

**ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ КАК ГЛАВНЫЙ ФАКТОР РАЗВИТИЯ
В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ
E-COMMERCE AS THE MAIN DRIVER OF DEVELOPMENT DURING A PANDEMIC**

**Фидан НАХМАДОВА¹, студентка
Азербайджанского Государственного
Экономического Университета**

Пандемия Covid-19 потрясла весь мир, тем самым заставив людей поменять реалии жизни - жизнь разделилась на "до" и "после". До сегодняшнего дня эпидемия является одной из главных проблем человечества. Однако как показала практика, данная ситуация в мире, имеет не только разрушительные, но и созидательные последствия. В данной статье рассматриваются и анализируются понятия электронной коммерции и ее развитие в мире впоследствии влияния пандемии при использовании теоретического метода исследования.

Ключевые слова: электронная коммерция, Covid-19, мировая экономика, онлайн-платформы, объем продаж.

The Covid-19 pandemic shocked the whole world, thereby forcing people to change the realities of life - life was divided into "before" and "after". Until today, the epidemic is one of the main problems of mankind. However, as practice has shown, this situation in the world has not only destructive, but also constructive consequences. This article examines and analyzes the concept of e-commerce and its development in the world subsequently influenced by the pandemic when using a theoretical research method.

Keywords: e-commerce, Covid-19, global economy, online platforms, sales.

JEL: I15, I18, L81

Сегодня нет такого человека, который не знал бы имени Джеффа Безоса, а также его компании- Amazon. Мир изменился, а если быть точнее то он цифровизировался. Нынешнее поколение может заказать билеты на самолет, забронировать номер в отеле, сходить в магазин или аптеку, и даже подать заявление в суд потратив на это минимум усилий и времени. Все это было бы невозможно, если бы не развитие отрасли передачи данных по интернету. Именно данная процедура стоит в основе всех онлайн операций, которые мы совершаем ежедневно. Развитие электронной торговли заметно облегчила построение связей между покупателями и продавцами по всему миру, таким образом данные субъекты рынка могут совершать обмен находясь в разных частях Земли.

Электронная коммерция уже не является новым направлением в экономике. В условиях настоящего времени, ее развитие продолжается огромными шагами. Данная тенденция будет сохраняться еще на протяжении последующий нескольких лет. Благодаря популяризации электронной коммерции появились такие понятия как электронный маркетинг, электронный платежные системы, электронный перевод денежных средств, электронный обмен данными, а также электронный банковские и страховые услуги.

Сегодня уже невозможно представить современную экономику без электронной коммерции, которая играет одну из ведущих ролей в мировой торговле. По данным Nasdaq к 2040 году 95% всех покупок будут совершены онлайн. Специалисты прогнозируют, что большинство операций по онлайн-покупкам будут производиться через мобильные устройства. На данный момент в мире существует от 12-24 миллионов сайтов электронной коммерции. Такая неопределенность связана с тем, что невозможно точно подсчитать количество платформ предоставляющих данные услуги, в силу того, что некоторые из них хоть и имеют функцию "корзины", в общем-то ничего не продают.

Покупки через интернет имеют много плюсов. Например, интернет сервисы работают 24 часа 7 дней в неделю, поэтому даже самый занятой человек может заказать какой-либо товар, либо воспользоваться нужной ему услугой. Интересно, что по данным статистики именно миллениалы и поколение X совершают наибольшее количество онлайн- покупок, а это люди в возрасте от двадцати до пятидесяти лет. Данная возрастная группа проводит в среднем по 6 часов в неделю на порталах электронной коммерции. Времяпровождение за тем же занятием более младшего и

¹ © Фидан НАХМАДОВА, nahmadovafidan@yahoo.com

старшего поколения, составляет 4 и 2.5 часа соответственно. Многие покупатели, прежде чем заказывать товар используя онлайн ресурсы, посещают торговую точку, для того чтобы наверняка определиться с выбором. Однако, как показывают проведенные статистические исследования, проведенных Annex Cloud, 61% потенциальных покупателей прекращают транзакцию, по причине дополнительной оплаты по доставке. По информации представленной Deloitte 85% покупателей предпочтут бесплатную доставку быстрой. Таким образом, только 2.86% всех посещений платформ электронной коммерции, заканчиваются покупкой товара (Invesp) [3].

По представленным данным можно заметить, что хоть и электронная коммерция находится на этапе развития, она уже успела показать хорошие результаты. Поэтому данный термин сейчас фигурирует почти во всех средствах информации. Давайте рассмотрим значение термина “электронная коммерция”.

