1-й – выбор категории, 2-й – выбор подкатегории, 3-й – купить.

Кроме того, разработчики решили создать не просто магазин, а виртуальный коммерческий центр – гипермаркет. С этой целью была разработана такая структура, благодаря которой любой продавец виртуально может арендовать своеобразный «бутик» где представлена только его продукция. При этом владельцы [www.goods.md](#) не вмешиваются в ценовую политику «арендатора». Либо можно продавать отдельно взятые товарные позиции наряду с товарами поставщиков сайта. [7, с. 32]. С каждым продавцом – «арендатором» условия сотрудничества оговариваются индивидуально.

Рассчитаться в магазине за покупку можно наличными (через курьера), посредством перевода (только юридическим лицам) либо с помощью кредитной карточки или E-money. Доставка товара, стоимость которого выше 300 леев, по Кишиневу бесплатная. Покупки доставляются и за пределы столицы, но эта услуга оговаривается и оплачивается отдельно. Лучше всего в магазине продаются не очень дорогие товары: корм для животных, посуда, бытовая химия, мелкая бытовая техника. Продажа дорогих товаров успехом не пользуется.

По словам разработчиков сайта, покупка товаров в магазине безопасна. В общих чертах она выглядит следующим образом. Покупатель «пролистывает» каталог сайта, отбирает понравившиеся товары в «Корзину покупок», выбирает способ оплаты и вводит информацию для доставки заказа. После чего в течение нескольких минут оператор перезванивает для подтверждения заказа. Если клиент выбрал для оплаты наличные или перевод, вся ответственность ложится на магазин. В случае e-money всё во власти этой системы интернет-платежей, так как после того, как клиент переходит к форме «оплатить заказ» с помощью E-money, его тут же перебрасывает на сайт этой платежной системы, где он сам переводит деньги со своего счёта на счет магазина.

Первая молдавская платёжная система [e-money](#) пока ещё страдает своей некорректной работой:

- Платежную систему подводят молдавские банки, не привыкшие работать с такими платежами.
- В системе до сих пор ещё не доработаны некоторые моменты. Пример: если услуги оплачены с помощью E-money, чарджбэк – возврат платежа, сделать тем же электронным способом, почти невозможно. Для того чтобы отказаться от покупки, необходимо написать заявление на имя компании, у которой приобретен товар или подойти непосредственно в офис или магазин компании.
- Отсутствует законодательная база, защищающая и регулирующая движение электронных денежных средств, права и обязанности покупателей и продавцов в системе онлайн.

Несколько скептически относятся к е-коммерции в республике и непосредственно разработчики платежной системы e-money [9]. На их взгляд, виртуальная торговля в нашей стране – это частный случай. Говорить о рынке е-коммерции в Молдове не приходится, так как глобального рынка как такового в республике на сегодняшний день нет и быть не может. Чтобы он появился и развивался, необходимы расстояния, например между районами мегаполисов либо между городами. Расстояния между секторами Кишинёва слишком невелики для развития Интернет-торговли. [10] Зачем пользоваться виртуальным магазином, если можно выйти и купить всё, что необходимо, в ближайшей торговой точке. Выход один: необходимо, чтобы на «полках» виртуальных магазинов появлялись товары, которые не продаются в ближайших традиционных магазинах.

Либо у покупателей должна быть возможность напрямую или через отечественные магазины заказывать товары с Запада. Потребность в этом есть. Товары на Западе намного дешевле, даже с учётом доставки, и значительно шире ассортимент.

Но и здесь есть свои подводные камни. Покупатель из Молдовы не может купить через е-магазины товары из стран Европы и США. Все дело в имидже: Молдова числится в «чёрном списке» стран. Интернет-торговля стран Запада с нами априори запрещена.

Пример: PayPal – глобальная онлайн-платежная система. Работает с самыми крупными коммерческими сайтами, такими как www.ebay.com, www.amazon.com и многими другими. Работает в 190 странах и регионах, почти по всему миру. В её списке есть Зимбабве, Аруба, Кирибати, Тонга, Тувалу. А вот Молдовы, к сожалению, в нём нет.

На данный момент значительная часть платежей приходится на оплату услуг или товаров в России путем конвертации e-money в другие электронные валюты [2, с. 69-76].

