

image not found or type unknown



Современный мир находится на пути вступления в постиндустриальное общество, где услуги будут важным элементом функционирования экономики, а информация будет ключевым фактором успеха.

Сегодня уже сложился новый глобальный рынок, рынок электронной коммерции. Все страны стремятся занять свое место на этом рынке и использовать новые возможности. Электронная коммерция может стать одним из драйверов для оживления розничной торговли, повышения конкурентоспособности, а в конечном счете и развития всей экономики. Именно поэтому необходимо определить тенденции развития сектора электронной коммерции в современном мире, что обуславливает актуальность выбранной темы эссе.

Целью данной работы является определение сущности электронной коммерции и дальнейшее определение тенденций ее развития.

Для реализации поставленной цели необходимо решить ряд задач:

1. Дать определение электронной коммерции в современном мире;
2. Выявить основные тенденции развития сектора электронной коммерции.

Работа состоит из двух основных пунктов.

Понятие и виды электронной коммерции в современном мире

E-commerce или электронная коммерция – это предпринимательская деятельность, которая, так или иначе, связана с распространением, рекламированием, продвижением, продажей услуг или товаров через Интернет. Если упростить, то любые действия с коммерческим уклоном в глобальной сети подпадают под определение онлайн-коммерция. Эта сфера зародилась в США, потом получила развитие в Европе и в конце 90-х годов прошлого века стала активно развиваться в Китае и России.

Электронная коммерция объединяет такие глобальные категории - онлайн-продажи, интернет-банкинг, бронирования билетов и отелей, транзакции в платежных системах, онлайн-маркетинг и реклама.

В техническом плане электронная коммерция в Интернете стоит на трёх основах – сервер, база данных и система доставки товара или услуги покупателю.

Критически важна первая составляющая – качественный и быстрый сервер. База данных нужна крупным объектам, а доставка электронных товаров или услуг не требует сложной логистики.

Сфера E-commerce подразделяется на виды в зависимости от целевой аудитории, с которой работает компания:

1. B2B. Компании взаимодействуют между собой – заключают сделки, партнерские контракты на поставку, продажу, покупку товаров или услуг.
2. B2C. Сфера «Бизнес для потребителя» предполагает торговлю товарами и услугами между юридическими и физическими лицами. Электронная коммерция позволяет предпринимателю снизить затраты на содержание торговых и складских площадей.
3. B2G. Ниша «Бизнес для правительства» включает в себя следующих участников рынка: юридические лица – компании, корпорации, бренды с одной стороны и муниципальные органы, государственные инстанции – с другой.
4. C2C. Электронная коммерция в нише «Потребитель для потребителя» подразумевает осуществление сделок между физическими лицами.
5. G2C. Довольно популярный вид электронной коммерции в последние годы «Правительство для граждан» - обеспечение доступа к государственной информации через онлайн-сервисы.
6. C2B. Интересный вид электронной коммерции «Потребитель для компании», где клиент сам устанавливает стоимость товаров и услуг
7. G2G. Сфера электронной коммерции «Правительство для правительства» подразумевает деловые отношения госорганов между собой: поставки продукции, оказания услуг и прочее. Реализуется такое взаимодействие через онлайн-технологии.
8. B2P или B2L. Ниша «Бизнес для партнеров» - это коммерческие отношения с поставщиками услуг и товаров, между филиалами, партнерскими организациями одной сети или сторонними компаниями.
9. B2E. «Бизнес для сотрудников» подразумевает использование различных систем автоматизации управления бизнес-процессами, корпоративными задачами.
10. B2B2C. Пример объединения двух видов электронной коммерции – «Бизнес для бизнеса и для потребителя». Интеграция систем B2B и B2C в единой платформе.

11. E2E. Узкоспециализированный вид электронной коммерции «Биржа для биржи», когда продавцы и покупатели взаимодействуют между различными электронными биржами.

Сегодня большую часть занимают ниши B2B и B2C. Сектор госзакупок имеет достаточно высокий порог входа, поэтому не выделяется массовостью. Хорошо развиваются ниши G2C и C2C.

Основные тенденции развития сектора электронной коммерции в современном мире

Перспективы развития сектора положительны. Определим основные тенденции развития сектора электронной коммерции в современном мире.

