Модели электронной коммерции

1 Основные понятия

Электронная коммерция — коммерческая деятельность по заказу и реализации товаров, работ или услуг посредством цифровых каналов.

Электронный бизнес — более широкое понятие: включает электронную коммерцию и цифровое управление внутренними процессами организации, закупками, запасами и отношениями с клиентами.

Модель электронной коммерции — описание того, кому и какую ценность предлагает бизнес, как организует сделку и за счёт чего получает доход.

Четыре основания классификации

Основание	Что определяет	Примеры
Участники	Кто продаёт и кто покупает	B2B, B2C, C2C, C2B
Организация торговли	Как организована сделка	Интернет-магазин, маркетплейс
Источник дохода	За что получает деньги бизнес	Продажа, комиссия, подписка
Исполнение заказа	Кто хранит и доставляет товар	Собственный склад, фулфилмент

Один бизнес одновременно характеризуется по всем четырём основаниям. Например: B2C → собственный интернет-магазин → доход от продажи товаров → доставка подрядчиком.

Три потока электронной сделки

Информационный поток — сведения о товаре, заказе и его статусе.
Товарный поток — передача товара или предоставление доступа к цифровому продукту.
Денежный поток — оплата, перечисление выручки и возвраты.

Главное: состав участников, способ получения дохода, доставка и оплата — разные характеристики бизнеса. Их нельзя смешивать.

2 Модели по составу участников

Модель	Содержание	Пример
B2B Business-to-business	Бизнес продаёт бизнесу	Фабрика продаёт упаковку магазину
B2C Business-to-consumer	Бизнес продаёт конечному потребителю	Магазин продаёт рюкзак студентке
C2C Consumer-to-consumer	Сделка между частными лицами	Человек продаёт свой подержанный велосипед
C2B Consumer-to-business	Физическое лицо предлагает ценность компании	Автор предоставляет компании право использовать фотографию
B2G Business-to-government	Бизнес поставляет товары, работы или услуги государственному заказчику	Поставка оборудования государственному учреждению

B2B: важны условия поставки, документация, стабильность качества, повторные закупки и индивидуальные цены.
B2C: важны удобство выбора, понятная цена, отзывы, доставка и простая оплата.
C2C: важно доверие между частными лицами и достоверность описания товара.

C2B — учебное обозначение направления предложения ценности. Оно не определяет юридический статус исполнителя. Если исполнитель действует как предприниматель, отношения с компанией могут точнее описываться как B2B.

D2C — прямые продажи производителя

D2C (direct-to-consumer) — продажа производителем своей продукции непосредственно конечному потребителю. Это разновидность B2C по прямому каналу продаж. Пример: швейная мастерская продаёт собственные изделия через свой сайт.

Преимущества D2C: контроль бренда и прямой контакт с покупателем. Задачи производителя: самостоятельно организовать привлечение клиентов, продажу и обслуживание.

Правило определения модели

Сначала установите продавца, покупателя и цель покупки. Классифицируйте конкретную сделку, а не сайт целиком. На одной площадке возможны и C2C, и B2C. Оплата картой или наличными не меняет состав участников.

Пример: продажа магазином товара гражданину через маркетплейс — B2C; услуги платформы этому магазину — отдельные отношения B2B.

3 Организация торговли и доходы

Интернет-магазин — цифровой канал продаж определённого продавца, позволяющий представить ассортимент и оформить заказ.

Маркетплейс — платформа, организующая взаимодействие множества продавцов и покупателей. Площадка не обязательно является собственником размещённых товаров.

Площадка объявлений — сервис поиска контрагента и обмена предложениями; может дополнительно предоставлять оплату и доставку.
Электронный аукцион — формат определения цены через предложения участников по установленным правилам.

Основные модели дохода

Модель	За что поступают деньги
Продажа	За реализованный товар или услугу
Комиссия	За посредничество или проведение сделки
Подписка	За доступ к сервису в течение периода
Реклама	За размещение и продвижение
Плата за операции	За хранение, комплектацию, доставку и другие услуги

Freemium — базовые возможности бесплатны, расширенные предоставляются за плату. Несколько источников дохода могут сочетаться в одном бизнесе.

Фулфилмент — выполнение подрядчиком операций по обработке заказов, например хранения, комплектации и отправки.
Дропшиппинг — организация продаж, при которой поставщик отправляет товар покупателю по заказу продавца.
Это способы исполнения заказа, а не замена классификации B2B/B2C.

Экономика заказа

Выручка ≠ прибыль. Оборот товаров независимых продавцов через платформу ≠ собственный доход платформы.

Вклад одного заказа в покрытие постоянных расходов и формирование прибыли = цена продажи − переменные расходы на заказ.

Учебный пример: цена — 3 000 руб.; себестоимость — 1 500 руб.; реклама — 450 руб.; доставка — 250 руб.; приём платежа — 2%.
Платёжная комиссия: 3 000 × 2% = 60 руб.
Вклад заказа: 3 000 − 1 500 − 450 − 250 − 60 = 740 руб.

740 руб. — не чистая прибыль: ещё нужно учесть постоянные расходы, налоги, возвраты и другие затраты. При выборе канала оценивают также число заказов, повторные покупки и сроки получения денег.

4 Онлайн-платежи

Интернет-эквайринг — услуга приёма карточных платежей в интернете. В упрощённой схеме участвуют покупатель, продавец, банк покупателя, обслуживающий продавца банк и платёжная инфраструктура.

СБП — сервис Банка России для переводов между счетами в разных банках и оплаты покупок и услуг. При покупке могут использоваться QR-код, кнопка или ссылка; ввод реквизитов карты на сайте магазина не требуется.

Электронные денежные средства учитываются без открытия банковского счёта и переводятся с использованием электронного средства платежа. Электронный кошелёк нельзя отождествлять с любым банковским приложением.

Платёжная система, банк, платёжный сервис и способ оплаты — разные понятия. Кнопка оплаты на сайте не делает владельца сайта оператором платёжной системы.

Последовательность оплаты заказа

1. Оформление заказа и фиксация стоимости.
2. Выбор способа оплаты.
3. Подтверждение платежа покупателем.
4. Проверка продавцом статуса у платёжного партнёра.
5. Передача заказа в обработку.
6. Оформление документов; при необходимости — возврат.

Что необходимо запомнить

Создание заказа, подтверждение платежа и поступление денег продавцу могут происходить в разное время. Скриншот покупателя не заменяет проверку оплаты продавцом. При сбое сначала проверяют статус, чтобы избежать повторного списания.

Банковское уведомление и кассовый чек выполняют разные функции. Там, где требуется применение ККТ, уведомление об оплате не заменяет фискальный документ.

Платёжный сервис выбирают по удобству для покупателя, стоимости, срокам перечисления денег, безопасности, порядку возвратов и связи с системой учёта заказов. Покупателю нужно проверять получателя и сумму и не передавать посторонним коды подтверждения.

Итог: эффективная модель соединяет ценность для покупателя, понятный источник дохода, надёжное исполнение заказа и удобную оплату.

Источники для повторения — в тетрадь не переписывать

Гаврилов Л. П. Электронная коммерция. 6-е изд. М.: Юрайт, 2024. 579 с. Основная литература РПД: https://urait.ru/bcode/536773
Банк России. Система быстрых платежей: https://www.cbr.ru/PSystem/sfp/
Банк России. Разъяснения по № 161-ФЗ: https://www.cbr.ru/PSystem/acts/161-fz/