

УДК 004.418

ЭВОЛЮЦИЯ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ВНЕДРЕНИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В БИЗНЕС ПРОЦЕССЫ

КАЛМЫКОВ К.И.¹

Научный руководитель: ст. препод. Букреев Д.А.¹

¹*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования (ФГБОУ ВО) «Мелитопольский государственный университет», г.Мелитополь, e-mail: dmitriy.bukreev@mel-su.ru*

Аннотация: В исследовании раскрываются результаты проведенного анализа изучения вопроса актуальности применения и проблем внедрения технологий электронной коммерции в современные бизнес-процессы. Авторами раскрыты основные этапы становления электронной коммерции от зарождения до современного состояния. Учеными сделан вывод об актуальности и необходимости внедрения электронной коммерции в бизнес процессы, с целью эффективного управления финансами, персоналом и складскими запасами, а также возможности построения долгосрочных отношений с клиентами.

Ключевые слова: электронная коммерция, эволюция технологий, информационные технологии, бизнес.

EVOLUTION, PROBLEMS AND PROSPECTS FOR IMPLEMENTING E-COMMERCE INTO BUSINESS PROCESSES

KALMYKOV K.I.¹

Science director: Senior Teacher Bukreev D.A.¹

¹*Federal State Budgetary Educational Institution Higher Education (FSBEI HE) "Melitopol State University", Melitopol, e-mail: dmitriy.bukreev@mel-su.ru*

Abstract: The study reveals the results of an analysis of the relevance of the application and problems of introducing e-commerce technologies into modern business processes. The authors reveal the main stages of the development of e-commerce from its inception to its current state. Scientists have concluded that it is relevant and necessary to introduce e-commerce into business processes in order to effectively manage finances, personnel and inventory, as well as the possibility of building long-term relationships with clients.

Keywords: e-commerce, technology evolution, information technology, business.

Введение. Сфера электронной торговли, или, как её ещё называют, электронная коммерция (англ. E-commerce), представляет собой ключевой аспект современной глобальной экономики. Эта область экономической деятельности возникла в результате переплетения технологических инноваций, изменений в потребительском поведении и эволюции бизнес-моделей. Данная сфера экономики обрела свое начало в конце 20-го века, когда мировая сеть Интернет стала доступной для ограниченного числа пользователей. В 1990-е годы виртуальные магазины начали появляться в онлайн, предоставляя потребителям возможность приобретать товары и услуги через веб-платформы. На современном же этапе повсеместного распространения мировой сети, все чаще торговля переносит основу своей деятельности в Интренет, переходя тем самым на более высокий уровень обеспечения потребителей и расширяя ареал своего влияния. Все это актуализирует проведение

исследований в векторе изучения технологий внедрения электронной коммерции в бизнес и его дальнейшего развития путем автоматизации и персонализации.

Цель исследования — оценить актуальность и перспективы внедрения и развития электронной коммерции в бизнес процессы.

Материал и методы исследования

В ходе исследования, были проанализированы научные работы отечественных и зарубежных ученых, был проведен анализ истории становления электронной коммерции и проблемы, связанные с ее внедрением в бизнес процессы на каждом этапе развития.

Результаты исследования и их обсуждение

На этапе зарождения электронной торговли, несмотря на её потенциал, существовал ряд серьезных проблем, которые мешали ее широкому распространению и развитию. Рассмотрим некоторые из ключевых проблем, с которыми сталкивалась e-коммерция в первые дни:

