

ЭЛЕКТРОННЫЙ БИЗНЕС: ПОНЯТИЕ, ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ

Потапцева В.В., студент гр.873903

*Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники
г. Минск, Республика Беларусь*

Беляцкая Т.Н. – доктор экон. и докт. экон. наук, доцент

Аннотация. В работе дается определение понятию электронный бизнес. Обозначаются необходимые для e-бизнеса условия. Обозначается важность электронного бизнеса для экономики. Рассматриваются основные тенденции развития электронного бизнеса в ближайшем будущем.

Ключевые слова. Электронный бизнес, e-бизнес, тенденции электронного бизнеса.

Впервые определение термину «электронный бизнес» в 1977 году дал поставщик таких услуг, компания IBM. Луис Герстнер, генеральный директор IBM в те годы, определил электронный бизнес как трансформацию ключевых бизнес-процессов посредством применения интернет-технологий.

На сегодняшний день «электронный бизнес» используется в двух аспектах. Первый связан с концепцией внедрения в рамках стратегического и операционного менеджмента, второй – с определением, характеризующее бизнес, который в основном осуществляется онлайн.

Электронным бизнесом (е-бизнесом) называют вид предпринимательской деятельности, основанной преимущественно на интернет-технологиях. Следует обозначить, что он должен удовлетворять таким условиям как:

- информационная природа продукта;
- закупка и продажа в цифровом виде по интернет-каналам;
- отсутствие традиционных производственных активов;
- отсутствие торговых площадей и потребности в офисных помещениях;
- проведение рекламных кампаний только в Интернете;
- осуществление закупок товаров у поставщиков при помощи Интернета [1,8].

Ведение компанией бизнеса с использованием информационно-коммуникационных технологий (далее ИКТ) даёт ей возможности сокращения затрат на заработную плату, хранение товаров, осуществления платежей без посредников между покупателем и продавцом и т.д. Именно благодаря этим возможностям он и стал популярен.

Эффективность работы и конкурентоспособность такого бизнеса напрямую зависит от ИКТ. Такие технологии помогают бизнесу взаимодействовать с деловыми партнерами и помогают формировать новые цепочки добавленной стоимости. В свою очередь хорошо развитая и эффективная организация электронного бизнеса страны способна повысить и её конкурентоспособность. Так как по мнению аналитиков, е-бизнес играет одну из важнейших ролей в помощи достижения страной мирового лидерства и её успешной интеграции в мировое хозяйство.

Одним из главных направлений развития электронного бизнеса является логистика. Например, одна из самых известных платформ электронной коммерции как Amazon уделяет большее внимание транспортировке и логистике, сокращая количество расходов на доставку. С 2014 года компания начала запускать сервис Prime Now в разных точках мира, осуществляющий доставку продуктов менее, чем за 2 часа. Это стало огромным толчком в сфере электронного бизнеса для остальных грузовых операторов и сподвигло их ускорить внедрение новых технологий в этой сфере [2].

Большую важность для клиентов всегда имела прозрачность сделок и благодаря современному миру это стало проще отслеживать. Такие технологии, как блокчейн, гарантируют оптимальную отслеживаемость. В 2018 году JD.com (китайская компания, занимающаяся Интернет-торговлей и электронной коммерцией) Walmart и IBM запустили Blockchain Food Safety Alliance, который призван улучшить контроль за продукцией, её отслеживаемостью и безопасностью для достижения большей прозрачности во всей мировой цепочке поставок продуктов питания. JD.com в сотрудничестве с InterAgri (австралийский экспортер мяса) используют систему отслеживания на основе блокчейна, чтобы гарантировать происхождение мясных продуктов. Такой гигант розничной торговли, как Walmart также отслеживает происхождение всех своих продуктов из мяса и птицы благодаря внедрению IBM Гиперледжер [3].

Также применение блокчейну нашлось и в текстильной промышленности. В 2017 году дизайнер Мартин Ярлгаард создала проект, направленный на создание карты движения сырья и одежды в процессе производства и распределения. После реализации этой концепции потребитель сможет получить доступ к этой информации, просто отсканировав этикетку на одежде [4].

Следующую тенденцию можно назвать «попробуйте, прежде чем покупать». Появление виртуальной и дополненной реальности произвело революцию в различных сферах человеческой деятельности. Возможность проверить, подходит ли нам одежда или подходит ли определенный диван к нашей гостиной, – это функция, которая чрезвычайно полезна в области электронной коммерции. IKEA смогла воспользоваться этим преимуществом. Она разработала специальное приложение (IKEA Place), которое позволяет клиентам просматривать мебель до её покупки, виртуально размещать её у себя в комнате, просто наведя на место камеру мобильного телефона [5]. Похожая функция есть и у приложения Lamoda. Она запустила функцию виртуальной примерки обуви. Для этого также необходимо просто выбрать понравившуюся модель и навести камеру на ногу.

Ещё одним направлением развития электронного бизнеса являются умные помощники и голосовой поиск. Уже несколько лет они входят в топ западных digital-технологий. В 2020 году около 55% респондентов Perficent использовали голосовые команды на телефоне в качестве одного из основных способов поиска информации в интернете. По прогнозам Loop Ventures, к 2025 году 75% домохозяйств в США будут владеть умными динамиками. Яндекс.Станция, Amazon Echo, Google's Home, Apple Homepod сподвигнут компании на переход в эти каналы, так как по мере того, как все

больше домов будут использовать умные колонки, все больше потребителей будут использовать голосовой поиск для покупок в Интернете, заказа еды и организации своей жизни.

