

## Интернет-торговля как драйвер экономического роста

*Дерюпина Анастасия Евгеньевна*

*Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова*

*Студент*

### Аннотация

В данной статье рассмотрено понятие электронной коммерции и ее основные формы, на основании чего выявлена связь между электронной коммерцией и Интернет-торговлей. Приведены преимущества и недостатки Интернет-торговли. Описаны точки экономического роста за счет развития электронной торговли. Даны рекомендации владельцам бизнеса для успешной реализации торговой площадки в онлайн-формате.

**Ключевые слова:** E-commerce, Internet Commerce, электронная коммерция, электронная торговля, Интернет-торговля, Интернет-магазин, информационное общество, цифровая экономика, цифровизация

### Internet Commerce as a driver of economic growth

*Deryupina Anastasiya Evgen'evna*

*Plekhanov Russian University of Economics*

*Student*

### Abstract

This article examines the concept of e-commerce and its main forms, on the basis of which the relationship between e-commerce and online commerce is revealed. The advantages and disadvantages of online trading are given. The points of economic growth due to the development of electronic commerce are described. Recommendations are given to business owners for the successful implementation of the trading platform in the online format.

**Keywords:** E-commerce, Internet commerce, online commerce, online store, information society, digital economy, digitalization

### 1. Введение

В условиях цифровизации экономики широкое распространение и активное развитие получила реализация товаров и услуг через глобальную сеть Интернет. Совершение покупок в онлайн-режиме облегчает жизнь покупателям, так как становится возможным приобрести товары, услуги, не выходя из дома, а также купить продукцию из любой точки земного шара в том случае, если она отсутствует в вашем регионе. Часто люди заблуждаются и ошибочно называют Интернет-шоппинг современным понятием «E-commerce» или «Электронная коммерция». Интернет-торговля и электронная

коммерция связаны, однако второе понятие намного шире, чем может показаться на первый взгляд.

Актуальность выбранной темы обусловлена тем, что Интернет из технологической сети трансформировался в экономическую, став средой взаимодействия для агентов рынка. Понимание основ и структуры электронной коммерции важно для удовлетворения потребительского спроса, создания экономически выгодного предложения и успешного ведения бизнеса компании, что, в результате, способствует экономическому росту.

Для того, чтобы разобраться, какой смысл заложен в понятия «Электронная коммерция» и «Интернет-торговля», обратимся к литературным источникам и проанализируем их.

## **2. Связь электронной коммерции и Интернет-торговли**

Понятие электронной коммерции нередко применяется для того, чтобы обозначить факт продажи физических продуктов в Интернете. Однако, помимо этого, данное понятие также может описывать реализованные через Интернет любые коммерческие операции и передачу данных, необходимых для совершения таких операций.

Так как электронная коммерция включает в себя отношения между поставщиками, продавцами и потребителями, она может принимать различные формы. Например, розничная торговля, оптовые продажи, дропшипинг (прямые поставки), краудфандинг («народное» финансирование), подписка на сервис, физические продукты, цифровые продукты, услуги [6]. То есть электронная коммерция не ограничивается продажей товаров и услуг через глобальную сеть Интернет, Интернет-торговля – частный случай всех возможностей, которые предоставляет электронная коммерция.

Таким образом, по результатам проведенного анализа можно сделать вывод о том, что электронная коммерция подразумевает осуществление сторонами сделки действий и операций, направленных на извлечение прибыли, на основе исполнения электронных процедур, а онлайн-торговля в формате Интернет-магазина – это сервис, позволяющий совершать покупки и продажи в онлайн-режиме.

## **3. Преимущества и недостатки Интернет-торговли**

Совершение операций с целью извлечения прибыли через Интернет набирает популярность во всем мире, а доля продаж потребительских товаров через Интернет продолжит расти. Для того, чтобы говорить о влиянии электронной коммерции на экономический рост, рассмотрим преимущества и недостатки электронной торговли.

