

# ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ: ПОНЯТИЕ, ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ

*Жигар Е.В., студент гр.873903*

*Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники  
г. Минск, Республика Беларусь*

*Беляцкая Т.Н. – докт. экон. наук, доцент*

**Аннотация.** В работе речь пойдёт о том, что такое электронная коммерция. Дается определение понятию электронная коммерция. Выделяются преимущества электронной коммерции по сравнению с традиционным магазином. Рассматриваются наиболее используемые виды электронной коммерции, основные тенденции развития электронной коммерции в ближайшем будущем.

**Ключевые слова.** Коммерция, электронная коммерция, B2B, B2C, C2C, C2B, B2G, C2G.

Важную роль в электронном бизнесе играет электронная коммерция. Коммерция в своей основе представляет собой обмен товарами и услугами между предпринимателями, группами людей и индивидуальными лицами и является одной из существенных составляющих любого вида бизнеса. Электронная коммерция фокусируется на развитии внешней активности предприятия и построении бизнес-отношений с отдельными потребителями и их группами на основе инфокоммуникационных технологий. По существу, электронная коммерция – это процесс покупки, передачи, обмена товаров, услуг и информации с помощью компьютерных сетей, включая глобальную. Она может принести значительную пользу в различных аспектах бизнеса, включая сервис, обучение и совместную деятельность партнеров. Электронную коммерцию простыми

словами можно характеризовать как покупку и продажу товаров через Интернет. Наиболее успешными бизнес-проектами в сфере электронной коммерции являются Amazon, Alibaba, eBay и AliExpress [1].

Рынок электронной коммерции активно развивается, что подтверждено цифрами. В 2020 году мировой рынок вырос на 27,6% по сравнению с 2019 годом и составил 4,28 млрд. \$ США. Несмотря на то, что общий объем розничных продаж во всем мире снизился на 3%, а во всем мире установились условия рецессии, доля онлайн-продаж в общем объеме розничных продаж в 2020 году увеличилась до 18% по сравнению с 13,6% в 2019 году. В соответствии с отчетами компании eMarketer, в 2022 году рынок электронной коммерции сможет достигнуть 5,4 млрд \$ США, а в 2024 году - 6,4 млрд \$ США [2].

Электронная коммерция обладает множеством достоинств:

- большой географический охват. Компания может продавать свой товар по всему миру;
- снижение издержек. Для организации интернет-магазина необходимо лишь помещение под склад и небольшое пространство для офиса, который будет обрабатывать заказы;
- возможность круглосуточной работы. Заявки от покупателей могут поступать круглосуточно;
- возможность сравнения. Чтобы выбрать наиболее выгодное предложение, не нужно обходить большое количество магазинов – достаточно лично сравнить товары в нескольких онлайн-магазинах;
- скидки и акции. Многие компании предлагают товар по сниженным ценам при покупке онлайн;
- большой выбор. В интернете можно найти практически любой интересующий товар;
- быстрая доставка. Службы доставки также являются участниками электронной коммерции, предлагая свои услуги в интернете, поэтому оперативный привоз товара может быть в их интересах.

Есть и недостатки электронной коммерции, например, неготовность компаний к подобному способу ведения бизнеса, отсутствие четкой законодательной базы, рост конкуренции или недоверие со стороны покупателей [3].

Электронная коммерция делится на множество видов, в зависимости от целевой аудитории, с которой работает компания. Самыми распространёнными и часто используемыми видами являются:

1 B2B (Business-to-Business). «*Бизнес для бизнеса*» подразумевает коммерческие отношения между юридическими лицами, экономическими субъектами рынка. Простыми словами, одна компания продает товар или услугу другой компании.

2 B2C (Business-to-Consumer). «*Бизнес для клиента*» предполагает торговлю товарами и услугами между юридическими и физическими лицами. Именно сюда вписываются традиционные интернет-магазины, такие как AliExpress, eBay и другие.

3 C2C (Consumer-to-Consumer). «*Потребитель для потребителя*» предполагает торговые отношения между двумя людьми, ни один из которых не является юридическим лицом. Примерами являются такие площадки для онлайн-продаж, как Куфар или Авито. Покупателю они позволяют сэкономить, а продавцу – сбыть ненужное.

4 C2B (Consumer-to-Business). «*Потребитель для компании*» предполагает торговлю товарами или услугами между физическим лицом и экономическим субъектом рынка. Человек, являющийся физическим лицом, сам устанавливает цену на свой товар и принимает окончательное решение о продаже товара тому или иному юридическому лицу.

5 B2G (Business-to-Government). «*Бизнес для правительства*» подразумевает под собой взаимодействие юридического лица с государственными структурами. Примерами являются тендер или бюрократические операции, которые возможно автоматизировать посредством Интернета.

6 C2G (Customer-to-Government). «*Потребитель для правительства*» подразумевает взаимодействие государственных организаций с людьми, пользующимися определенными услугами. Сюда относится оплата лечения в государственных учреждениях, уплата налогов и штрафов [4].

