



Ярким примером такого шоппинга может послужить Корея. QR-коды экономят время местных жителей путем быстрого онлайн-заказа: в корейском метро установлены виртуальные витрины супермаркета. Считывая коды, можно заказать продукты с помощью мобильного устройства и получить их курьерской доставкой. Данное изобретение не только экономит время, но и значительно упрощает жизнь. Тем не менее это устройство не остается лишь электронным интерфейсом. Художники всего мира подхватили новую идею оригинально украшать QR-коды. Теперь сам только его вид может о многом рассказать. Следовательно, QR-код дает возможность развития во все многих и многих сферах.

В заключение можно сказать, что в скором времени без сомнения мы будем свидетелями роста нового мощного маркетингового канала в лице точечных квадратиков. Однако существует один существенный момент, который препятствует развитию их популярности – это низкая известность. Решение этой проблемы лежит в популяризации данного кода путем разъяснения правил использования этих кодов и доказательств на практике полезности и необходимости такого инструмента. Ведь в действительности он и правда облегчает жизнь потребителя.

Научн. рук. Затхей В. А.

**Литература:** 1. Защита персональных данных [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://foxtools.ru/QR>. 2. Аакер Д. А. Стратегия управления портфелем брендов / Д. А. Аакер. – М. : Эксмо, 2008. – 320 с. 3. Защита персональных данных [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://ru.wikipedia.org/wiki/QR-код>. 4. Защита персональных данных [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.contenton.ru/>. 5. Защита персональных данных [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://justnotes.ru/>. 6. Защита персональных данных [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://qrcodes.com.ua/>.

---

**Корсунова Е. Ю.**

УДК 339.17:004.738.5

Студент 1 курса  
факультета менеджмента и маркетинга ХНЭУ

## **ВЛИЯНИЕ ПЛАТЕЖНЫХ СИСТЕМ НА РАЗВИТИЕ ИНТЕРНЕТ-КОММЕРЦИИ**

*Анотация. Рассмотрены перспективы развития и использования Интернет-коммерции. Проанализированы виды и способы платежных систем. Определен наиболее перспективный и удобный вид платежной системы. Выявлены дальнейшие тенденции развития платежных систем.*

*Анотація. Розглянуто перспективи розвитку й використання Інтернет-комерції. Проаналізовано види та способи платіжних систем. Визначено найбільш перспективний і зручний вид платіжної системи. Виявлено подальші тенденції розвитку платіжних систем.*

*Annotation. The prospects for the development and use of the Internet commerce were considered. The types and methods of payment systems were analyzed. The most promising and convenient form of payment system was identified. The future trends of the development of payment systems were detected.*

*Ключевые слова: Интернет, Интернет-коммерция, платежные системы, технологии NFC, электронные деньги.*

Анализируя мировую торговлю, можно увидеть бурное развитие электронной коммерции.

Под электронной коммерцией понимаются продажи материальных и нематериальных товаров и услуг электронным образом. Она включает в себя не только операции купли-продажи, но и возможность анализа спроса на продукцию и услуги, обмен информацией между партнерами, оформление заказов, проведение платежей, подтверждение о доставке и др.

Начало электронной коммерции было положено в США в 1960 году. Американские компании American Airlines и IBM приступили к созданию системы авторизации процедуры резервирования мест на авиарейсы, делая возможным перелеты более доступными для рядовых пассажиров, помогая ориентироваться в тарифах и рейсах, число которых постоянно росло [1]. За счет автома-

тизации процесса расчета тарифов при резервировании мест снижалась стоимость услуг. Это являлось первым перспективным опытом создания системы электронной коммерции. Адаптируясь в активно распространяемой всемирной паутине, электронная коммерция стала развиваться с невероятной скоростью, воплощаясь в новых формах и видах.

Ярко выраженными моделями Интернет-коммерции являются Интернет-магазины, Интернет-каталоги-справочники, Интернет-аукционы, Интернет-торговые центры, Интернет-провайдеры бизнес-операций и т. д.