Преимущество №1. Низкая стоимость запуска проекта по сравнению «физическими» проектами [1]. Последним необходимо платить за аренду помещения, оборудование, обеспечение рабочих мест, нести маркетинговые расходы и так далее. «Электронные» проекты не нуждаются в таких затратах на начальном этапе.

Преимущество №2. Персонализация веб-сайта позволяет повысить продажи и клиентскую лояльность. Создание персонализированных целевых страниц для разных аудиторий может побудить к сотрудничеству без особой дополнительной работы со стороны создателя площадки. В отличие от коммуникации в реальной жизни, когда нужно общаться с контрагентом, понимать его настрой и «подстраиваться» под него.

Преимущество №3. Доступность сотрудников. Найм персонала не ограничивается территориальными рамками, поэтому, например, можно взять на аутсорсинг сотрудников из любой точки мира, в том числе, из стран, где уровень (стоимость) жизни ниже, что позволит сэкономить на заработной плате.

Преимущество №4. Электронная торговля позволяет привлечь не коммуникабельных клиентов, которые в реальной жизни боятся, стесняются общаться, например, с консультантами, продавцами и предпочитают онлайн-покупки. Если клиенту необходимо связаться с сотрудником Интернет-площадки, то он может воспользоваться чатом на сайте, отправить электронное письмо или сообщение в социальных сетях.

Преимущество №5. Быстрая масштабируемость бизнеса [2]. В электронной среде легко расширить продуктовые линейки, особенно если речь идет о прямых поставках. В этом случае нет необходимости учитывать хранение и доставку товаров.

Недостаток №1. Сбои в работе Интернет-площадки приводят к тому, что люди не могут приобрести товар или получить услугу. Необходимо заблаговременно позаботиться о размещении сайта на платформе, которая рассчитана на объем трафика, формируемый посетителями.

Недостаток №2. Отсутствие возможности проверить товар перед покупкой. Многие ритейлеры решают данную проблему с помощью технологии дополненной реальности – виртуальные примерочные, 3D-туры и модели объектов.

Недостаток №3. Высокая конкуренция. Как правило, лучшие ниши являются наиболее конкурентоспособными, поэтому имеют дорогую рекламу. Более того, необходимо уникальное торговое предложение, чтобы обратить на себя внимание [7]. Одним из решений является изменение стратегии таргетирования. Например, если конкуренты работают с клиентами через социальные сети, и на основании этих данных сегментируют их, тогда можно использовать SEO-оптимизацию.

Таким образом, прежде чем заняться электронной торговлей, необходимо оценить особенности бизнеса, сегментацию клиентов, продумать ценностное предложение.

#### **4. Точки экономического роста за счет развития электронной торговли**

С учетом рассмотренных выше аспектов, можно предположить следующие точки экономического роста за счет развития электронной коммерции.

Усиление международного сотрудничества. Речь идет о поставках и сбыте товаров, имеющих в наличии в одном государстве и отсутствующих в другом. Также здесь можно упомянуть платежные системы, которые позволяют быстро, безопасно и из любой точки мира оплатить покупку или осуществить перевод. За счет сотрудничества площадь использования определённых платежных систем увеличится, что позволит людям совершать покупки в путешествиях без комиссии (или с минимальной комиссией), расплачиваясь банковской картой.

В настоящее время, многие процессы, происходящие в рамках электронной коммерции, не регулируются на государственном уровне. Например, проведение «гивов» в социальных сетях. Новые явления, получившие широкое распространение, требуют разработки регламентов на законодательном уровне.

Повышение конкурентоспособности за счет высокого качества продукции [3]. В электронной торговле особое внимание уделяется качеству товаров и сервисов, так как за основу взята идея, что продавец несет ответственность перед покупателем. На электронных ресурсах размещается подробная информация о товаре, инструкции, а также реализуется механизм обратной связи.

Сокращение финансовых и временных затрат за счет прямых доставок клиенту. Электронные торговые системы позволяют доставить товар напрямую клиенту, минуя промежуточные склады, что сокращает время доставки и затраты на ее осуществление.

Увеличение числа электронных транзакций, которые способствуют снижению затрат на ведение сделок, что напрямую влияет на стоимость услуг и на клиентские цены.

