



НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

Махмудова Хилола Эркиновна

Аннотация. В условиях пандемии трансформация рынков электронной коммерции была обусловлена адаптирована к новым условиям. Потребители, под влиянием возникших обстоятельств, изменили свое покупательское поведение, таким образом, увеличение объемов торговых операций через социальные сети, Интернет-магазины и различные приложения привело к общему росту продаж. В результате пандемии возникли факторы, действия которых будут ощущаться в течение многих лет.

Сфера e-commerce постоянно меняется и развивается, поэтому необходимо отслеживать современные тенденции и, опираясь на них, выстраивать бизнес-стратегии.

К тенденциям электронной коммерции относятся:

1 Мобильная коммерция. За последние годы создаются приложения для мобильных устройств, с которыми работать намного удобнее, чем заходить на веб-страницу через браузер. Рост мобильной коммерции обусловлен ее доступностью: с телефона можно читать отзывы, изучать описание товаров и делать заказы в любом месте и в любое время. Поставщикам на маркетплейсах версии для телефона дают большую мобильность для контроля и управления контентом, операциями на площадке, а значит, растут эффективность и продажи.

2 Описание товаров и визуальная составляющая. Даже самому качественному и хорошему продукту необходима грамотная подача. Поставщики стали гораздо больше внимания уделять описаниям своих товаров. Для оптимизации описания товаров все больше внедряется автоматических инструментов. Например, алгоритмы внутри маркетплейсов,

способны самостоятельно сопоставить товарные карточки поставщиков на предмет их соответствия, искать ошибки и неточности.

3 Искусственный интеллект. Посетители платформы обращают внимание на работу искусственного интеллекта. Владельцы маркетплейсов предпринимают комплекс мер: всевозможные индивидуальные рекомендации, чат-боты, голосовые помощники, умный поиск и прочая работа с данными о посетителях помогают удерживать внимание клиента. Исследования показывают, что 71 % покупателей продолжают изучать сайт, когда сталкиваются с личными предложениями на основе истории поиска.

4 Снижение сроков и стоимости доставки. После пандемии отрасль доставки стала очень востребованной; для многих покупателей возможность заказать товар домой стала необходимой. Быстрая и дешевая (или бесплатная) доставка дает конкурентные преимущества по сравнению с другими поставщиками. Стоит отметить, что 18 % покупателей отказывается от совершения покупки из-за медленной доставки, а 60 % – из-за высоких дополнительных трат, в числе которых доставка товара. Интеграция маркетплейса с популярными сервисами логистики может стать существенным преимуществом. Интересен опыт Китая. Компания JD.com тестирует доставку в отдаленные регионы страны с помощью дронов, тем самым используя одно из ключевых направлений будущего электронной торговли.

5 Развитие платежных сервисов. Покупателю важно иметь возможность выбора платежной системы. В 2024 г. ситуация с разнообразием вариантов оплаты очень актуальна. Это может быть традиционная оплата с помощью банковских карт или какие-то более современные способы: оплата через QR-код, СБП (система быстрых платежей), электронных кошельков.

6 Модель D2C (direct to customer) – это новая модель бизнеса, при которой производитель напрямую общается с покупателем, исключая посредников. Данная модель представляет автоматизация процессов в логистике и электронной коммерции, а также интеграцию всех каналов взаимодействия в

рамках единой платформы. Например, компания Nike команда налаживала прямое взаимодействие с покупателями еще на стадии дизайна продукции, кастомизируя дизайн обуви до начала производства.

7 Оптимизация конверсии. В 2022 г. популярна тенденция CRO (conversion rate optimization) помогает сделать процесс онлайн-покупок на маркетплейсах наиболее комфортным, за счет чего у клиентов формируется положительное мнение о поставщиках товара и о компании-владельце маркетплейса. Проведение разнообразных исследований и аналитика помогают увеличить прибыль, снизить риски принятия неверных решений и получить больше лояльности клиентов.

8 Внедрение PWA. PWA (Progressive Web App) представляет собой сайт, который выглядит как мобильное приложение. Пользоваться им можно даже при отсутствии интернета. Создание и поддержка обходятся компании дешевле: теперь можно не создавать по отдельности веб-ресурс и приложение под смартфоны (iOS, Android). По данным AliExpress, PWA повысил коэффициент конверсии площадки на 104 %.

9 Внедрение голосового помощника. Лидером в этой сфере является голосовой помощник компании Amazon под названием Alexa, который установлен в умных колонках или на других домашних устройствах. С его помощью клиент может сделать покупку посредством голоса, не выходя из дома. В Индии Alexa доступна также на языке хинди. Компания Amazon также представила устройство Dash Button, позволяющее делать регулярные заказы одним нажатием кнопки. Такая технология является наиболее востребованной в сфере продажи товаров повседневного пользования

Таким образом, можно сделать вывод, что электронная коммерция продолжает развиваться с каждым годом, вследствие этого возникают проблемы, касающиеся, в большей степени, информационно-технического и нормативно-правового фактора осуществления бизнеса в данной сфере. Стоит отметить: чтобы удерживать позиции в условиях жесткой конкуренции на рынке e-commerce необходимо быстро реагировать на новые тренды и ожидания

клиентов. Дальнейшее развитие бизнеса электронной коммерции исключительно связан с развитием инноваций, которые улучшают эффективность компании и качество обслуживания клиентов. Поэтому преследуя тенденции развития электронной коммерции гарантируют успех, а также возможность занять лидирующее положение на рынке.

Стоит отметить: чтобы удержать позиции в условиях жесткой конкуренции на рынке e-commerce необходимо быстро реагировать на новые тренды и ожидания клиентов. Дальнейшее развитие бизнеса электронной коммерции исключительно связан с развитием инноваций, которые улучшают эффективность компании и качество обслуживания клиентов. На основе выше сказанного можно сказать, что электронная коммерция на последние годы претерпела много изменений, однако деятельность этой сферы является одной из самых успешных на сегодняшний день.