

Костюхин Сергей Валерьевич

Магистрант

Направление: Информатика и вычислительная техника

Магистерская программа: Информационные системы

Перспективы развития интернет-магазинов

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы развития интернет – торговли через интернет-магазины и возможности их объединения в будущем в единую систему на основе цифровой платформы.

Ключевые слова: интернет-магазины, интернет-торговля, интернет коммерция, автоматизация, торговля, цифровая платформа.

Сегодня цифровые технологии проникают во все сферы жизнедеятельности, в том числе, в сегменты торговли. Для достижения роста доходности интернет-торговли, достижения лидерства рынка, компаниям крайне важно в ближайшем будущем объединять свой бизнес в единую систему на основе цифровой платформы.

Усиленное течение и распространение цифровых технологий в последние года основательно изменяют образ значительных областей экономики и социальной сферы. Большинство организаций устремляются вынести бизнес-процессы в цифровую среду, тем самым значительно снижая транзакционные затраты.

В 21 веке цифровые технологии проникают во все сферы жизнедеятельности, в том числе, в сегменты торговли. Для достижения роста доходности интернет-торговли, достижения лидерства рынка, компаниям крайне важно в ближайшем будущем объединять свой бизнес в единую систему на основе цифровой платформы. Также этому способствуют карантинные ограничения, вызванные распространением коронавирусной инфекцией COVID-19. В этой связи у интернет-торговли появилась возможность стать

катализатором роста. Этому способствовали все элементы внедрения цифровой экономики в интернет-торговлю, так как на сегодняшний день осуществление всех транзакций через систему интернет – торговли позволяют быстро осуществить платежи и получить товар, снизить издержки, расширить круг потребителей [1].

Отметим, что многие исследователи, с приходом пандемии COVID-19, прогнозировали глобальный экономический кризис в торговле, но этого не произошло, поскольку 2020 год во всем мире прошел под флагом онлайн – продаж практически во всех странах мира, независимо от введения локдауна. Только в первые месяцы ограничительных мер отмечалась паника, но благодаря интернет-торговле открылись безграничные возможности для реализации новых бизнес-идей, позволяющих расширить свои каналы продаж, то есть бизнес смог мобилизоваться и выйти на новый уровень своих возможностей. Многие продуктовые магазины стали быстро изменять свою стратегию, переходя на доставку продуктов покупателям на дом. Бизнес-модель B2B (бизнес – бизнесу) сменилась новой моделью D2C (производитель работает без посредников в виде розничных продавцов и дилеров напрямую с физическими лицами). Пандемия COVID-19 позволила осуществить ускоренный переход в формат digital и укрепить позиции e-commerce [2].

Очевидно, для розничных магазинов интернет- торговля может стать довольно мощным конкурентом, и, если в будущем доля онлайн-покупок останется высокой после пандемии, им следует задуматься о проблемах, так как покупатели, привыкшие к услугам на дому, неизбежно будут предъявлять более высокие требования к своевременности и выбору.

© По данным Организации Объединенных наций, на планете в настоящее время проживает 7,8 млрд. человек и отмечается их рост на 1% или примерно 80 млн. человек, при чем, более 1/4 (26,28%) из них являются онлайн-покупателями. По данным ежегодного отчета Global Digital 2021 г., 4,2 млрд. человек (53,6%) имеют аккаунты на одной или нескольких платформах [3].

На основе проведенного анализа e-commerce, Ассоциацией компаний интернет-торговли (АКИТ) были сделаны выводы, что в 2020 году по сравнению с 2019 годом в российских и зарубежных интернет-магазинах россиянами было совершено на 58,5% покупок больше, а интернет-магазины получили выручку 3,221 трлн. руб. [4].

Выявлено, что в первой половине 2019 года был сделан 71% заказов с доставкой «до двери» и 29% с доставкой в пункты самовывоза. Аналогичная ситуация была и в первом квартале 2020 данные, а во втором квартале выросла доля заказов с доставкой в пункты самовывоза (на 15% по сравнению с первым кварталом). Кроме того, несмотря на равномерное распределение заказов по способам доставки, значительный перевес (55% от всех заказов) остался в сторону доставки "до двери" [5].

В первом квартале 2020 года доли заказов «в ПВЗ» и «до двери» были на уровне 2019 года, но, в связи с самоизоляцией, в апреле доля заказов, оформленных на дом, превысила долю заказов в ПВЗ [5].

За исследуемый период, количество вовлеченных в С2С-торговлю продавцов составило 13,2 млн., а число покупателей выросло до 13,3 млн. Количество сделок выросло за последние 1,5 года на 70%.

В 2020 г. С2С-продавцы стали чаще пользоваться доставкой транспортной или курьерской компанией и особенно доставкой до пункта выдачи заказа, снизилась доля личной доставки товара покупателю и доля Почты России.

В 2020 г. по сравнению с 2017 г. снизилась доля продавцов, продающих только в пределах своего населенного пункта или региона, а тех, кто за пределы своего регион выросло на 8%.

Выручка онлайн С2С рынка за последние 1,5 года увеличилась на 87%, а годовой объем составил в 2020 году 1,06 трлн. руб., в то же время количество онлайн- покупок выросло на 70% и достигло 301 млн.

В 2020 году также продолжился рост количества покупателей на С2С рынке, в то время количество продавцов и покупателей составило 13,2 млн. и 13,3 млн. соответственно [6].

Пока интернет-торговля в России занимает только 5% от всего оборота розницы.

Развитие интернет-магазинов напрямую связано с сервисом доставки. Когда внедряют доставку в течение 48 часов – количество заказов резко вырастает.