Под электронной коммерцией (e-commerce) подразумеваются любые формы деловых сделок, при которых взаимодействие сторон осуществляется электронным способом вместо физического обмена или непосредственного физического контакта и в результате которого право собственности или право пользования товаром или услугой передается от одного лица другому.

Электронная коммерция строится на трех основных технологиях:

- размещении поставщиком в Интернете информации о своих товарах или услугах и приеме заказов на них электронным путем;
- получении покупателем доступа к электронным каталогам компаний-поставщиков и заказе товаров или услуг on-line;
- системе электронных платежей.

К основным моделям электронной коммерции относятся:

- B2B (business-to-business): коммерческие сделки между предприятиями, взаимодействие между компаниями посредством интернет-технологий;
- B2C (business-to-consumer): бизнес для потребителя;
- C2C (consumer-to-consumer): продажа товаров и услуг между потребителями — частными лицами.
- B2A (business-to-administration): все виды транзакций между компаниями и государственными организациями;
- C2A (consumer-to-administration): взаимодействие государственных структур и потребителей, особенно в социальной и налоговой сфере [2, стр.5].

Электронная коммерция характеризуется:

- общедоступностью;
- глобальной досягаемостью;
- информационным богатством;
- интерактивностью;
- персонализацией (личной настройкой);
- применением социальных технологий. Составляющими ЭК являются:
 - электронная торговля. К электронной коммерции относится сфера электронной оптовой и розничной торговли, в том числе:
 - заключение сделок в электронной форме;
 - предпродажная поддержка покупателей (pre selling), включающая предварительную договорную работу;
 - послепродажная поддержка совершенной сделки (гарантийное обслуживание, консультации);
 - автоматическая розничная торговля с использованием автоматов, вендинг (vending);
 - электронный обмен данными;
 - электронные платежи и электронные финансовые услуги, в том числе кредитование и страхование;
 - мобильная коммерция, включающая мобильную торговлю, мобильные финансовые транзакции, корпоративную мобильность;
 - интернет-маркетинг. Он включает маркетинговые исследования, выполняемые с использованием сети Интернет, интернет-рекламу;
 - социальная коммерция [1].

Присутствующая ситуация в мире, подтолкнула людей к большему использованию онлайн платформ для удовлетворения своих потребностей таких как: покупка еды, одежды и развлечения. Благодаря этому в то время как одни компании сталкивались с банкротством, другие наоборот, набирали еще большие обороты. Например, акции таких компаний как Zoom, Netflix, Amazon выросли в цене. А крупнейший в мире интернет-ритейлер Amazon даже обновил свой рекорд по

стоимости акции(\$2283). Основываясь на эти данные, можно отметить, что эпидемия коронавируса заставила людей взглянуть на электронную торговлю более серьезным взглядом. Люди начали пользоваться электронными сервисами намного чаще, что впоследствии увеличило товарооборот в электронных магазинах. Если взять ту же компанию Amazon, то по информации от Comscore в марте посещение сайта увеличилось более чем на 30% в годовом выражении (Рисунок 1). В компании же Netflix в период с января по март 2020 года появилось почти 16 млн новых подписчиков, что в двое превысило ожидание аналитиков (Рисунок 2).

