



Введение

Начало третьего тысячелетия становится периодом анализа огромных возможностей информационно-коммуникационных технологий для человечества и их использования в различных областях экономики и международного бизнеса. Современные достижения в развитии глобальных информационных и коммуникационных технологий (интернет - технологий) привели к стремительному росту экономической деятельности, называемой «электронной торговлей (коммерцией)».

Распространяясь повсеместно и предлагая все более широкий ассортимент товаров и услуг, электронная коммерция становится инструментом интеграции отдельных лиц, предприятий, отраслей, государственных учреждений и государств в единое сообщество, внутри которого взаимодействие партнеров эффективно и беспрепятственно реализуется средствами информационных и телекоммуникационных технологий. Применение современных информационных технологий и систем коммуникаций (электронного обмена данными, сети Интернет, электронной почты, электронных платежей) способно вывести на качественно новый уровень все аспекты ведения бизнеса.

Развитие электронной коммерции и увеличение ее объемов будет сопровождаться и уже сопровождается рядом положительных эффектов для мировой и российской экономики. Это результаты расширения электронной коммерции: прежде всего, сокращение транзакционных издержек, упрощение процедур торговли, расширение возможностей для притока инвестиций, расширение географии и доступности для участия в бизнесе, повышение конкуренции.

Аспекты электронной коммерции являются сейчас одними из самых актуальных. В современных условиях вопросы содействия более широкому доступу к международной электронной коммерции все чаще переходят в разряд приоритетных в повестках дня ряда влиятельных экономических и торговых организаций, а также в постановлениях государственных органов многих развитых и развивающихся государств.

Россия должна занять достойное место среди стран, участвующих в процессе развития сети Интернет и электронной коммерции. Реформирование экономики России, ее интеграция в мировое хозяйство настоятельно требует расширения применения современных информационных технологий, в том числе и электронной коммерции, как в деятельности бизнеса, так и в деятельности правительства. Несмотря на отдельные экономические трудности, в России уже активно развиваются системы электронной торговли. Однако требуется еще много усилий, прежде всего со стороны государственных органов, чтобы с успехом воспользоваться всеми преимуществами, которые несет электронная коммерция.

Классы промышленных систем электронных систем электронного бизнеса

Электронный бизнес — форма ведения бизнеса, при которой значительная его часть выполняется с применением информационных технологий (локальные и глобальные сети, специализированное программное обеспечение и т.д.).

Информационные системы в бизнесе - это комплекс из информационных технологий, функциональных подсистем и управления их взаимодействием для обеспечения информационных процессов поддержки и принятия решений социально-экономических задач и задач бизнеса

Как известно, главная цель любого бизнеса - получение прибыли. Соответственно, существующие в современном мире информационные системы могут быть разработаны именно для того, чтобы помочь фирме в достижении этой цели.

Рассмотрим самые популярные классы информационных систем электронного бизнеса:

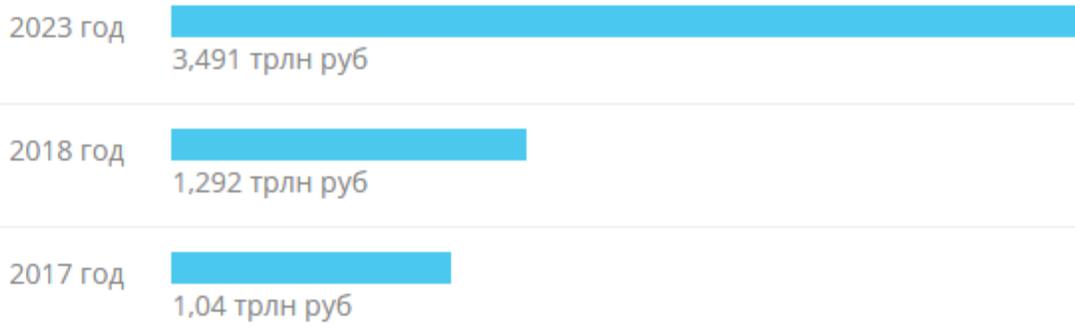
- ERP(Enterprise Resource Planning) - организационная стратегия интеграции производства и операций, управления трудовыми ресурсами, финансового менеджмента и управления активами, ориентированная на непрерывную балансировку и оптимизацию ресурсов предприятия посредством специализированного интегрированного пакета прикладного программного обеспечения, обеспечивающего общую модель данных и процессов для всех сфер деятельности.
- CRM (Customer Relationship Management) - прикладное программное обеспечение для организаций, предназначенное для автоматизации стратегий взаимодействия с заказчиками (клиентами), в частности для повышения уровня продаж, оптимизации маркетинга и улучшения обслуживания клиентов путём сохранения

информации о клиентах и истории взаимоотношений с ними, установления и улучшения бизнес-процессов и последующего анализа результатов.