По данным агентства Invesp.com, в 2011 году объем продаж в сфере электронной коммерции в мире составляет 680,6 млрд долларов США. По прогнозам этого агентства, данная сумма будет только расти, и к 2015 году достигнет отметки в 1,5 трлн долларов США [2].

Анализируя украинский рынок, видно, что на протяжении последних пяти лет рынок Интернет-коммерции показал ежегодное увеличение на уровне 50 – 60 % независимо от перманентных экономических колебаний. При этом рынок имеет серьезный потенциал. Например, в Германии объем рынка Интернет-коммерции составляет приблизительно 36 млрд долларов. В Украине аналогичный показатель составляет не более 400 – 500 млн долларов [3].

В основном через Интернет украинские граждане приобретают бытовую технику, оргтехнику, мобильные телефоны, косметику, одежду, книги.

Основными фактами, которые сдерживают развитие украинского рынка Интернет-коммерции, являются:

1. Отсутствие законодательной базы, которая бы регулировала процесс покупки-продажи онлайн, осуществления электронных платежей за оплаченные товары-услуги и которая бы устанавливала прозрачные правила игры на рынке (как для продавцов, так и для покупателей).

2. Низкий уровень проникновения Интернета (особенно в регионах).

3. Низкая эффективность большинства существующих украинских торговых площадок.

4. Слабое развитие национальной системы электронных платежей.

5. Развитие платежных систем в Интернет-коммерции имеет ключевое значение. Подробное рассмотрение существующих платежных систем даст возможность проанализировать тенденцию их развития.

Среди основных платежных систем выделяются:

1. Оплата через курьерскую службу – это передача денежных средств из рук покупателя в руки курьера. Достоинство – простота. Недостатки – ограничение во времени, возможное отсутствие сдачи, высокие расходы по обслуживанию.

2. Оплата почтовым переводом – это наиболее простой и распространенный способ перевода денег, где используются наличные деньги и точные реквизиты покупателя. Преимуществом является надежность и простота. Основным недостатком является недостаточная мобильность, отсутствие анонимности, высокие расходы по обслуживанию.

3. Перевод средств на электронную карточку – когда покупатель через учреждение банка или банкомата переводит средства на лицевой счет продавца. Достоинством есть простота, большое количество терминалов и отделений банков, информационная поддержка. Недостатком же является высокий процент мошенничества, ограниченность доступности, как территориально, так и во времени, отсутствие конфиденциальности и высокие расходы по обслуживанию.

4. Оплата с помощью электронных денег. Электронные деньги – это виртуальные денежные знаки, полностью моделирующие реальные деньги, хранимые на электронных носителях [4]. Преимуществом их есть простота использования (с помощью персонального компьютера, мобильного телефона), высокая круглосуточная мобильность, надежность и анонимность расчетов. Основным недостатком электронных денег является адаптация в законодательную систему государства, а также ограничения по перемещению капитала за территорию Украины и конвертация в другие виды национальных валют. Кроме того, спектр товаров и услуг, где можно использовать электронные деньги, ограничен.

Делая выводы из преимуществ и недостатков существующих платежных систем, можно увидеть огромный потенциал развития электронных денег в системе Интернет-коммерции.

Современное обращение электронных денег происходит при помощи компьютерных сетей, Интернета, платежных карт, электронных кошельков и устройств, работающих с платежными картами, терминалами, персональными компьютерами и мобильными телефонами, в которых есть специальный платежный чип или возможность входа в платежную систему.

Первый мобильный платеж с помощью SMS был осуществлен в 1997 году жителями Хельсинки, когда на улице города были установлены два автомата Coca-Cola по продаже напитков [5].

Потребители по достоинству оценили возможности платежа с помощью мобильного телефона. Еще бы, этот электронный гаджет находится постоянно под рукой, максимально облегчая и сокращая время проведения расчетов за товары и услуги. Увеличив защиту от взломов, с помощью введения индивидуальных параметрических данных, телефон может быть лучшим платежным инструментом в системе электронных денег. Но для этого нужны новые информационные технологии.

