

Соколов Никита Алексеевич
Московская международная академия

Особенности развития интернет-торговли в условиях цифровизации экономики

Аннотация. В статье рассматривается влияние цифровой экономики на интернет-торговлю, отмечая рост ее популярности и конкурентности. Автор выделяет ключевые изменения в сфере интернет-торговли, такие как появление новых бизнес-моделей, увеличение использования Искусственного Интеллекта и персонализированных предложений для клиентов. Статья подчеркивает важность постоянного обучения, адаптации и инноваций для успешного ведения бизнеса в данной сфере, а также предлагает стратегии управления интернет-торговлей в условиях цифровизации. Автор обсуждает рост объема рынка интернет-торговли в России, освещая динамику его развития с учетом факторов, таких как изменения в потребительском поведении и современные технологии. В конце статьи делается акцент на важности инноваций, автоматизации и персонализации для успешного развития интернет-торговли. Таким образом, основная идея статьи заключается в необходимости эффективного использования цифровых технологий, анализа данных, строительства сильного бренда и предоставления высококачественного сервиса для клиентов в условиях цифровой экономики.

Ключевые слова: интернет-торговля, интернет-магазины, маркетплейсы, цифровизация торговли, продажи, электронные услуги.

Sokolov Nikita Alekseevich
Moscow International Academy

Features of the development of online commerce in the context of digitalization of the economy

Annotation. The article examines the impact of the digital economy on online commerce, noting the growth of its popularity and competitiveness. The author highlights key changes in the field of online commerce, such as the emergence of new business models, increased use of Artificial Intelligence and personalized offers for customers. The article emphasizes the importance of continuous learning, adaptation and innovation for successful business in this area, and also suggests strategies for managing online commerce in the context of digitalization. The author discusses the growth of the e-commerce market in Russia, highlighting the dynamics of its development, taking into account factors such as changes in consumer behavior and modern technologies. At the end of the article, the emphasis is placed on the importance of innovation, automation and personalization for the successful development of online commerce. Thus, the main idea of the article is the need for effective use of digital technologies, data analysis, building a strong brand and providing high-quality service to customers in a digital economy.

Keywords: online commerce, online stores, marketplaces, digitalization of trade, sales, electronic services.

Цифровая экономика создает условия для быстрого роста интернет-торговли. Повышается доступность интернета, растет доверие к онлайн-платежам, а потребители все больше привыкают к удобству онлайн-покупок.

На сегодняшний момент интернет стирает географические границы, позволяя компаниям продавать товары и услуги по всему миру. Рынок интернет-торговли становится

все более конкурентным, что требует от компаний постоянного совершенствования своих услуг и технологий. Появляются новые бизнес-модели, такие как онлайн-маркетплейсы, дропшипинг, социальная коммерция, которые меняют ландшафт интернет-торговли.

Данные о покупателях позволяют интернет-магазинам предлагать персонализированные предложения, что повышает лояльность клиентов.

Использование такого инструмента цифровой экономики как Искусственный Интеллект (далее - ИИ) позволяет оптимизировать логистику, персонализировать маркетинг, анализировать данные и предотвращать мошенничества, что повышает эффективность интернет-торговли.

В целом, интернет-торговля в условиях цифровизации экономики становится все более сложной и динамичной сферой, требующей постоянного обучения, адаптации и инноваций. Успех в этой сфере зависит от умения использовать новые технологии, анализировать данные, строить сильный бренд и создавать ценный опыт для клиентов.

Особенности развития интернет-торговли

Возможности современной цифровой инфраструктуры, позволяющие совершать покупки со смартфонов и планшетов продолжают расти. По данным аналитиков Ассоциации компаний интернет-торговли объем рынка в 2020 году достиг 2,7 триллионов рублей, а в 2023 составил уже 6,4 триллиона рублей [2]. Динамика развития рынка интернет-торговли представлена на рисунке 1.

Увеличение объема рынка на 42% за исследуемый период изначально был связан с пандемией, когда резко возрос спрос на покупки через сеть Интернет, но уже к 2021 году драйвером развития становится доверие людей к интернет-покупкам и услугам, мгновенное реагирование на любые запросы, предоставление качественных сервисов. В 2022 году отмечается увеличение доли недовольственных онлайн покупок, особенно возросли продажи ювелирных изделий и часов, инструменты и садовая техника, а также в тройку лидеров вошла категория «аксессуары» (сумки, ремни и т.д.).