- BI(Business Intelligence) - обозначение компьютерных методов и инструментов для организаций, обеспечивающих перевод транзакционной деловой информации в человекочитаемую форму, пригодную для бизнес-анализа, а также средства для массовой работы с такой обработанной информацией.
- ECM(Enterprise Content Management) - управление цифровыми документами и другими типами контента, а также их хранение, обработка и доставка в рамках организации[1]. Управляемая информация (контент) предполагает слабую структурированность: это могут быть файлы различных форматов, электронные документы с различными наборами полей.
- HRM(англ. Human Resource Management) - область знаний и практической деятельности, направленная на обеспечение организации качественным персоналом, способным выполнять возложенные на него трудовые функции, и оптимальное его использование. Управление персоналом является неотъемлемой частью качественных систем управления организации.
- SCM(англ. Supply Chain Management) - управленческая концепция и организационная стратегия, заключающаяся в интегрированном подходе к планированию и управлению всем потоком информации о сырье, материалах, продуктах, услугах, возникающих и преобразующихся в логистических и производственных процессах предприятия, нацеленном на измеримый совокупный экономический эффект (снижение издержек, удовлетворение спроса на конечную продукцию).

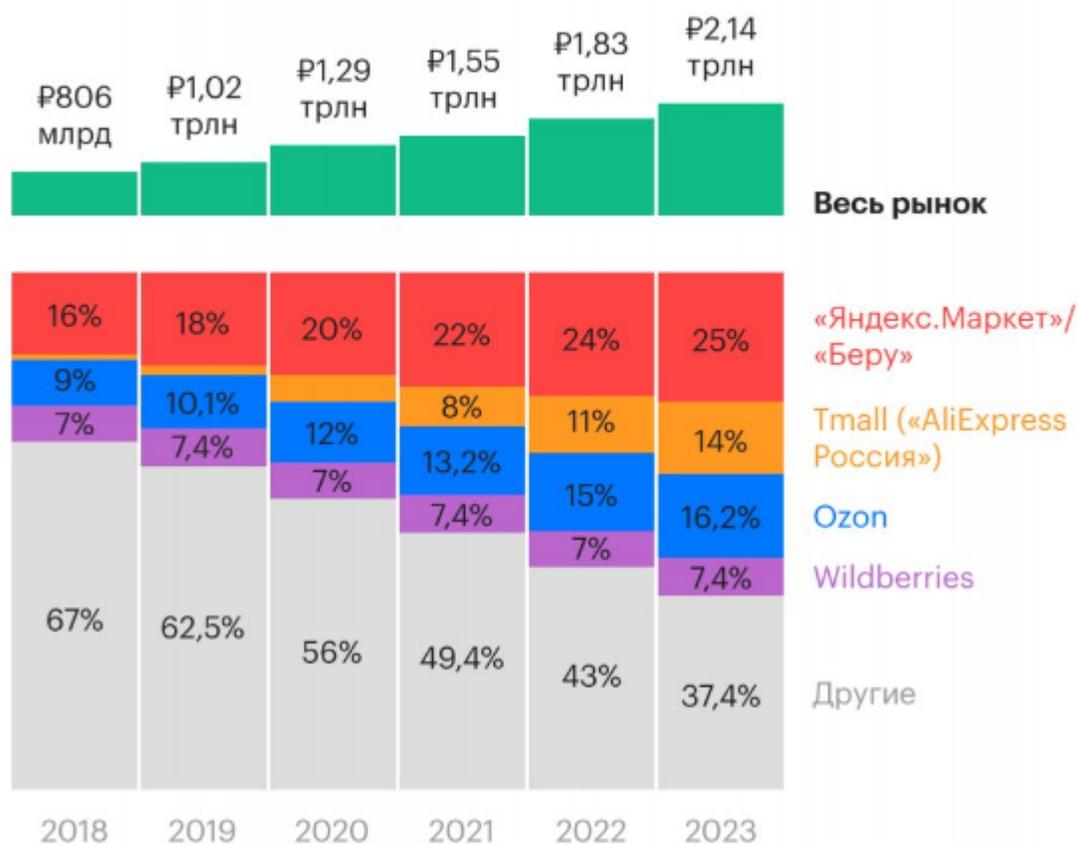
Объем рынка электронного бизнеса России

К 2024 году объем рынка электронной коммерции в России достигнет 3,491 трлн руб. За пять лет, к концу 2023 года, российский рынок электронной коммерции вырастет более чем в два с половиной раза — до 3,491 трлн руб. с 1,292 трлн руб. в 2018 году. Такой прогноз содержится в исследовании банка Morgan Stanley, сообщает РБК. Рынок демонстрирует активный рост и сейчас — по итогам 2017 года Ассоциация компаний интернет-торговли (АКИТ) оценивала его объем в 1,04 трлн руб.