Немаловажную роль в развитии e-коммерции играют и непосредственно магазины, самые обычные, «оффлайновые», подключившиеся к системе электронных платежей.

Итак, магазин подключился к системе E-money, но это еще не значит, что платежная система выполнит всю работу. Нужно «пиарить». Может, следует предоставить скидку при оплате в e-money, или выдать дисконтную карту, или пригласительные, предположим в кино [6, с. 5]. Для клиентов нужна мотивация, потому что не так просто преодолеть устоявшуюся привычку расплачиваться наличными. К сожалению, об этом мало кто задумывается, несмотря на то, что молдавским магазинам выгодно, чтобы покупатели расплачивались электронными деньгами.

Для полноценного развития рынка e-коммерции необходимы проекты, которые позволили бы зарабатывать в Интернете. Общеизвестно, что за рубежом существуют сотни сервисов, позволяющих получать доходы различными способами, будь то удаленная работа по специальности, либо плата за продажу услуг или товаров через сеть партнеров, или заработок на размещении рекламы. Заработанные деньги начисляются в электронной валюте либо присылаются банковскими чеками. Если человек заработал виртуальные деньги в сети, скорее всего он эти деньги и потратит на какие-то услуги и товары, предлагаемые в сети, нежели обналечит их и не потратит на те же услуги и товары.

Один из проектов, по которому внедрена E-money, совместно с партнерами, «Лабораторией Интернет-проектов» (Lab.md), – это система текстовой контекстной рекламы OpenText, запущенная в рамках портала Open.md. Лицо, у которого есть собственный сайт, а таких в Молдове день ото дня все больше и больше, получает деньги за то, что размещает баннеры рекламодателей, привлеченных системой. По сути, OpenText – это связующее звено между рекламодателями и рекламными площадками. Система позволяет избежать трудностей как рекламодателям, так и площадкам. Первые могут моментально запустить крупную рекламную кампанию по MoldNet, получая не просто заходы на сайт, а реальных покупателей, вторые же не отвлекаются от сайта и получают ежемесячный доход, так необходимый для развития интернет-проектов.

Выводы:

На развитие e-коммерции в Молдове негативно сказывается ряд факторов. Приведём некоторые из них:

- Низкий уровень развития IT.

Если говорить о компьютеризации, Молдова опережает многие страны СНГ. Если говорить об информационных технологиях и электронной коммерции, то Молдова значительно отстаёт.

- Менталитет.

В нашей стране не привита культура использования безналичных систем платежей.

- Практическое отсутствие регламента движения электронных валютных средств.

- Высокая процентная ставка транзакций.

- Неправильные и недостаточно разработанные рекламные и PR-кампании по «раскрутке» электронных ресурсов.

Расклейка на столбах объявлений об электронном магазине – это не выход.

Несмотря на все сложности и препоны, пусть и медленно, но e-коммерция в Молдове развивается. Обратного пути нет. В Молдову, скорее всего, придут румынский и российский капиталы. Они захватят этот рынок, потому что отечественная e-коммерция находится на низком уровне, в классическом, чистом виде для молдавских потребителей она пока не существует.

Литература

1. Грибинча А. Avantajele electronicii on serviciul industriei turistice. Dezvoltarea turismului la inceputul sec.XXI, Conferința internațională, Chișinău, ULIM, 2006, p.95-101

2. Грибинча А. Globalizarea ei impactul ei asupra tehnologiilor informaționale. **Economie ei sociologie**, Nr 2, 2003, p. 69-76

3. Грибинча А. Informația ei dezvoltarea economică. Valori ale mass-media on epoca contemporană. Vol.2, Chișinău: USM, 2003, p. 104-110

4. Грибинча А. Marketingul produselor “High-Tech”. Кишинев: ULIM, 1999, 24 p.

5. Грибинча А. Кибермаркетинг и логистика электронной торговли. *Simposia Professorum, seria Economie, materialele conferinței*, 21 oct. 2005, Chișinău, ULIM, 2006, p.22-25

6. Король С. Платёжные системы в сети Интернет магазинов // Мир Компьютеров. – 2008. – №42(407). – С.5

7. Мусаева У.Е. Актуальные проблемы электронной торговли // Business Class. – 2008. – № 8. – С.32

8. Постаков Али. Проблемы электронной торговли // Business Class. – 2007. – № 10. – С.14.

9. www.eshop.md

10. www.goods.md