

В компании уже используется достаточный набор программ и инструментов для управления и оптимизации процессов, обеспечивающий относительно эффективное управление продажами. Однако для повышения эффективности и снижения операционных издержек возможно рассмотрение внедрения электронного документооборота (ЭДО) и синхронизации между TMS (системой управления транспортом) и CRM (системой управления взаимоотношениями с клиентами).

Внедрение ЭДО и синхронизация TMS и CRM позволят автоматизировать ключевые процессы, повысить эффективность работы компании и улучшить качество обслуживания клиентов.

Источник

1. *Заврагина, А. Н.* Ключевые показатели эффективности продаж / А. Н. Заврагина, А. В. Маевская ; науч. рук. А. И. Ярцев // Современный механизм функционирования торгового бизнеса и туристической индустрии: реальность и перспективы : материалы II Междунар. науч.-практ. конф., г. Минск, 1–2 марта 2018 г. / Белорус. гос. экон. ун-т ; редкол.: Г. А. Короленок (пред.) [и др.]. — Минск, 2018. — С. 202–203.

СНИЛ «Коммерсант»

Д. С. Белова

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — И. А. Давидовская

ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ НА ЭЛЕКТРОННУЮ КОММЕРЦИЮ

Социальные сети прочно вошли в жизнь каждого из нас, изменив способы общения, получения информации и, что особенно важно для бизнеса, — совершения покупок. В 2023 г. розничные продажи в сфере электронной коммерции достигли 5,62 трлн долл. США. А продажи через социальные сети составили примерно 18 % от общего объема онлайн-продаж (1,01 трлн долл. США). Благодаря тому что более 33 % населения мира совершает покупки онлайн, объем электронной коммерции в настоящее время составляет 6 трлн долл. США, а к 2027 г. достигнет 8 трлн долл. США [1].

В последние годы такие платформы социальных сетей, как TikTok, Instagram и Facebook, становятся все более популярными для онлайн-покупок и изучения товаров. Это явление называется «социальная коммерция». По данным Accenture, в ближайшие несколько лет объемы покупок в социальной коммерции будут расти в три раза быстрее, чем в традиционной коммерции, и к 2025 г. достигнут 1,2 трлн долл. США. Этот рост будет обусловлен в первую очередь тем,

что на долю представителей поколения Z и миллениалов приходится большее количество покупок. На долю этих поколений к 2025 г. будет приходиться 62 % мировых расходов на социальную коммерцию [2]. На мобильные устройства приходится примерно 43 % активности в сфере электронной коммерции, действия на платформах социальных сетей на мобильных устройствах занимают примерно 80 % времени. Это привело к тому, что больше внимания уделяется удобному и приятному процессу совершения покупок на небольших экранах, а также функциям, позволяющим потребителям покупать товары, не переключаясь между приложениями, не покидая платформу.

Большинство платформ социальных сетей предоставляют возможность совершать покупки, однако две самые популярные для социальной коммерции — Instagram и TikTok. Instagram Shop и Instagram Checkout в настоящее время насчитывают более 130 млн пользователей в месяц, а в приложении зарегистрировано более 25 млн компаний. В 2024 г. доход Instagram от социальной коммерции превысил 37 млрд долл. США [3].

Несмотря на то что пользовательская база TikTok в значительной степени состоит из представителей поколения Z, популярность приложения растет среди миллениалов, и именно на эти два поколения приходится большая часть расходов на социальную коммерцию. По оценкам, в 2024 г. TikTok принесет более 20 млрд долл. США дохода от социальной коммерции [3].

Если учесть, что среднестатистический пользователь уже проводит около 2,5 часа в день в социальных сетях, то предоставление им удобства просмотра рекомендаций или совершения покупок прямо там, где они находятся, имеет большое значение. С учетом прогнозов аналитиков ожидается, что объемы продаж социальной коммерции с каждым годом будут увеличиваться.

Источники

1. Немного ошеломляющей статистики об электронной коммерции // News Central Asia. — URL: <https://www.newscentralasia.net/2024/10/11/nemnogo-oshelomlyayushchey-statistiki-ob-elektronnoy-kommer-tsiu/> (дата обращения: 20.11.2024).
2. Accenture: к 2025 году объемы покупок в соцсетях достигнут 1,2 трлн долларов // Cossa.ru. — URL: <https://www.cossa.ru/news/299175/> (дата обращения: 20.11.2024).
3. Social media — statistics & facts // Statista. — URL: <https://www.statista.com/topics/1164/social-networks/> (date of access: 20.11.2024).