## **5. Рекомендации участникам Интернет-торговли**

С учетом рассмотренных выше аспектов, можно предложить следующие рекомендации владельцам бизнеса, связанного с Интернет-торговлей.

Соблюдение трендов владельцами бизнеса. Например, использование технологий виртуальной и дополненной реальности для примерки одежды, обуви или визуализации товаров в помещении. Многие сервисы уже активно используют поиск по картинке – у покупателя есть изображение нужного товара, и вместо текстового поиска, который займет много времени, он подгружает картинку, а механизмы сервиса подбирают похожий товар.

Учет таких факторов, как: товары, формирующие спрос; персональный подход к клиенту; концентрация брендов и уход части брендов; влияние социальных сетей и банков [4].

Развитие нишевых и авторских Интернет-магазинов. Сейчас наиболее успешными становятся Интернет-магазины, которые продают товары малоизвестных зарубежных производителей или имеют собственное производство. Они адаптируются под специфические параметры того продукта, который предлагают, чем привлекают внимание потребителей.

Развивать персональный подход к каждому клиенту. Покупатели высоко ценят персонифицированный подход, высококвалифицированную консультацию, сопровождение.

Использовать социальные сети. Совсем недавно социальные сети применялись для первичного привлечения внимания с целью дальнейшего перехода на основной сайт. Интеграция программных решений позволяет «развернуть» полноценный Интернет-магазин на странице в Facebook, Instagram, TikTok и т.д.

## **6. Заключение**

Таким образом, в условиях цифровой экономики вопрос эффективного ведения бизнеса в области электронной коммерции, в частности, в сфере Интернет-торговли, получил широкое распространение. Для того, чтобы развитие электронной торговли способствовало экономическому росту в стране, необходимо привлекать государство в регулирование процессов E-commerce, развивать международные экономические отношения, создавать конкурентоспособные товары и услуги высокого качества, формировать персональный подход к каждому клиенту и активно использовать социальные сети.

## **Библиографический список**

1. Дик В.В., Староверова О.В., Уринцов А.И. Аутсорсинг - эффективный способ приобретения информационной системы //Вестник Московского университета МВД России. 2015. № 6. С. 229-233.
2. Дик В.В., Староверова О.В., Уринцов А.И. Технологическая и организационная виртуализация предприятия в условиях информационного общества // Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. Экономика и управление. 2016. Т. 2(68). № 1. С. 35-41.
3. Еныгин Д.В., Экарева И.Л., Фоминых Н.Ю., Зарудная М.В., Галахов Д.В. Межкультурный подход к иноязычной профессиональной подготовке будущих специалистов экономического профиля. //Современный ученый. 2017. № 6. С. 203-208.
4. Уринцов А.И., Староверова О.В., Галахов Д.В. Некоторые вопросы формирования условий развития современной цифровой экономики. // Образование. Наука. Научные кадры. 2017. № 2. С. 108-111.
5. Уринцов А.И., Староверова О.В., Свиридова Е.С., Епифанов Г.М. Государственная политика РФ, направленная на развитие образования в условиях цифровой экономики // Современные информационные технологии и ИТ-образование. 2018. Т. 14. № 4. С. 842-850.
6. Фоминых Н.Ю., Экарева И.Л., Зарудная М.В., Галахов Д.В. Проектирование компьютерно ориентированной системы самостоятельной работы будущих экономистов по английскому языку. // Плехановский научный бюллетень. 2018. № 1 (13). С. 102-105.

7. Что такое электронная коммерция? // Shopiweb.ru. URL: <https://shopiweb.ru/obshhee/что-такое-электронная-коммерция/>
8. Ferreira N.M. 20 Ecommerce advantages and disadvantages you need to know. URL: <https://www.oberlo.com/blog/20-ecommerce-advantages-and-disadvantages>
9. Mamedova N.A., Urintsov A.I., Staroverova O.V., Ivanov E.A., Galakhov D.V. Social engineering in the context of ensuring information security // SHS Web of Conferences. The conference proceedings. 2019. С. 00073.