По данным Ассоциации компаний интернет-торговли, рынок интернет-торговли с начала 2021 года вырос на 44%, что связано как с пандемией COVID-19, а также с укреплением внутреннего рынка и изменением потребительских привычек. Так, за период с января по февраль 2021 года по сравнению с аналогичным периодом в 2020 года, российский рынок интернет-торговли вырос на 44% и составил 431,3 млрд. руб. [7, 8].

В 2020 году российский бюджет получил дополнительно 80 млрд. руб. налогов (без учета НДС) и около 2 млрд. руб. таможенных платежей за счет интернет-торговли, а также появилось более 100 тыс. новых рабочих мест.

Рост интернет-торговли подтверждают и крупные ритейлеры.

Проведенный анализ показал, что популярность интернет-магазинов выросла не только за счет пандемии в 2020 году, но и с укреплением национального рынка и расширении возможностей российских компаний в сфере онлайн-торговли. При чем это происходит не только за счет собственных интернет-магазинов, но и маркетплейсов, таких как AliExpress, Wildberries и т.д., что говорит о существенном повышении конкурентоспособности и качества российских продуктов.

Кроме того, немаловажную роль играет готовность россиян пользоваться услугами электронной коммерции, так как они понимают, что компании не стремятся их обмануть, поэтому растет доверие к интернет-магазинам, люди хотят покупать в интернете товары, связанные с личными ощущениями, примеркой и т. д. [8].

В этой связи, у конкурентоспособных предприятий появилась необходимость перестраивать бизнес-процессы.

Следует отметить, что рост интернет-продаж происходил на фоне падения посещаемости торговых центров, трудностей в пересечении границы, глобальном росте затрат на логистическое сопровождение, стагнации доходов населения и осторожности при принятии решения о потребительском кредитовании.

Лидеры рынка интернет-торговли стремятся воспользоваться благоприятной ситуацией и образуют экосистемы, способные стереть границы специализации, что в ближайшем будущем может отрицательно отразиться на развитии интернет-торговли, так как кроме технологических и экономических барьеров, появляются еще и социальные (не все граждане России чувствуют себя уверенно в интернете, растет риск встретить мошенников, существуют законодательные ограничения на дистанционную продажу некоторых видов товаров). Также российский рынок ограничен платежеспособностью населения [8, 9].

Таким образом, произошел стремительный скачок интернет-торговли. Этому способствовали эпидемия и развитие цифровизации, которые ускорили тенденцию перехода общества к онлайн-операциям. Неоспоримые преимущества интернет-торговли привлекают потребителей, сокращая при этом масштабы продаж в реальном секторе. Конкуренция между интернет-компаниями будет только расти и дальнейшей их задачей станет удержание покупателей, а потребители смогут получить большие возможности для выбора и станут более требовательными. Поэтому интернет-компаниям необходимо пересмотреть свои бизнес-процессы, увеличивая при этом качество продаваемых товаров и оказанных услуг. Также интернет-компаниям необходимо пересмотреть свои бизнес-процессы, увеличивая при этом качество продаваемых товаров и оказанных услуг, а также сократить цифровой разрыв между различными регионами Российской Федерации, который может негативно отразиться на развитии интернет-торговли в регионах.

Литература

1. Ревина С.Ю., Третьякова Д.А. Электронная коммерция в России в условиях пандемических ограничений COVID-19 // Вопросы инновационной экономики. 2021. Том 11. № 4.
2. Кудинова М.Г., Сурай Н.М., Корнева Г.В., Горбатко Е.С., Терехова А.А. Анализ современного состояния и тенденций развития интернет-торговли в условиях пандемических ограничений COVID-19 // Экономика и управление народным хозяйством. Экономические науки. 2022. №3.
3. Беспрозванная Л.Г., Зяблицкая Н.В., Манина Е.А. Анализ современного состояния и тенденция развития мировой интернет-торговли // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2021. № 10-1.
4. Аналитика рынка интернет-торговли за 2020 год [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://www.shopolog.ru/metodichka/analytics/analitika-rynka-internet-torgovli-za-2020-god/> (дата обращения: 15.09.2022).
5. Интернет-торговля в России 2020 [Электронный ресурс] // Режим доступа: https://datainsight.ru/ru/DI_eCommerce2020 (дата обращения: 15.09.2022).
6. Интернет-торговля между частными лицами, 2020 [Электронный ресурс] // Режим доступа: https://datainsight.ru/DI_Avito_C2C_2020 (дата обращения: 15.09.2022).
7. «Не только пандемия»: почему торговля переходит в онлайн [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://m.gazeta.ru/business/2021/04/05/13548128.shtml> (дата обращения: 15.09.2022).
8. Сурай Н.М., Неверов П.А., Горелова Т.П. Современное состояние и перспективы развития территориально сгруппированных торговых форматов в России: Сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции «Инновационные процессы в условия глобализации

мировой экономики: проблемы, тенденции, перспективы (IPEG-2017)» (Прага, 31 марта 2017 года). Прага: Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ», 2017.

9. Беляев В.И., Беляев В.В., Игнатъева Д.В. и др. Локальные рынки в глобальной экономике: диалектика глобального и локального в региональном воспроизводстве // Вестник Алтайского государственного аграрного университета. 2013. № 7(105).

10. Кудинова М.Г., Беликова Т.С. Анализ финансовой отчетности. Барнаул: Алтайский государственный аграрный университет, 2006.

11. Сурай Н.М., Неверов П.А., Хренова Ю.В., Хренов С.В. Перспективные формы продвижения товаров // Социосфера. 2015. № 53.

12. Кудинова М.Г., Сальник В.А., Горбатко Е.С., Сурай Н.М. Векторы развития цифровой экономики и ее внедрение в сельское хозяйство аграрно-ориентированного региона // Инновации и инвестиции. 2021. № 12.

© Бюллетень магистранта 2023 год № 7