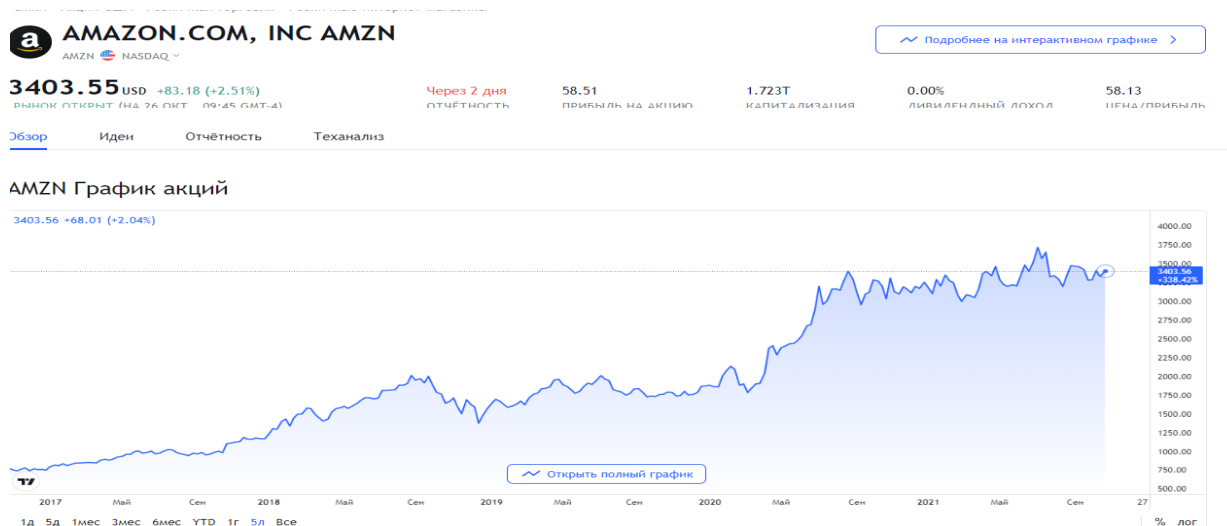


Рисунок 1. AMAZON График акций

Источник: [5]

Стоит отметить, что эти параметры были внесены в доклад ООН о цифровой экономике за 2021 год, ”проводится подробный анализ влияния, которое оказывают международные потоки данных на развитие и стратегии”.

Объем глобальной экономики увеличится в этом году на 5,3 процента – это самый быстрый рост за последние пять десятилетий. Такова оценка авторов нового доклада Конференции ООН по торговле и развитию (ЮНКТАД). При этом в мире наблюдается значительное неравенство в развитии. Если богатые страны наращивают свой потенциал, то развивающиеся страны из-за пандемии к 2025 году могут обеднеть в общей сложности на 12 трлн долларов. Кроме того, по прогнозам, уже в 2022 году общемировой рост замедлится до 3,6 процента, а уровень дохода будет на 3,7 процента ниже допандемийного показателя. Авторы доклада отмечают, что темпы роста можно ускорить, если власти стран решат активнее внедрять принципы свободного рынка и сократят бюджетные расходы [6].



Рисунок 2. Netflix График акций

Источник: [5]

