

ОСОБЕННОСТИ КОММЕРЦИИ НА РЫНКЕ ЭЛЕКТРОННЫХ СЕРВИСОВ НАСЕЛЕНИЮ

С развитием технологий и доступностью интернета активно трансформируется рынок коммерческих электронных сервисов населения. Цель данного исследования — определение главных особенностей развития коммерции на этом рынке с позиций потребителей и предпринимателей.

От коммерческих электронных сервисов конечный потребитель ожидает следующих ценностных характеристик: удобства и скорости покупки; доступности сервиса для удовлетворения разных потребностей и мотивов; разнообразия предложений вследствие конкуренции провайдеров, в том числе на основе внедрения технологических инноваций; защиты личных данных.

В этой связи механизм организации бизнес-структурой своей операционной деятельности по удовлетворению потребностей и ожиданий клиентов должен включать следующие этапы:

- создание электронной платформы или приложения для взаимодействия с клиентами;
- размещение всей необходимой информации о продуктах и услугах на платформе;
- организация удобного процесса заказа и оплаты;
- обработка заказов и оказание услуг (торговли или др.);
- организация обратной связи;
- анализ данных о продажах и оптимизация процессов;
- удержание клиентов;
- привлечение новых клиентов.

К ключевым преимуществам операционной деятельности основных игроков на рынке электронных сервисов населению можно отнести: глобальный доступ к клиентам; возможность сокращения расходов; удобство для потребителей; широкий ассортимент товаров и услуг; возможность сравнения характеристик товаров (услуг) и цен на них и др.

Среди основных предпринимательских рисков можно выделить: быстрый рост конкуренции, насыщенности рынка и снижения темпов прироста объемов предложения; увеличение объемов инвестиций в технологические инновации (например, иммерсивные технологии, искусственный интеллект и пр.); возрастание утечек конфиденциальной информации и злоупотреблений со стороны мошенников; рост информационной асимметрии между спросом и предложением из-за недостатка физического контакта с потребителем [1].

На основе проведенного анализа действующих электронных сервисов населению предлагается подразделять их следующим образом:

- по назначению (интернет-магазины, сервисы доставки еды, интернет-сервисы для размещения объявлений, видеохостинги, образовательные сервисы и др.);
- по модели бизнеса (с оплатой за продукт или услугу; с подпиской или абонентской платой);
- географии распространения;
- по технологическому уровню.

Подводя итоги в исследовании особенностей коммерции на рынке электронных сервисов в системе взаимодействия В2С, следует отметить следующее. С развитием информационно-коммуникационных технологий этот вид торгового предпринимательства становится все более разносторонним, включая разнообразие бизнес-моделей, а также форм и методов организации продаж и торгового обслуживания. К определяющим будущее развитие коммерции на рынке электронных сервисов тенденциям можно отнести: активный переход к мобильной коммерции (покупки через мобильные устройства связи); все больший акцент на персонализацию торгового предложения (использование в продажах алгоритмов, ориентированных на рекомендации товаров и услуг на основе анализа опыта предыдущих покупок клиента); увеличение разнообразия предложений с учетом возрастающего спроса на виртуальное взаимодействие и онлайн-обучение [2].

Источники

1. *Долгих, Е. Ю.* Влияние показателей качества продуктов с иммерсивными технологиями на конкурентоспособность предприятий сферы услуг в области иммерсивного обучения и досуга / Е. Ю. Долгих, С. Ю. Кожевникова, Е. В. Чернорез // Экономика, предпринимательство и право. — 2022. — Т. 12, № 8. — С. 2343–2362.

2. Коммерция и товарный менеджмент в условиях цифровой трансформации общества и бизнеса : монография / О. В. Абрамчук [и др.] ; под ред. С. Ю. Кожевниковой, В. В. Ткача. — СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2019. — С. 6–31.