Электронная коммерция является постоянно меняющейся отраслью, и каждый год появляются новые тенденции её развития. Далее будут рассмотрены основные тенденции в сфере электронной коммерции, которые будут актуальны в ближайшее время.

Первая и самая важная тенденция – это стабильный рост торговли онлайн. Как показывает практика, трудностей с организацией продаж через торговые онлайн-площадки не возникает. Поэтому, электронная коммерция набирает всё большую популярность.

Увеличение числа покупок с мобильных устройств – это еще одна тенденция, которая набирает обороты в текущем году. Ожидается, что к концу 2022 года число продаж с мобильных устройств составит 70% от всех онлайн-продаж. Продавцы активно работают над адаптацией платформ под мобильные устройства, чтобы сделать мобильные покупки удобными и функциональными.

Социальные сети, являющиеся мощным маркетинговым инструментом и позволяющие брендам набирать и расширять целевую аудиторию, станут серьезным каналом продаж. Грамотная

стратегия продвижения бренда в социальных сетях способна привлечь весомое количество нового трафика, повысить продажи, сделать бренд узнаваемым и обсуждаемым.

Голосовая коммерция (Voice Commerce) набирает популярность в мире. Ожидается, что к 2022 году количество покупателей, использующих данную функцию, значительно увеличится (на 40-50%). Для многих компаний данная тенденция – это возможность обогнать конкурентов, угадывая потребности покупателей и предлагая им опыт, о котором они никогда не задумывались.

Пандемия COVID-19 ускорила темпы роста электронной коммерции и укрепила интерес к онлайн-покупкам. Как следствие, существенно возросла нагрузка на курьерские службы. Доставка товара – это один из ключевых процессов в электронной коммерции. Около 40% клиентов отказывается от покупки из-за неудобного способа доставки или слишком долгой доставки. Выигрывают те бренды, которые предлагают ускоренную доставку. Это и есть один из трендов 2021 и последующих лет.

Ещё одна тенденция – это визуальная коммерция. Сложность онлайн-продаж состоит в том, чтобы побудить покупателя приобрести товар без физического взаимодействия с ним. Именно по этой причине бизнесу стоит прибегать к визуальной коммерции – это использование изображений не только на страницах товаров, но и во всем магазине для мотивации пользователей к взаимодействию. Рекомендуется использовать интерактивный контент, видео, элементы дополненной реальности, пользовательский контент.

Технологии дополненной реальности становятся новой тенденцией электронной коммерции. Искусственный интеллект в формате дополненной реальности в будущем будет выступать как онлайн-консультант, помогающий в выборе товаров. Клиент сможет примерить и исследовать товар, понять, как товар будет выглядеть на них еще до его покупки. Например, уже сейчас компания Apple предлагает опцию «примерки» часов, а IKEA может встроить мебель прямо в интерьер вашей комнаты.

Последняя тенденция развития электронной коммерции – новые варианты оплаты для большей безопасности и удобства. Разнообразие вариантов оплаты, которые удовлетворят интересы разной аудитории, остается одним из конкурентных преимуществ одних брендов, в отличие от других. В ближайшее время ожидается, что все больше и больше компаний электронной коммерции начнут принимать платежи в новых форматах, например – криптовалюте [5].

Таким образом, было дано определение электронной коммерции, рассмотрены её основные виды, преимущества, недостатки и выявлены тенденции развития в ближайшее время. Очевидно, что в век развития ИКТ и роста числа пользователей сети Интернет, электронная коммерция является одним из наиболее развивающихся сегментов рынка, привлекая всё больше людей. Использовать электронную коммерцию в своей деятельности или нет – это выбор компании. Однако, простота осуществления заказов, возможность покупки из любого места, широкий выбор продукции – это лишь часть преимуществ электронной коммерции. Электронная коммерция положительно влияет на эффективность деятельности компаний, в значительной степени расширяя их возможности, и несомненно, стала неотъемлемой составляющей жизни современного общества.

#### **Список использованных источников:**

1. Беляцкая, Т. Н. Предпринимательская активность в электронной экономике / Т. Беляцкая, М. Амелин // Наука и инновации. – 2014. – № 411. – С. 50–54.
2. Worldwide ecommerce will approach \$5 trillion this year // eMarketer [Электронный ресурс]. – 2021. – Режим доступа: <https://www.emarketer.com/content/worldwide-ecommerce-will-approach-5-trillion-this-year>. – Дата доступа: 07.04.2021.
3. Электронная коммерция // SEOnews [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: <https://www.seonews.ru/glossary/elektronnaya-kommertsiya/>. – Дата доступа: 07.04.2021.
4. Что такое электронная коммерция в интернете? // LPgenerator [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа: <https://lpgenerator.ru/blog/2015/07/23/chto-takoe-elektronnaya-kommerciya-v-internete/#vidy>. – Дата доступа: 07.04.2021.
5. Будущее ecommerce: 10 трендов развития сферы в 2021 // Vc.ru [Электронный ресурс]. – 2021. – Режим доступа: <https://vc.ru/trade/203079-budushchee-ecommerce-10-trendov-razvitiya-sfery-v-2021>. – Дата доступа: 07.04.2021.