Рисунок 1 – Динамика рынка интернет-торговли с 2020 по 2023гг

С 2023г заметно повышается вовлечение регионов страны в интернет продажи, так по итогам года отмечается, что более 52% обеспечивают десять регионов страны, такие как: Москва, более 17%, Московская область более 9%, Санкт-Петербург более 6%, Краснодарский край более 5%, Ростовская область составила 3%, Свердловская область

чуть больше 2,5%, Нижегородская область и Самарская область — 2%, республика Татарстан и Красноярский край около 1,7% соответственно [5]

Объем российского рынка интернет-торговли представлен на рисунке 2. За исследуемый период происходит увеличение доля локального рынка в сравнении с трансграничным. Так в 2020 г он составил 2781 млрд. руб., что на 3381 млрд. руб. меньше, чем в 2023г.

На такое развитие рынка в целом повлияли следующие факторы: санкционные ограничения, уход с российского рынка многих иностранных компаний, инфляция, снижение общего уровня доходов населения и их потребительской активности. [3].

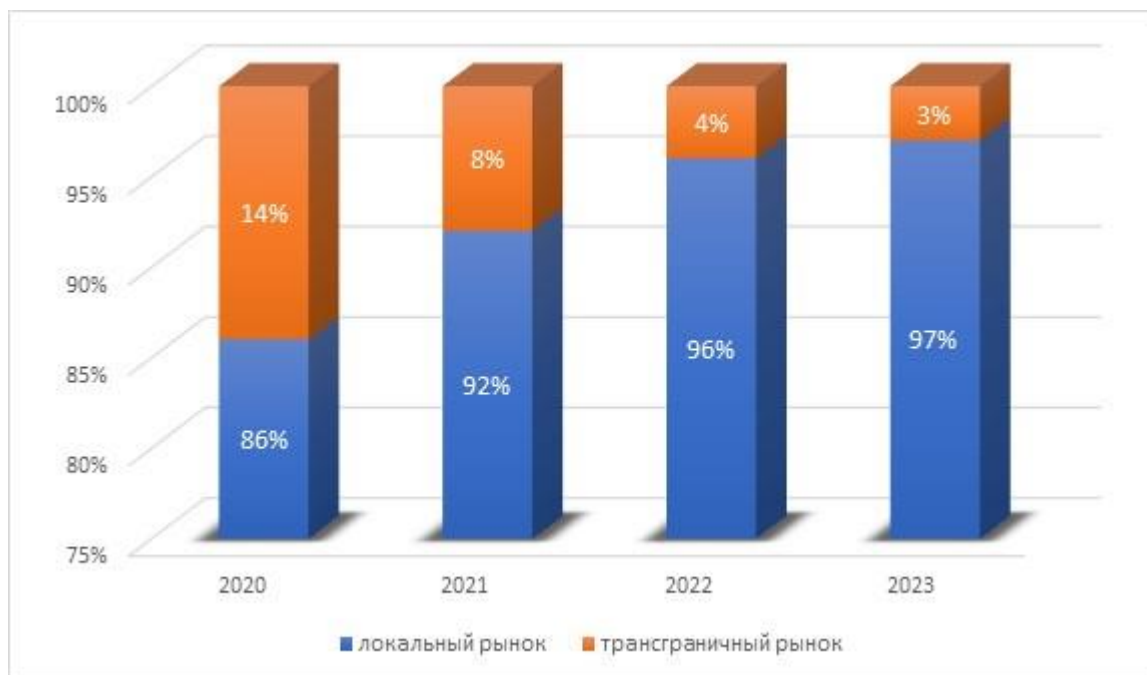


Рисунок 2 – Доля рынка интернет-торговли в общем объеме, %

Объем трансграничной торговли в абсолютных цифрах демонстрировал снижение в течение последних нескольких лет, однако в 2023 году он впервые увеличился с 2020 года. Представитель АКИТ отметил, что во второй половине 2023 года наблюдался значительный рост интернет-покупок, осуществляемых за границей. Он также подчеркнул, что продажи не ограничивались лишь иностранными интернет-магазинами: «Все больше зарубежных продавцов и производителей начали выходить на российский рынок через отечественные платформы» [5].

Изменения в потребительском поведении в онлайн-среде

Адаптация к новым реалиям влечет за собой изменения в покупательском поведении. Покупатели стали меньше обращать внимание на известные марки, на первый план выходит цена товара. Это подтверждается данным национального агентства финансовых исследований (НАФИ) – российская исследовательская компания, которая специализируется на изучении финансового поведения населения и бизнеса [6].

Уверенность в завтрашнем дне создает спрос на качественные товары, поскольку люди начинают инвестировать в улучшение своих жилищных условий и ремонт. Наблюдается рост продаж мебели, бытовой техники и других предметов интерьера, что также положительно сказывается на экономике [8].

В том числе, в следствии изменения реалий люди стали больше ценить время, проведенное дома и тратить его на хобби и развлечения. Таким образом, происходит рост покупок для развития и творчества, тем самым меняя потребительские предпочтения.