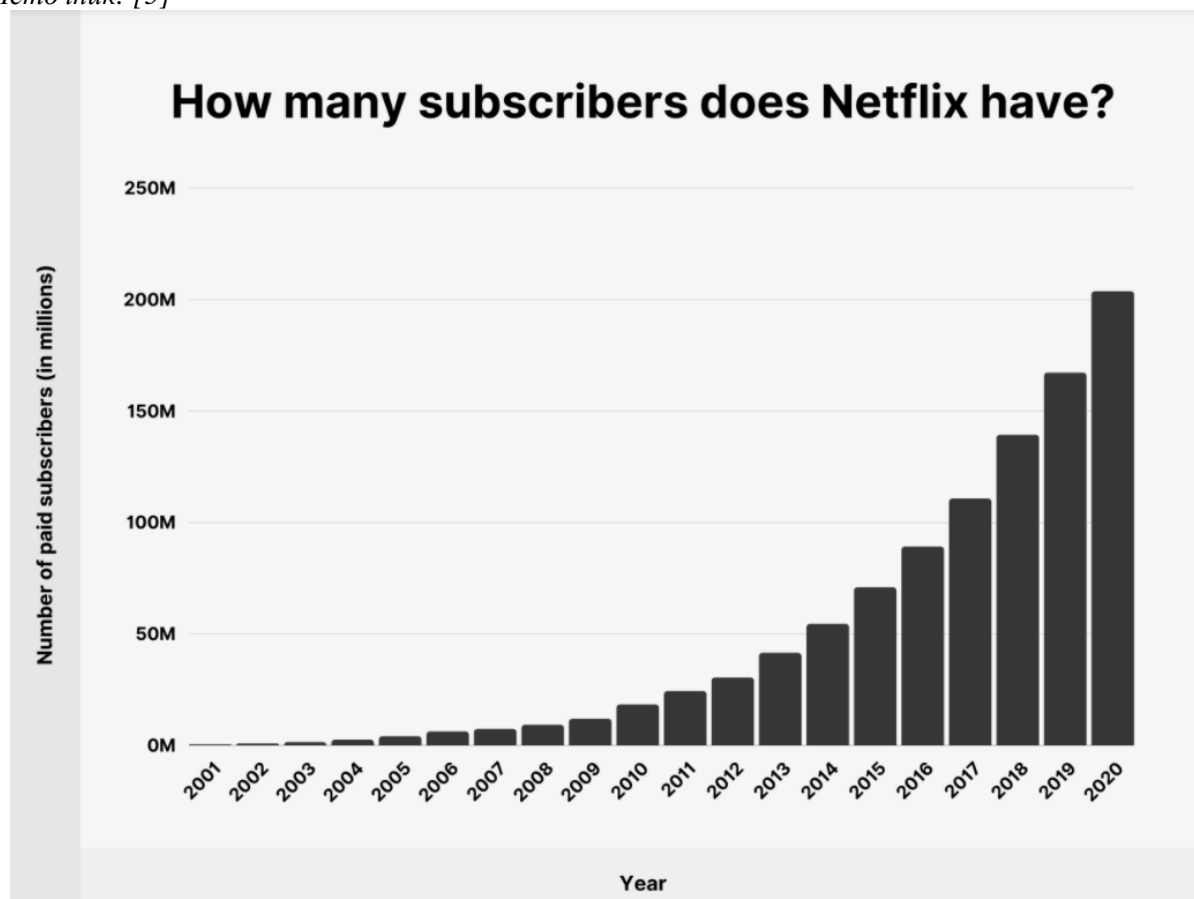


Рисунок 3. Сколько подписчиков у Netflix?

Источник: [5]

Как уже было отмечено, рекомендации ВОЗ, которые были осуществлены в странах основываясь по ситуации распространения вируса, привели к уменьшению социальных контактов между людьми. Эти мероприятия поставили многие компании в трудное положение, выходом из которого было переход на онлайн платформы. Также сама пандемия оказала большое влияние на поведение людей - потребители стали меньше посещать офлайн площадки, переключив свое внимание на более безопасную и удобную онлайн-форму.

По некоторым оценкам, ожидается, что к 2023 году объем продаж в интернете приблизится к отметке в 6,5 трлн. долларов, тогда как еще только в 2019 эта цифра составляла 3,5 трлн. Просмотреть данную динамику можно на Рисунке 4.

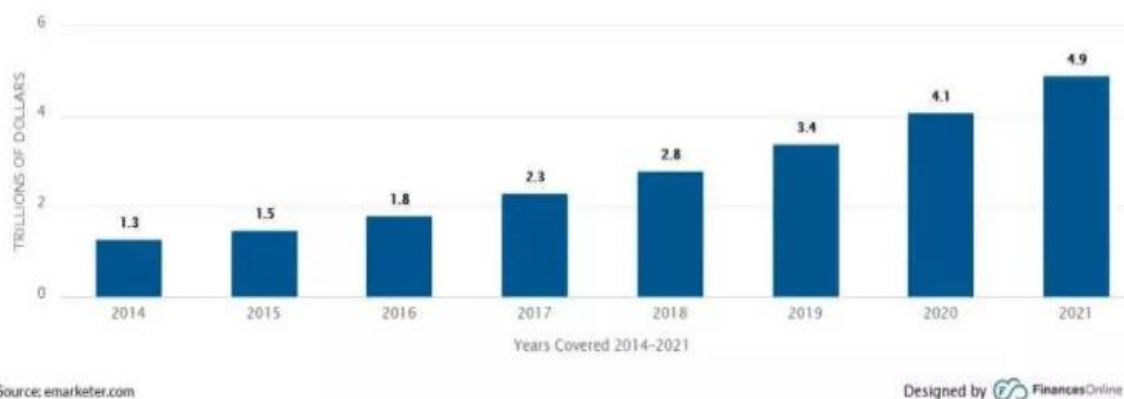


Рисунок 4. Динамика роста общемирового объема продаж в интернете

Стремительное развитие электронной коммерции в процессе приводит к развитию новых трендов. Одним из них является переход на D2C (Direct-to-Consumer). Как было сказано выше, среди наиболее распространенных направлений в бизнесе выделяют B2B и B2C. В первом случае услуги или товары бизнес продает бизнесу, а во втором физическому лицу. Сегодня часть производителей, работающая в сегменте B2B, отказывается от такой модели, переходя к продажам продукции без посредников в виде розничных продавцов, дистрибьюторов и дилеров. Рисунок 5.