По мнению Morgan Stanley, лидерами российского рынка в первую очередь станут совместные предприятия, созданные с участием крупнейших отечественных интернет-компаний — «Яндекса» и Mail.Ru Group.

Домашний рынок электронной коммерции в России



Четыре топовых онлайн-ритейлера занимают лишь 27% рынка, тогда как в США — 63% рынка, в Китае — 84%. По мнению авторов доклада, причина — в недостаточном уровне инвестиций.



ТОП 4 В РОССИИ



ТОП 4 В США



ТОП4 В КИТАЕ

Согласно исследованию «Яндекса», рост e-commerce в России происходит исключительно за счет увеличения числа онлайн-покупателей, а не частоты их покупок.

Устройства

По данным доклада агентства Wolfgang Digital, основанным на анализе более 250 миллионов сессий на сайтах в Google Analytics, выручка с мобильных устройств во всем мире выросла на 23%. В настоящее время она составляет 32% дохода и 53% трафика. Однако крупные покупки пользователи по-прежнему совершают с десктопа или планшета.



Слайд из доклада Wolfgang Digital.

В России, согласно исследовательской компании Data Insight, мобильный трафик в поиске составил 55% всего трафика, продажи — только 30%.

По словам представителей интернет-сервиса «Яндекс.Маркет», покупки только в мобильных приложениях совершают 19% пользователей (для сравнения: в 2016 году их было всего 6%).

Источник трафика для e-commerce

Согласно данным сервиса Rookee, органический поиск составляет 53,9% трафика у сайтов e-commerce (было проанализировано более 10 тысяч сайтов). На платные рекламные каналы приходится 43,4% трафика.

Только 20% сайтов, участвующих в выборке, имеют постоянный трафик из социальных сетей, который в среднем составляет 14% от общего трафика. И только 3% приходится на email.

Конверсия

Средний коэффициент конверсии у сайтов e-commerce составляет 1,85%. Средняя стоимость заказа, по оценке Wolfgang Digital, составила 282 евро. Интересно, что коэффициенты конверсии в Европе (1,51%) выше, чем в США (1,37%), но Великобритания опережает всех (1,78%).

Согласно исследованию Rookee, средний коэффициент конверсии русскоязычных сайтов — около 1,5%. Стоит отметить, что органический трафик показывает достаточно высокий уровень конверсии, уступая лишь королеве конверсии — контекстной рекламе.

Драйвер

Важную роль в работе с клиентами в социальных сетях играет невидимая валюта — время. По данным Wolfgang Digital, 3% людей, которые лайкнули пост бренда, купят у него товар или услугу. И, скорее всего, вернуться. Если же пользователь вступает в диалог с брендом, то конверсия достигает уже 9,95%.

Эксперты считают, что, испытывая сильные эмоции, человек с большей вероятностью захочет попробовать продукт или услугу. Это означает, что миссия маркетолога в 2019 году — заставить свою аудиторию испытывать эмоции.

Хорошие или плохие.

В современном мире любое положительное сообщение, которое ваши клиенты могут оставить о вас, гораздо ценнее, чем все, что вы можете сказать о себе. Согласно докладу Nielsen Global Trust о рекламе, «рекомендации от людей, которых я знаю» больше всего заслуживают доверие у пользователей по всему миру.

Заключение

Рынок электронной коммерции растет с каждым годом и будет продолжать расти. Однако темпы прироста будут снижаться. К примеру, в 2017 году прирост рынка составлял 30% к прошлому году, а в 2019 году показатель опустился до 21%. Это говорит о том, что у рынка есть «потолок». Объемы рынка же будут увеличиваться за счет того, что все больше компаний будут развиваться в digital-среде.

Мощный толчок электронной коммерции дают фулфилмент и логистика. Чем больше развита логистическая инфраструктура, складирование, обработка заказов и доставка, тем лучше развивается отрасль онлайн-продаж. Все больше компаний совершенствуют свои системы, что также говорит о будущем росте рынка e-commerce.

Список используемой литературы

<https://ru.wikipedia.org/>

<https://www.rbc.ru/business/13/03/2019/5c88f46a9a7947>

<https://e-pepper.ru/news/internet-torgovlya-v-rossii-2019-analitika-data-insight.html>

<https://retail-loyalty.org/news/что-ждет-e-commerce-v-2020-godu/>

<https://e-pepper.ru/news/elektronnaya-kommertsiya-2019-2020-15-osnovnykh-trendov.html>

https://1prime.ru/telecommunications_and_technologies/