Во-первых, колоссальный рост продаж товаров или услуг через глобальную сеть. Рост продаж в Интернете необратим. Продажи в электронной коммерции постоянно растут и на то есть веские причины. Интернет-магазин является одним из самых популярных онлайн-предприятий. Прогнозируется увеличение продаж до 4,5 трлн в 2021 году. Это огромная цифра. Связано это может быть с уровнем комфорта, который предоставляется онлайн-покупателям. Наблюдается также повышение доверия к онлайн-продавцам при совершении покупок в Интернете, а также улучшение работы веб-сайтов.

Во-вторых, вырастет такой формат продаж, как голосовые продажи. 13% владельцев умных динамиков в США говорят, что они совершали покупки в конце 2017 года. По прогнозам, к 2022 году это число вырастет до 55%. Общие расходы на голосовые покупки также выросли в Великобритании. Эта тенденция электронной коммерции стала популярной с 2014 года, когда Amazon запустила свой умный динамик - Echo, после чего начали продаваться и другие динамики (та же Алиса).

В-третьих, увеличение продаж через популярные социальные сети. Социальные сети сегодня изменили нашу повседневную жизнь. Кнопку «Купить» в Facebook и Instagram стали использовать всё чаще. И это неудивительно, ведь с помощью соцсетей можно делать покупки и в интернет-магазинах, что значительно упрощает онлайн-шоппинг. Кроме того, Инстаграм и Фейсбук постоянно обновляются, чтобы удовлетворить потребности покупателей в Интернете. Всё это важно учитывать при продвижении своего бренда.

В-четвертых, все чаще люди пользуются бесконтактным способом оплаты – через кредитные карты. В последнее время использование мобильных платежей растет огромными темпами. Исследования показывают, что оборот увеличился с 26% всех пользователей интернета в 2016 году, до 37% в 2018 году. С годами использование мобильных платежей возросло с онлайн-покупок до доставки еды, совместного использования автомобилей и многих других онлайн-транзакций. В Китае некоторые мобильные платежные системы также позволяют вам разделять стоимость крупных покупок с другими людьми, аналогично опции UberPOOL, предоставляемой Uber. Мобильные платежи, без сомнения, подняли планку комфорта для пользователей. Безусловно, пока приоритет отдан комфорту, мобильные платежи будут оставаться неотъемлемой частью будущего электронной коммерции.

В – пятых, искусственный интеллект становится все более развитым и популярным. Глобальные расходы ритейлеров на искусственный интеллект (AI) к 2022 году достигнет 7,3 млрд долларов в год, по сравнению с 2 млрд долларов в 2018 году. Всё потому что ритейлеры нацелены на новые возможности для повышения персонализации обслуживания клиентов. Инструменты ИИ варьируются от автоматических маркетинговых платформ, которые оснащены для создания своевременных предложений, до чат-ботов, которые мгновенно отвечают на запросы клиентов. Другие области, в которых ИИ полезен для розничной торговли, включают оптимизированные для ИИ ценообразование и дисконтирование, а также прогнозирование спроса.

Таким образом, сектор электронной коммерции имеет вышеперечисленные тенденции. Возможно, через десятилетия мы будем носить все данные в микро-носителе, а покупки осуществлять лишь волею мысли.

Заключение

Е-commerce или электронная коммерция – это предпринимательская деятельность, которая, так или иначе, связана с распространением, рекламированием, продвижением, продажей услуг или товаров через Интернет. Если упростить, то любые действия с коммерческим уклоном в глобальной сети подпадают под определение онлайн-коммерция.

Электронная коммерция занимает все больший сектор экономики, так как общество быстро развивается, а покупки через Интернет удобны и могут

применяться в различных ситуациях, например, возникновения угрозы всемирного масштаба – пандемии COVID-2019.

В работе выявили пять основных тенденций:

1. Рост продаж в Интернете;
2. Рост голосовых продаж;
3. Повышение роли социальных сетей;
4. Увеличение мобильных платежей;
5. Развитие искусственного интеллекта.

Тенденции положительны и дают понимание предпринимателям, что необходимо развивать электронные формы продаж своих услуг.