На раннем этапе развития электронной торговли одной из главных проблем была ограниченная доступность интернета. В это время интернет-соединения были медленными и дорогими, и не всегда были доступны во всех регионах и для всех групп населения [2]. Медленные интернет-соединения и их высокая стоимость затрудняли выполнение онлайн-транзакций, что создавало неудобства для потребителей и ограничивало возможности предпринимателей. В некоторых местах отсутствовала необходимая инфраструктура для предоставления доступа к интернету. Все эти факторы ограничивали потенциальное количество потребителей и предпринимателей, способных использовать экономику электронной торговли. Решение этих проблем требовало системных изменений, инвестиций в развитие инфраструктуры и доступности интернета, а также снижения экономического неравенства, чтобы сделать онлайн-торговлю доступной для всех слоев населения и регионов. Одной из ключевых причин этой проблемы был риск мошенничества, который волновал потенциальных покупателей. На тот момент мало было опыта использования онлайн-платежей, и существовало недостаточное понимание того, как обеспечить безопасность финансовых данных при совершении транзакций через интернет. Это создавало опасения, что финансовые данные могут быть украдены или злоупотреблений. Кроме того, вопрос безопасности личных данных также играл важную роль. Потребители беспокоились о возможности утечки своей персональной информации при совершении онлайн-покупок. Страх перед нежелательным доступом к личным данным и их неправомерным использованием сдерживал многих от проведения онлайн-транзакций. Дополнительно, многие люди на тот момент не обладали достаточным пониманием технологических аспектов онлайн-платежей и методов обеспечения безопасности в

виртуальном пространстве. Это вносило дополнительные сложности и повышало степень недовольства и недоверия к онлайн-платежам [3].

На ранних этапах электронной коммерции не было четкой и полноценной законодательной базы, которая регулировала правила и нормы для онлайн-торговли. Это создавало неопределенность и правовую неопределенность для как предпринимателей, так и потребителей. Отсутствие ясных законов и правил означало, что предприниматели и потребители могли столкнуться с разнообразными легальными проблемами при проведении онлайн-сделок. Это включало в себя вопросы о правах и обязанностях сторон, налогообложении, интеллектуальной собственности и многие другие.

Потребители также столкнулись с проблемами, связанными с отсутствием законодательной защиты и механизмов обеспечения безопасности при онлайн-покупках. Это могло оставить их уязвимыми перед возможными недобросовестными предпринимателями и мошенниками. Особенно важным было обеспечить права потребителей и механизмы решения конфликтов. Не смотря на те сложности и вызовы, которые возникали на ранних этапах развития электронной коммерции, важно отметить, что эта форма коммерции претерпела значительную эволюцию и достигла невероятных высот в современном мире.

С развитием технологий и усилением мер по обеспечению безопасности, электронная коммерция стала доступной и удобной для миллионов потребителей по всему миру. Возможность совершать покупки в любое время суток и из любой точки планеты стала реальностью, что значительно увеличило уровень удовлетворения клиентов и облегчило их повседневную жизнь. С развитием правовой регламентации, которая защищает интересы как потребителей, так и предпринимателей, электронная коммерция стала более надежной и прозрачной. Законы о защите данных и правила онлайн-торговли обеспечивают безопасность и уверенность при проведении онлайн-сделок. Розничные компании различных масштабов нашли в электронной коммерции отличную площадку для расширения своего присутствия на рынке и привлечения новых клиентов. Сегодня можно выделить несколько видов розничной торговли в электронной коммерции:

1. **Онлайн-маркетплейсы:** Это платформы, где множество продавцов предлагают свои товары и услуги. Примерами таких маркетплейсов являются Amazon, eBay, и AliExpress. Они объединяют широкий спектр товаров и предоставляют потребителям большой выбор.
2. **Интернет-магазины:** Это самостоятельные онлайн-ресурсы компаний, где они предлагают свои товары и услуги. Например, Apple и Nike имеют собственные интернет-магазины, где клиенты могут приобретать их продукцию.
3. **Социальная торговля:** Этот вид розничной торговли включает в себя продажу товаров и услуг через социальные сети, такие как Instagram и Facebook. Компании используют

социальные платформы для привлечения клиентов и продажи своих товаров.

Яркими представителями розничной торговли в электронной коммерции можно назвать такие компании, как Amazon, которая стала одним из крупнейших онлайн-магазинов в мире, и Wildberries, успешно развивающуюся российскую электронную платформу. Таким образом, розничная торговля в электронной коммерции стала ключевым фактором успешного развития этой формы бизнеса. С развитием технологий и улучшением правовой регламентации, она обрела надежную основу для роста и дальнейшего развития, и продолжает привлекать как потребителей, так и предпринимателей.