Для потребителя на первый план выходят такие показатели для покупки такие как цена, сроки доставки и экологичность. В условиях современности всё больше потребителей

надеются, что компании не только будут реагировать на их запросы, но и активно предугадывать их потребности. Персонализированный маркетинг становится стандартом, и бренды, которые не смогут предложить индивидуальные решения, могут потерять своих преданных клиентов [1].

Управление интернет-торговлей в условиях цифровизации

В условиях цифровизации интернет-торговля стремительно развивается и с этим появляются новые цифровые площадки, которые подразделяются на следующие виды:

- Обособленные онлайн-магазины - это инструмент реализации товаров и услуг с интегрированными платежными системами. Эти магазины не имеют представительств и не представлены торговой сетью с собственной территорией реализации товаров и услуг.

- Интегрированные онлайн-магазины - это инструмент реализации товаров и услуг, который включает в себя собственную территорию реализации продукции в виде торговой сети. Они представляются наиболее эффективными, так как упрощают торговые операции путем использования своих территорий.

- Магазины витрины - это инструмент реализации товаров и услуг организации, который подразумевает презентацию собственной продукции и последующие переговоры с клиентом. Отличается от вышеописанных тем, что подразумевает взаимодействие сторон без возможности мгновенной оплаты.

Интернет-аукционы — это инструмент реализации товаров и услуг, которые предоставляются разными продавцами. Также данная форма используется в сфере государственных закупок. В широком применении она представлена в виде возможности реализовывать продукцию физическими лицами путем объявлений. Имеют отличительную черту в виде динамики цен, которая характеризуется индивидуальными показателями.

Онлайн-платформы для организаций — это инструмент реализации товаров и услуг, который позволяет лишь организациям осуществлять торговые операции. Обычно содержит прямое утверждение невозможности сделать заказ продукции для физических лиц и требует подтверждение наличия юридического лица.

Управление онлайн-торговлей включает в себя ряд ключевых блоков:

1. Привлечение покупателей.

Для развития данного блока магазины развивают коммуникацию, с помощью таких цифровых технологий как Big data (серия подходов и методов обработки структурированных и неструктурированных данных), развитие системы лояльности в виде различных цифровых бонусов, кешбеков и т. д.

2. Управление логистикой.

Подразумевает использование различных программ или взаимодействие с уже развитыми логистическими компаниями. Здесь преимуществом являются такие компании, у которых используется автоматизированная система процессов на складе: формирование потребности в технике, транспорте, людях, а также распределение работ по ресурсам, автоматизированное ведение и формирование различных отчетов, цифровизация складских процессов. Лучшими логистическими платформами на сегодняшний день признаны Roolz, АТРАКС, Умная Логистика.

3. Работа с брендом.

Это программные предложения, которые помогают создавать фирменный стиль, такие как графика, логотип, видеоконтент и контент в социальных сетях. Маркетинговые инструменты дают бизнесу больше возможностей для масштабирования, повышения узнаваемости и роста, формируют повышенный интерес к оказываемым услугам или товарам, что в дальнейшем приводит к новым видам и увеличению количества заявок.

4. Управление развитием платежей и финансов.

Развитие способов приема платежей, с помощью банковских карт, электронных денег и т.д. В этом ранку помогают агрегаторы платежей. Эта платформа, позволяющая принимать деньги из множества источников: банковские карты, электронные деньги, со счета смартфона, различных платежных систем Pay и множества других. Самыми

популярными на сегодня являются такие как Ю Kassa (продвинутое решение от Яндекса); Robokassa; Единая касса и т.д.

5. Развитие бизнеса.

Обеспечение роста компании и расширения бизнеса. Менеджеры должны уметь анализировать рынок, определять потенциальные возможности для расширения бизнеса, разрабатывать.

Адаптация стратегий управления к новым требованиям рынка

В условиях современного онлайн-рынка необходимо адаптироваться к изменяющимся требованиям и применять инновационные подходы в управлении бизнесом. К самым распространенным из них можно отнести автоматизацию и управление данными, что прежде всего связано с развитием цифровых технологий и ростом объема данных. Торговые компании все чаще внедряют системы автоматизации и управления данными, что способствует эффективности работы и позволяет лучше управлять такими процессами, как запасы и закупки.

Вторым по значимости является персонализация. Изучая данные о покупателях компании эффективнее могут предлагать более персонализированные услуги и товары, учитывая индивидуальные предпочтения клиентов. Это позволяют делать новые цифровые технологии, как искусственный интеллект и машинное обучение.