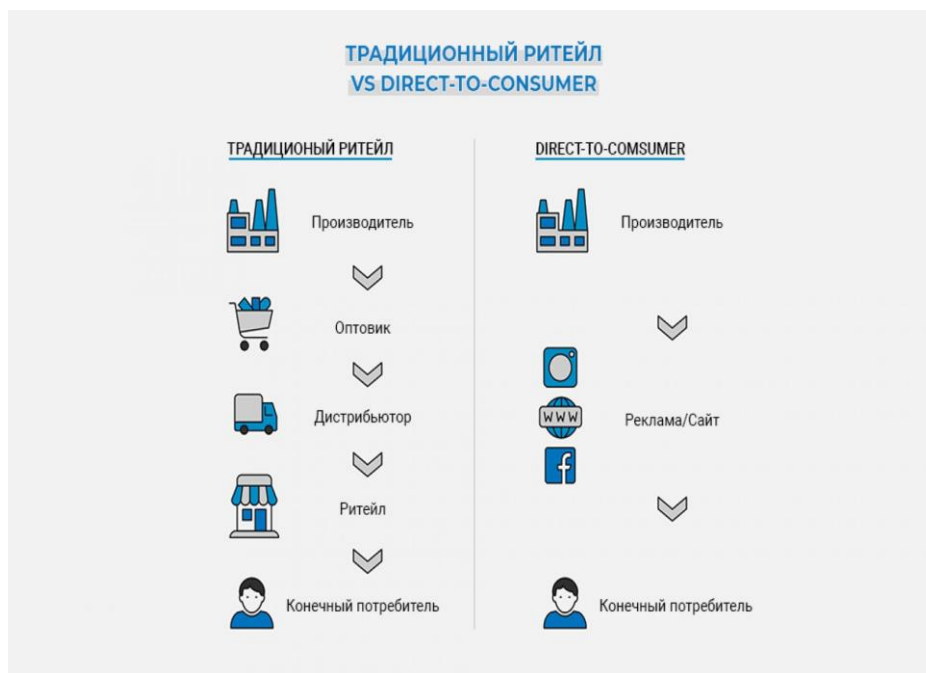


Рисунок 5. Традиционный ритейл vs Direct-to-consumer

Не привлекая посредников, производитель может полностью контролировать все этапы взаимодействия с конечным потребителем. Так например, в 2019 году компания «Nike» прекратила свое сотрудничество с eBay и Amazon, сообщив о том, что сконцентрирует усилия на продажах через официальный сайт.

Для улучшения продаж, компании стремятся получить как можно больше информации о своих клиентах. Платформы CDP (customer data platform) предоставляют возможность анализировать цифровой след пользователя.

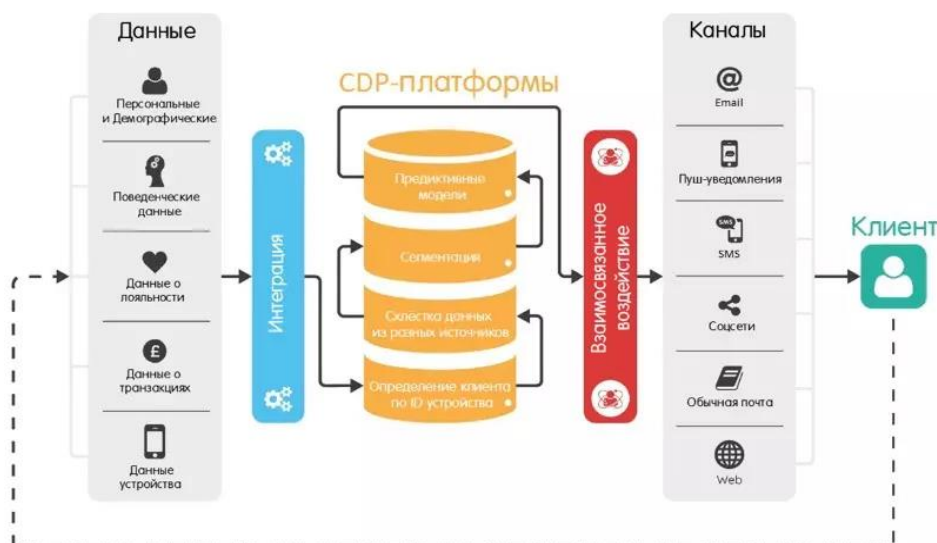


Рисунок 6. Цифровой след пользователя

Главной целью CDP является предоставление объединенной информации, которая поможет в дальнейшем улучшить маркетинговую стратегию компании.