Одной из основных проблем, с которыми сталкиваются предприниматели, является необходимость вести точный и своевременный учет финансовых операций. Ведь даже небольшая ошибка в учете доходов и расходов может привести к серьезным финансовым потерям. Более того, соблюдение налогового законодательства требует аккуратного учета всех доходов и расходов, а также правильного расчета налоговых обязательств. Это чрезвычайно важно для предпринимателей, чтобы избежать штрафов и юридических проблем с налоговыми органами. Организация работы сотрудников также является немаловажным аспектом успешного управления бизнесом. Расчет зарплаты, учет рабочего времени, а также ведение кадровой документации требуют времени и внимания. Однако, неправильный учет зарплат или нарушения в кадровой документации могут привести к юридическим проблемам и потере доверия сотрудников. Кроме того, оптимизация запасов и управление складскими операциями также представляют собой сложную задачу. Предпринимателям необходимо отслеживать доступность товаров, контролировать сроки годности и избегать излишних запасов, чтобы снизить расходы на хранение и ускорить выполнение заказов. Именно здесь на сцену выходит программное обеспечение для автоматизации бизнеса, рассмотрим одну из таких. 1С. Эта программа позволяет автоматизировать учет финансовых операций, управление персоналом и учет складских запасов. Они также предоставляют инструменты для налогового учета и подготовки необходимых отчетов.

Помимо задач учета финансов, организации работы сотрудников и оптимизации складских операций, существует еще один ключевой аспект, который важен для успешного управления предприятием - это взаимодействие с клиентами. Забота о клиентах, их удовлетворенность и лояльность играют решающую роль в успехе любого бизнеса. В современном мире, где конкуренция на рынке все возрастает, предпринимателям необходимо уделять внимание клиентам и обеспечивать им первоклассное обслуживание. В разрезе этих требований, можем выделить ряд направлений, внедрение технологий электронной коммерции в которых наиболее перспективно:

- Контроль базы данных клиентов: CRM позволяет компаниям подробно вести базу данных клиентов, включая историю их покупок, предпочтения, контактные данные и другую важную информацию. Это помогает лучше понимать клиентов и предоставлять персонализированные услуги и предложения.
- Отслеживание покупок: CRM позволяет компаниям следить за покупками клиентов и анализировать их покупательское поведение. Это помогает выявить тренды, предсказать потребительские предпочтения и адаптировать ассортимент продукции.
- Персонализированные предложения: CRM позволяет создавать персонализированные предложения и акции для клиентов на основе их предпочтений и истории покупок. Это повышает вероятность совершения клиентами повторных покупок.
- Улучшенное обслуживание: CRM облегчает обработку запросов и жалоб клиентов, что позволяет быстро реагировать на их потребности и решать проблемы. Удовлетворенные клиенты более склонны рекомендовать компанию и оставаться ей верными.
- Аналитика и отчетность: CRM предоставляет инструменты для анализа данных и создания отчетов о производительности, что позволяет компаниям принимать информированные решения и улучшать свои стратегии продаж [1].

Выводы. Проведенное исследование позволяет утверждать, что, в данном контексте, интеграция CRM-системы с программами учета, такими как 1С (как пример базовой технологии электронной коммерции), становится важным элементом успешного управления бизнесом, обеспечивая комплексное решение для компании. Такая интеграция позволяет предпринимателям не только эффективно управлять финансами, персоналом и складскими запасами, но и строить долгосрочные отношения с клиентами, что способствует росту и процветанию бизнеса. Дальнейшее исследование подразумевает внедрение подобной системы с целью экспериментального подтверждения результатов, что создает актуальность продолжения работы.

Список литературы

1. Букреев Д. А. Прогнозирование фондового рынка с помощью нейросетевых / //Информационные технологии в образовании и науке: сб. науч. раб. – 2018. – №. 10. – С. 36-43.
2. Ветрова Е. Н., Яковенко Е. А. Состояние и перспективы развития электронной коммерции //Научный журнал НИУ ИТМО. Серия «Экономика и экологический менеджмент». – 2016. – №. 3. – С. 65-70.
3. Теплов В. И., Тарасова Е. Е. Проблемы развития электронной коммерции в России //Вестник Белгородского университета потребительской кооперации. – 2008. – №. 2. – С. 5-11.