Развитие сотрудничества сети компаний, так называемых экосистем, предполагающие совместную работу, чтобы предлагать совместные услуги и продукты возможно благодаря сотрудничеству в области исследований, производства, логистики и продаж.

Увеличение значимости объединения различных каналов коммуникации между компанией и клиентами в рамках единой общей системы, так называемой омниканальности. Торговые компании должны предлагать возможность покупать товары как в магазинах, так и онлайн. Для этого нужны современные технологии, такие как мобильные приложения и системы онлайн-оплаты и доставки.

Внедрение инноваций является также одним из основных ростов для компании. В этом случае требуется креативной подход и способность быстро адаптироваться к изменениям на рынке. Для конкурентоспособности компании необходимо внедрять новые технологии, методы производства и бизнес-модели.

Лидирующее место среди крупнейших маркетплейсов данного рынка занимает компания Wildberries, интернет-магазин Ozon, торговая площадка Яндекс и Мегамеркет [7].

Исследования аналитических данных маркетплейсов показало, что рынок интернет-торговли претерпевает ряд существенных изменений. Сегодня самые активные продажи фиксируются по сегменту продуктов питания. Вторым по популярности является мебель и товары для дома. Одежда и обувь занимают третью позицию [7].

Для выхода на продажу через маркетплейсы платформы предлагают различные привлекательные условия. Для продавцов это интересные бонусы, в виде бесплатных аналитических отчетов и внутренние программы лояльности. На старте селлерам часто делают скидку на заведение кабинета как новому клиенту, предлагают особые выгодные условия продвижения внутри площадки на первые объявления.

Для старта на маркетплейсах нужен минимальный стартовый капитал, а площадки могут взять на себя хранение и доставку заказов, так что партнеры и сотрудники могут быть не нужны. Такой формат довольно привлекателен для СМП.

В условиях развития цифровой экономики управление и развитие интернет торговли определяется бурным ростом и уже является не просто каналом для сбыта, а важной частью экосистемы.

В исследовании определено, что Интернет-торговля становится следующим крупным этапом развития сети. Крупные игроки активно инвестируют данное направление, что подтверждается кратным увеличением объема рынка и ростом рекламных бюджетов в этой сфере.

Таким образом, наблюдается активное развитие интернет-торговли, увеличение интернет- покупок, предлагая новые возможности для бизнеса и маркетинга.

Список источников

1. Курбанов М. Ш. Электронная торговля в условиях цифровизации российской экономики. Гостиничное дело. 2024;8
2. Рынок интернет-торговли в России 2020г [Электронный ресурс] // www.akit.ru - Режим доступа: <https://admin.akit.ru/wp-content/uploads/2021/10/Analitika-2020.pdf>
3. Итоги интернет-торговли за 2021г [Электронный ресурс] // www.akit.ru - Режим доступа: <https://www.akit.ru/news/3-6-trln-rublej-itogi-goda-v-internet-torgovle>
4. Авдеева И.Л., Ананченкова П.И., Белолипецкая А.Е., Боброва Е.А., и др. Интеграция кадровой политики в систему управления национальными проектами. Монография. – Орел: Среднерусский институт управления - филиал РАНХиГС, 2020.
5. Итоги 2022 года от АКИТ // Журнал об электронной коммерции [Электронный ресурс] // e-pepper.ru - Режим доступа: <https://e-pepper.ru/news/itogi-2022-goda-ot-akit.html>
6. Рынок интернет-торговли в России по итогам 2023 года [Электронный ресурс] // www.akit.ru - Режим доступа: <https://ict.moscow/research/rynok-internet-torgovli-v-rossii-po-itogam-2023-goda/>
7. Лебедева Т. Эксперты обозначили главные изменения в потребительском поведении в 2024 году [Электронный ресурс] // www.spark.ru - Режим доступа: <https://spark.ru/user/178983/blog/217018/eksperti-oboznachili-glavnie-izmeneniya-v-potrebitelskom-povedenii-v-2024-godu>
8. Сила перетока: почему интернет-поиск переходит в маркетплейсы [Электронный ресурс] // www.forbes.ru - Режим доступа: <https://www.forbes.ru/tekhnologii/514981-sila-peretoka-pocemu-internet-poisk-perehodit-v-marketplejisy>
9. Селявский Ю.В., Дедов Е.Г., Курганова Н.Ю. Организация поставок товаров на склады маркетплейсов: к вопросу о разработке алгоритма подбора поставляемых товаров//Journal of Monetary Economics and Management.-2023.-№3. -С.8-16

Информация об авторе

Соколов Никита Алексеевич, аспирант Московской международной академии, г. Москва, Россия

Information about the author

Sokolov Nikita Alekseevich, PhD student at the Moscow International Academy, Moscow, Russia