

ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ СИСТЕМЫ ТОРГОВЛИ: ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ И ЕЁ ПРЕИМУЩЕСТВА

Ходова Марина Андреевна, студентка Липецкого филиала Финансового университета при Правительстве Российской Федерации;

Научный руководитель: Рыбина Инна Александровна, кандидат экономических наук, доцент кафедры “Экономика и финансы” Липецкого филиала Финансового университета при Правительстве Российской Федерации.

В данной статье рассмотрены факторы, влияющие на развитие электронной коммерции, а также её преимущества. Особое внимание уделено изменению бизнес-процессов на предприятиях, связанного с пандемией COVID-19, и применению модернизированных стратегий управления компаниями для разработки эффективной стратегии развития бизнеса.

Ключевые слова: интернет-покупатели, электронная коммерция, бизнес-процессы, торговля, технологическая инфраструктура.

DIGITAL TRANSFORMATION OF THE TRADING SYSTEM: E- COMMERCE AND ITS ADVANTAGES

Khodova Marina Andreevna, student of the Lipetsk Branch of the Financial University under the Government of the Russian Federation;

Scientific Supervisor: Inna Rybina, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Economics and Finance of the Lipetsk Branch of the Financial University under the Government of the Russian Federation

This article discusses the factors influencing the development of e-commerce, as well as its advantages. Particular attention is paid to the change of business processes at enterprises associated with the COVID-19 pandemic and the use of modernized company management strategies to develop an effective business development strategy.

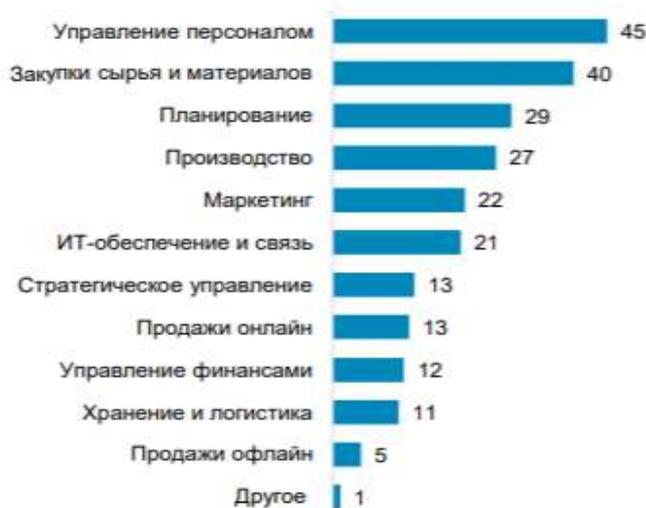
Keywords: online buyers, e-commerce, business processes, trade, technological infrastructure.

В условиях современного развития, при котором информационные технологии затрагивают большую часть аспектов жизнедеятельности человека, обуславливается активное влияние и внедрение информационно-технических новшеств в систему торговли. В бизнесе особенно важна оперативная и систематическая информация о динамичных тенденциях развития рынка и постоянно меняющемся поведении потребителей, именно поэтому вовлечение информационного обеспечения в процесс реализации товаров и услуг представляет собой основополагающий шаг к революции в торговле.

Процесс активного информационного преобразования системы торговли берет начало в период пандемии COVID-19, в условиях стремительно меняющихся условий работы, комплекса развлечений и стиля общения. Поведение потребителей также резко изменилось во время локдауна, из-за чего все больше пользователей становились покупателями товаров в сети Интернет. По данным глобального отчета Digital, количество интернет-пользователей России в 2020 году составляло 118 миллионов человек, в 2021 году этот показатель увеличился на 5,1% (6 миллионов человек) и насчитывал 124 млн человек, а в период с 2021 по 2022 год количество пользователей Интернета в России увеличилось на 5,8 млн человек, что составило 4,7% [2]. Учитывая то, что количество пользователей интернета и потенциальных покупателей продолжает расти, владельцам онлайн-бизнеса необходимо изучить изменения в технологической структуре, которые помогут разработать эффективную стратегию в условиях современных реалий.

Согласно результатам опроса предприятий, проводимого Банком России, для ускорения выхода из кризиса фирмам было необходимо перестроить многие бизнес-процессы. По итогам сбора и анализа

информации, которые представлены ниже, самые значительные изменения произошли в управлении персоналом (45%), закупке сырья и материалов (40%), маркетинге (22%) и других аспектах [1].



Источник: результаты опроса предприятий.

Рис.1. Бизнес-процессы, которые пришлось перестраивать предприятиям для сохранения бизнеса и выхода из кризиса

Компаниям, занимающимся реализацией товаров, удалось адаптироваться к торговле в условиях пандемии COVID-19 и локдауна, и, несмотря на трудности и проблемы, даже осознать преимущества и новые возможности ведения бизнеса. Например, экстренные изменения в управлении персоналом позволили руководителям оптимизировать силы сотрудников, путем введения удаленного вида работы, который также обеспечил динамичность штаба сотрудников, ведь в электронном формате легче как найти сотрудника для выполнения определенной задачи, так и отстранить его от работы. Кроме того, изменения коснулись и закупки сырья и материалов: предпринимательская деятельность в Интернете позволяет фирмам снижать уровень складских запасов и операционные издержки. Также, перемены в системе маркетинга оказали положительное влияние на деятельность предприятий. Так, по результатам исследований GWI, поисковые системы являются основным источником информации о

брендах и корпорациях, также, по данным опроса 27,6% пользователей со всего мира узнают о товарах и услугах из рекламы в социальных сетях [3].

Таким образом, суммируя все вышесказанное, можно сделать вывод, что цифровая трансформация торговли началась стремительно во время пандемии коронавируса и продолжается по сей день. Также, подводя итоги исследований, невозможно не отметить, что, несмотря на вынужденную реструктуризацию большей части бизнес-процессов, многие предприятия модернизировали внутренние механизмы фирмы и выявили преимущества электронной коммерции. Учитывая, что популярность интернет-торговли продолжает стремительно расти, становится необходимым знание современных тенденций в технологической инфраструктуре и развитии электронной коммерции, которые позволяют разработать эффективную стратегию ведения бизнеса.

ЛИТЕРАТУРА

1. Центральный банк Российской Федерации «Изменение бизнес-процессов после пандемии COVID-19: результаты опроса предприятий» [https://cbr.ru/Content/Document/File/132395/analytic_note_20220126_dip.pdf]
2. Digital 2022: The Russian Federation [<https://datareportal.com/reports/digital-2022-russian-federation>]
3. GWI-The Biggest social media trends for 2022 [<https://www.gwi.com/reports/social>]