На запрос потребителей одними из первых откликнулись в корпорации Google, когда запустили собственную платежную систему Google Wallet, которая добавила поддержку системам Visa, MasterCard, American Express и Discover. А также объединила 25 крупных розничных сетей.

На нашем отечественном рынке представлены такие платежные системы, как: НСМЭП, Global Money, WebMoney, LiqPay, MoneXy [6].



В настоящее время на территории Украины оборот электронных денег составляет от 4 до 8 млрд грн в год и активно увеличивается.

Можно предположить, что дальнейшее развитие технологий в системе электронных денег создаст условие, когда будет возможен полный отказ от кредитных карточек, всевозможных дисконтных карточек, банкоматов, платежных терминалов и других информационных носителей благодаря новым возможностям программного обеспечения мобильного телефона. Так, можно с уверенностью сказать, что телефон будущего – это устройство связи, мобильный кошелек и платежный терминал, с помощью которого с легкостью и простотой можно будет производить расчеты за товары и услуги.

Первые предпосылки этому дают новые модели телефонов компании Apple. По предположениям аналитиков, в следующих версиях iPhone и iPad поддержка технологии NFC (Near Field Communication – технология беспроводной высокочастотной связи малого радиуса действия, которая дает возможность обмена данными между устройствами, находящимися на расстоянии около 10 сантиметров) будет встроенной, избавляя от необходимости докупать и подключать дополнительные гаджеты. Если эти прогнозы сбудутся, то NFC, скорее всего, плотно интегрируется в iTunes и App Store, а в программное обеспечение будет внедрена поддержка нескольких платежных систем. NFC отлично развивается и вне стен Apple стараниями других компаний, таких, как Google и RIM, возможно, собирающихся активно использовать технологию в собственных интересах.

Учитывая ускоренную разработку и применение новейших технологий, можно сказать, что в скором времени большинство производителей мобильных телефонов будут иметь программное обеспечение для проведения электронных платежей. На сегодняшний день владельцем телефона является практически каждый гражданин развитого государства, можно предположить, что большинство из них, оценив простоту и удобство, будут принимать активное участие в Интернет-коммерции, а это приведет к многократному увеличению объемов продаж товаров и услуг.

Из проведенного анализа можно сделать вывод, что каждая новая платежная система, повышающая надежность и уменьшающая издержки, стимулирует электронную коммерцию и дает новый толчок ее дальнейшему развитию.

Научн. рук. Затхей В. А.

**Литература:** 1. Первый электронный банк и магазин [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://whoyouglе.ru/texts/first-electronic-bank-shop/>. 2. Состояние электронной коммерции в мире [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.e-pepper.ru/forum/thread800.html>. 3. Электронная торговля отправится в регионы [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.bfm.ru/news/101235>. 4. Торкановский В. С. Электронные формы денег и новые виды платежных систем (Текст) / В. С. Торкановский, С. А. Белозеров. – СПб. : СПбГУЭФ, 2000. – 150 с. 5. Мобильный платеж [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.rauy.ru/mobile-pay/usluga-mobilnyj-platezh/>. 6. Электронные деньги и Интернет-коммерция в Украине [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://gryphoninvest.com.ua/company/-publications/elektronni-groshi-ta-internet-komercziya-v-ukraїni>.

---

**Гондаренко М. А.**

УДК 659.11

Студент 1 курса  
факультета менеджмента и маркетинга ХНЭУ

## **АНАЛИЗ РЕКЛАМЫ В СОВРЕМЕННОЙ СИСТЕМЕ МАРКЕТИНГА: ЕЕ ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ**

*Аннотація. Розглянуто позитивні та негативні сторони реклами в сучасній системі маркетингу. Проаналізовано процес розвитку реклами від стародавнього суспільства до сучасного. Визначено сучасні методи передачі реклами та вплив її на споживача. Наведено шляхи усунення її недоліків.*

*Анотация. Рассмотрены положительные и отрицательные стороны рекламы в современной системе маркетинга. Проанализирован процесс развития рекламы от стародавнего общества к современному. Определены современные методы передачи рекламы и влияние ее на потребителя. Представлены пути устранения ее недостатков.*

---

© Гондаренко М. А., 2013