Из-за невозможности проконсультироваться о товаре в живую, начали появляться сервисы, которые предлагают онлайн-консультации. Такой практикой занялись, такие компании как, «М.Видео», Karcher, Regenbogen. Согласно их статистике около 30% видеоконсультаций заканчиваются продажей. Одна из компаний, которая помогает реализовать данную консультацию является Eyez On.

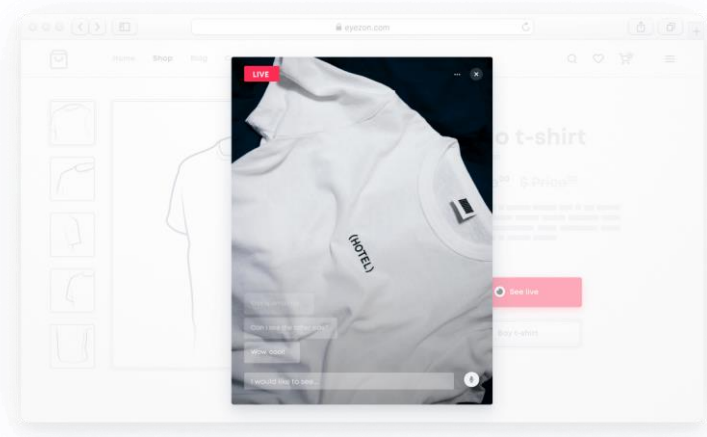


Рисунок 7. Видеоконсультация в Eyezone.

Источник: [7]

Одной из проблем, с которой сталкиваются покупатели при заказе товаров, особенно одежды, онлайн является неудовлетворительность в цвете, форме и т.п. Таким образом есть риск потратить деньги впустую. Решением этой проблемы стали AR технология дополненной реальности, которая доступна покупателю благодаря размещенному на товаре QR-коду (Рисунок 8.). Так, виртуальную примерку уже испробовал интернет-магазин Lamoda. По словам сотрудником данной компании, данная технология позволила увеличить покупательность данных товаров на 8,5%, а также уменьшить время на принятие решения о покупке на 10% [3].



Рисунок 8. Товар QR-код



Рисунок 9. Онлайн-примерка обуви в Lamoda

Источник: [3]

Хочется отметить, что 14 июля 2021-го года на интерактивном сайте визуализации данных по упрощению процедур торговли и безбумажной торговле (<https://www.untfsurvey.org/>) были опубликованы результаты Глобального Исследования ООН 2021 года по упрощению процедур торговли с использованием цифровых и устойчивых технологий. (Рисунок 10). Исходя из предоставленной информации, Азербайджан продемонстрировал высокие результаты в области упрощения процедур торговли по сравнению с предыдущим исследованием 2019-го года. “В исследовании по упрощению процедур торговли и безбумажной торговле в Азиатско-Тихоокеанском регионе (ЭСКАТО) Азербайджан занял 9-ую позицию. Результаты оценки мер по упрощению процедур торговли для Азербайджана следующие:

- Прозрачность — 100%;
- Формальности — 91,67%;
- Институциональные механизмы и сотрудничество — 88,89%;
- Безбумажная торговля — 85,19%;
- Трансграничная безбумажная торговля — 66,67%.

Общий показатель упрощения процедур торговли в стране значительно улучшился по сравнению с показателем 2019-го года, который составил 81,72%.” [8].

Также нельзя оставить без внимания, создание платформы онлайн-продаж для микро, малых и средних предпринимателей-KOB-MARKET, которая доступна в версии на русском и азербайджанском языках. Данная платформа создана при поддержке Агентства по развитию малого и среднего бизнеса при Министерстве экономики (МСП).

Следовательно, пандемия Covid-19 хоть и нанесла в начале тяжелый удар по экономике, однако в то же время ускорила процесс внедрения электронной коммерции в мировую экономику.

Список использованной литературы:

1. Электронная Коммерция. Учебник и Практикум для Бакалавриата и Магистратуры. 20 е издание, дополнение. Л.П.Гаврилов. Москва.Юрайт.2018.
2. Электронная коммерция в рекламной деятельности. Учебно-методическое пособие. О.Д.Дашковская. Ярославль.ЯрГУ. 2018
3. <https://vc.ru>
4. <https://www.affde.com/ru/netflix-users.html>
5. <https://ru.tradingview.com/>
6. <https://news.un.org/ru/audio/2021/09/1409932>
7. <https://www.eyezon.live/>
8. <https://asanimza.az/>
9. <https://economy.gov.az/>
10. www.kobmarket.az