

ПОПУЛЯРНОСТЬ И ВОСТРЕБОВАННОСТЬ ОНЛАЙН-ТОРГОВЛИ В СЛОЖНЫЙ ЭПИДЕМИОЛОГИЧЕСКИЙ ПЕРИОД ВВЕДЕНИЯ ОГРАНИЧИТЕЛЬНЫХ МЕР

Сотникова Виктория Вячеславовна

магистрант, Государственный университет управления, РФ, г. Москва

В век бурного технологического прогресса и цифровизации меняются привычные формы ведения бизнеса и функционирования экономики, и все большую популярность набирает электронная коммерция, которая показывает высокие темпы развития и привлечения внимания потребителей.

Электронная торговля открывает безграничные возможности для развития предпринимательской деятельности и создает новые концепции, бизнес-процессы, которые помогают более эффективно и рационально использовать имеющиеся ресурсы и предлагать потребителям больше выгоды и преимуществ от сервисов и конечных продуктов.

Наиболее существенным препятствием на пути распространения электронной торговли остается несовершенство законодательных систем, как на международном уровне, так и на уровне отдельных стран.

Разрабатываемая государственная стратегия для развития электронной торговли должна охватывать многогранные отношения, формирующиеся среди участников трансграничных торговых операций, как на внутреннем рынке, так и на внешнем.

И для реализации этой стратегии создается комплекс организационных, нормативно-правовых, инновационных и технических условий, развивающих и стимулирующих активность участников рынка электронной коммерции, сформируют конкурентную среду для владельцев бизнеса и принесут новые полезные услуги и продукты для потребителей.

В современном темпе жизни, не у всех людей находится время на походы в магазин за продуктами или другими предметами первой необходимости.

Так же многие товары не представлены во всех торговых точках, а крупные гипермаркеты расположены не всегда в быстро доступных местах. Поэтому для экономии своего личного времени и сил, люди прибегают для заказа товаров в онлайн-магазинах.

До 2020 года востребованность и развитие Интернет-торговли имело одно направление, когда люди заказывали товары определенного типа и с некой периодичностью из зарубежных онлайн-магазинов. Но наступивший период пандемии Covid – 19 сильно подкосил сферу ритейла и внес свои правила в обычную жизнь населения и функционирование всех сфер экономики страны. Закрытие большого количества физических магазинов на карантин, ужесточение правил СанПиН, введение масочно-перчаточного режима, падение покупательской способности и остальные трудности принесло начало 2020 года. А вынужденная самоизоляция в связи с распространением коронавируса сделала сервис доставки на дом услугой первой необходимости что, безусловно, повлияло на темпы развития компании и быструю адаптацию предпринимателей к новым реалиям бизнес-среды.

В связи с пандемией, прежде всего, вырос в несколько раз спрос на доставку продуктов и готовой еды. Если раньше покупатели по обычному сценарию отправлялись в магазины и покупатели стандартную продуктовую корзину и продукты первой необходимости в привычном режиме, то теперь в режиме самоизоляции они вынуждены начать пользоваться

сервисами по доставке продуктов и других товаров.

Многие магазины с началом пандемии находились в критическом положении и не знали, как дальше функционировать и сохранить свое положение на рынке.

Поэтому им пришлось экстренно реагировать на текущую обстановку и разрабатывать систему доставки своих товаров, так как это был единственный вариант продавать имеющиеся запасы и не потерять своих покупателей.

Те, кому удалось успешно внедрить новые бизнес-процессы, смогли не только сохранить свой бизнес, но еще и открыть новые направления в своей деятельности и привлечь новых клиентов.

Ситуация с распространением коронавируса показала, что электронная торговля и развитая система доставки в подобных кризисных ситуациях могут быть спасением для бизнеса. Поэтому для налаженной системы доставки всех заказов необходима четко организованная транспортно-логистическая система, благодаря которой конечный потребитель сможет своевременно получить свой товар в целостности и сохранности.

Аналитики российского исследовательского агентства Data Insight опубликовали статистические исследования, которые показали, что режим самоизоляции привел в сферу российской онлайн-торговли более 10 млн покупателей.

По их оценке, новые потребительские привычки ускорят развитие интернет-торговли с ранее зафиксированных среднегодовых 28% до 33%. Режим изоляции привел к тому, что люди совершали в онлайн по покупок больше, чем обычно, тратя каждый раз все больше денег.

Если проанализировать какие товары наиболее часто покупают в интернет-магазинах, то можно выделить следующие сегменты: техника и электроника (товары, которые сложно найти в магазинах или в онлайн можно приобрести по выгодным предложениям со скидками), товары для дома (наиболее часто покупатели ищут необычные предметы для декора и интерьера для дома индивидуального производства), одежда и обувь (во многом покупатели прибегают к заказу этих товаров онлайн, чтобы не тратить длительное время на походы по магазинам и примерку, а так же в онлайн достаточно широкий ассортимент товаров, которые не представлены в формате розничных магазинов).

Сумма покупки выросла в несколько раз, во многом это связано с удобством доставки товаров, что покупатель не тратит собственные силы и ресурсы на доставку товаров из магазина домой.

Также многочисленные психологические эксперименты доказали, что, находясь дома, особенно в режиме самоизоляции – стрессовой и непонятной ситуации, люди начинают больше употреблять продуктов питания и пробуют новые товары, о покупке которых ранее даже и не задумывались.

Потенциал развития рынка интернет-торговли наблюдается в большем охвате аудитории регионов России, поскольку в настоящее время доступность дистанционной торговли в полном объеме со всеми его сервисами и возможностями имеется в основном у центральных экономически-развитых регионов.

Скорость и качество доставки – это главные характеристики, которые способны приучить потребителей к онлайн-шопингу.

Даже когда сложная эпидемиологическая обстановка в стране закончится, опыт приобретать товары онлайн с возможной доставкой на дом открыл новые возможности и останется в жизни людей надолго.

В век цифровизации заказать товары в интернете не составляет трудностей и позволяет получить желаемые товары в скором времени в удобное для человека место.

Потребителям понравился этот процесс заказа товаров в удобное время и в удобное место, и теперь они все также прибегают к онлайн-магазинам несмотря на то, что розничные торговые магазины работают в штатном режиме.

В ближайшие годы рынок онлайн-ритейла, несомненно, будет расти с хорошей динамикой, стоимость и время доставки будет сокращаться, а количество предлагаемых товаров и сервисов увеличиваться.

Некогда маленькие компании, которые только начинали свою деятельность в период эпидемии имеют хорошие возможности плотно войти на рынок со своими уникальными предложениями и развиваться, поскольку они появились со своей уникальной бизнес-идей и современной концепцией, отвечающей таким сложным мировым обстоятельствам.

Список литературы:

1. Исследования e-commerce агентства Data insight. [Электронный ресурс] -Режим доступа. – URL: <https://datainsight.ru/industries?industry=9>
2. Проект Минпромторга «Стратегия развития торговли в Российской Федерации период до 2025года»