Ещё одним направлением является видео. Покупатели отзываются на видео. Такой контент оказался отличным способом привлечь клиентов в 2019 году, и он не исчезнет в ближайшее время. Создание видеороликов для вашего веб-сайта – это отличный способ мгновенно привлечь клиентов и сообщить им о вашем продукте или услуге.

Наступает эра социального шопинга. Интернет-магазины, которые представлены в социальных сетях, в среднем имеют на 32% больше продаж, чем магазины, которых там нет [6]. И на данный момент существует множество компаний, не имеющих сайта, а полностью ведущие электронный бизнес через социальные сети.

Век электронной экономики характеризуется тем, что доходы компаний – представителей e-бизнеса напрямую зависят от числа пользователей (потребителей контента, подписчиков, участников) и от быстроты роста их численности. В основном, представители электронного бизнеса борются за аудиторию, пользователей Интернета, так как она играет важную роль в обеспечении устойчивого роста. Здесь на первом месте стоят увеличение численности клиентов и лидогенерация. Суммарная аудитория всех приложений Facebook (включая саму социальную сеть, Instagram, WhatsApp и Messenger) превысила 3 млрд. пользователей в месяц. Самый популярный китайский мессенджер WeChat имеет 1,17 млрд. пользователей в месяц. Именно пользователи являются залогом успеха этих компаний. Мировым трендом является положительная динамика проникновения Интернета. Мировая интернет-аудитория на начало 2021 года насчитывала 4,66 млрд. человек [7].

Таким образом, в современном мире электронный бизнес неразрывно связан со многими аспектами жизни. Без него в наши дни невозможно эффективное функционирование мировой экономики. Причем с развитием технологий электронный бизнес начинает приобретать новые формы. И сейчас он является уже не «помощником» традиционного бизнеса, а представляет собой полноценную систему, способную работать автономно, включающую в себя логистику, продажи, маркетинг, взаимодействие с клиентами, управление проектами и так далее. Рассматривая перспективные направления развития электронного бизнеса можно выделить совершенствование логистики, благодаря чему станет возможной доставка грузов в кратчайшие сроки. Соответственно, увеличится оборот товаров, что повлечет за собой обогащение логистических компаний, что, в конечном итоге, повлечет обогащение мировой экономики. Развитие системы блокчейна как элемент электронного бизнеса, также помогает привлекать новых клиентов за счет прозрачности информации, ведь клиент с большей вероятностью приобретет товар, в происхождении которого он уверен. Возможность примерить товар, пусть и виртуально, помогает клиенту «прочувствовать покупку», после чего сложнее отказаться от сделки. Неосознанное стремление человека к пассивному поведению также играет большую роль в развитии электронного бизнеса, а особенно на развитие и распространение умных помощников, голосового поиска, видео контента.

Список использованных источников:

1. Бебяцкая, Т. Н. Экономика информационного общества: учебно-методическое пособие / Т.Н.Бебяцкая. – Минск: БГУИР, 2016. – 200 с.
2. Гигант электронной коммерции Amazon усиливает логистическое направление, пытаясь сократить расходы на доставку. // NBP Logistics [Электронный ресурс]. – 2019.. – Режим доступа: <https://nbp.su/news/detail/gigant-elektronnoy-kommertsii-amazon-usilivaet-logisticheskoe-napravlenie-pytayas-sokratit-raskhody/>. – Дата доступа: 07.04.2021
3. JD RAMPS UP AUSTRALIAN IMPORTS WITH INTERAGRI PARTNERSHIP ON PURE BLACK ANGUS BEEF // JD.com [Электронный ресурс]. – 2018. – Режим доступа: <https://jdcorporateblog.com/jd-ramps-australian-imports-interagri-partnership-pure-black-angus-beef/>. – Дата доступа: 07.04.2021
4. From Farm To Finished Garment: Blockchain Is Aiding This Fashion Collection With Transparency // Forbes [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: <https://www.forbes.com/sites/rachelarthur/2017/05/10/garment-blockchain-fashion-transparency/?sh=2e405d174f39> – Дата доступа: 07.04.2021
5. Приложение IKEA PLACE: виртуальное размещение мебели и ламп // SMART-HOME.MARKET [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: <https://smart-home.market/prilozhenie-ikea-place-virtualnoe-razmeschenie-mebeli-i-lamp-s3176>. – Дата доступа: 07.04.2021
6. 5 Ecommerce Social Media Stats That Online Storeowners Can't Ignore // Big Commerce [Электронный ресурс]. – 2020. – Режим доступа: <https://www.bigcommerce.com/blog/5-social-stats-for-online-storeowners/>. – Дата доступа: 07.04.2021
7. Digital 2021: Актуальная статистика и аудитория социальных сетей в мире и Беларуси // Belretail [Электронный ресурс]. – 2021. – Режим доступа: <https://belretail.by/article/digital-aktualnaya-statistika-i-auditoriya-sotsialnyih-setey-v-mire-i-belarusi>. – Дата доступа: 07.04.2021
8. Бебяцкая, Т. Н. Электронная экономика: теория, методология, системный анализ / Т. Н. Бебяцкая. – Минск : Право и экономика, 2017. – 284 с.