УДК 004.4

ТЕХНОЛОГИИ ИНТЕРНЕТ-ПРОДАЖ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

Б.В. Жуков

Студент 4 года обучения

ЧОУ ВО ЮУ (ИУБиП)

e-mail:borya.zhukov2015@yandex.ru

Научный руководитель

Ю.В.Дашко

профессор кафедры «ИТ и прикладная информатика»

Аннотация:В статье рассмотрены основные технологии интернет-продаж в цифровой экономике на примере Uber и Aliexpress. Проведен сравнительный анализ сервисов.

Ключевые слова: цифровая экономика, Uber, Aliexpress.

TECHNOLOGIES OF INTERNET SALES IN THE DIGITAL ECONOMY

B.V. Zhukov

Scientific adviser

Dashko Y.V.

Abstract:The article describes the main technologies of Internet sales in the digital economy on the example of Uber and Aliexpress. The comparative analysis of services is carried out.

Keywords: digital economy, Uber, Aliexpress.

Цифровая экономика – это разновидность коммерческой деятельности, которая касается производства и продажи электронных товаров.

Простыми словами, цифровая экономика – это деятельность, связанная с электронной коммерцией, в которую входят: сервисы по предоставлению онлайн услуг, интернет-магазины, информационные сайты, зарабатывающие на рекламе и прочих видов деятельности.

Эта концепция широко применяется к компаниям, предлагающим электронные или цифровые продукты в интернете, включает покупку, обработку и доставку этих товаров и услуг, посредством загрузки или

предоставления доступа к услугам, которые размещены на удаленном сервере.

В последние годы концепция цифровой экономики начала выходить за рамки коммерческого аспекта покупки и продажи электронных продуктов в интернете. Сегодня эта идея также включает использование виртуальных процессов в рамках текущей деятельности крупных компаний и корпораций. Также данная концепция внедряется во внутреннюю работу правительств для эффективного выполнения транзакций, между предприятиями и ведомствами. По мере того, как технологии продолжают развиваться, цифровая экономика продолжит расширяться, поскольку спектр товаров и услуг, предлагаемых в электронном виде, постоянно растет.

Интернет-торговля – это один из наиболее динамично развивающихся технологичных рынков в мире. Быстрый рост рынка обусловлен в первую очередь, достаточно быстрым глобальным распространением широкополосного (фиксированного и мобильного) доступа к сети Интернет.

Рынок активно развивается и имеет значительный потенциал роста. Онлайн и мобильная торговля растут намного быстрее традиционной, и в ближайшей перспективе будут оставаться ключевыми драйверами ретейла.

Aliexpress. По данным АКИТ, самым посещаемым веб-сайтом в РФ является китайский маркет-плейс Aliexpress.

Aliexpress- глобальная торговая площадка, предоставляющая возможность покупателям из зарубежных стран приобретать товары производителей из Китая. Товары не продает. Сайт является площадкой, на которой взаимодействуют продавцы и потребители. Сервис нацелен на международную аудиторию.

Площадка принадлежит китайской компании AlibabaGroup, которая контролирует многие популярные интернет-ресурсы.

Россия является одним из ключевых рынков для Aliexpress. В начале 2017 года сайт являлся самым популярным интернет-магазином среди

российских пользователей всемирной сети. Так, в январе его аудитория, по данным TNS, составила 22.2 млн. человек.

Популярность Aliexpress привлекает производителей, для которых эта торговая площадка является идеальным вариантом расширения бизнеса. Ее посещают жители многих стран. Количество почитателей онлайн покупок растет в геометрической прогрессии. Продажи товаров сети обеспечивают им более эффективную рекламу, чем дорогостоящая кампания, включающая уличные носители, ТВ - ролики и др.

Интернет-шопинг для современного человека не в новинку. Он имеет множество преимуществ перед обычными магазинами и чаще всего предпочитают пользоваться покупками онлайн. Это объясняется тем, что происходит значительная экономия не только времени, но и средств.

Китай является одним из первых поставщиков множества товаров, разбросанных в разных ценовых категориях, при этом, качество, спустя долгие годы, остается на должном уровне. Удивительно низкие цены рождают спрос, поэтому, такой интернет-шопинг никогда не выйдет из моды.

Uber. Uber - это специализированный сервис по автомобильным перевозкам, позволяющим воспользоваться услугами частных водителей.

В свое время для достижения успеха от Uber требовалось создать прочный и быстрый сетевой эффект. Так же, как сами социальные площадки не имеют значения в отрыве от сети девайсов и их владельцев, пассажиры и водители Uber должны быть связаны, чтобы обеспечивать друг другу выгоды. Большое число водителей привлекает больше пассажиров, что позволяет заработать еще большему числу водителей.

В краткосрочной перспективе рост пассажиров и водителей обеспечил снижение цен, что привело к еще большему расширению сети.

Но для обеспечения взрывного роста Uber использует существующую «материнскую» платформу. У компании есть технологии и инфраструктура, водители и автомобили, пользователи и известный бренд.

Если новым стартапам придется выстраивать все с нуля, Uber может использовать существующие сети и технологии. У них есть массивные рычаги, потенциал роста, инновации и инвестиции для того, чтобы стать главным игроком рынка «по требованию» во множестве сфер. Это масштабное мероприятие, но Uber может пойти на такое.

У Uber также есть предельно простое приложение, которое позволяет вызвать машину одним нажатием (в один клик). Для них интерфейс в один клик является неотъемлемой частью пользовательского опыта и всех маркетинговых посланий, но при этом остается ключевым элементом продвижения. Мобильное программное обеспечение можно скачать непосредственно через стандартные сервисы смартфона на базе IPhone либо Android.

Причиной таких выдающихся результатов Uber стало множество хороших маркетинговых кампаний и довольно агрессивные методы завоевания рынков. Сервис часто занижал цены, давал существенные скидки, за определенное количество поездок начислял баллы, по итогам которых пассажир получал поездку бесплатно.

Рассмотрим сравнительный анализ сервисов.

Название	Преимущества	Недостатки
Aliexpress	удобный, простой сайт; огромный ассортимент; возможность общения напрямую с продавцом; защита покупателей.	множество одинаковых товаров, т.к. каждый продавец может выставить такой же товар, как и у другого продавца; некоторые товары могут продаваться только лотами по несколько штук или несколько десятков/сотен штук.
Uber	удобное мобильное приложение «в один клик»; авто, предоставляющее услуги такси в рамках сервиса, не оборудуются «шашками»;	В ходе оформления заказа нет возможности указать наличие багажа или детского кресла; невозможно при необходимости вызвать несколько машин одновременно; нельзя сделать заказ на

	их водители максимально профессиональны, обеспечивают уют и безопасность для пассажиров; оплата проводится онлайн через банковскую карту или по SMS, что обеспечивает полную прозрачность расчетов.	запланированное время; на машины не наносятся опознавательные знаки, что позволяло бы транспортным средствам передвигаться по выделенной полосе, в результате можно долгое время простоять в пробке, что приводит к увеличению стоимости.

Мы рассмотрели два сервиса интернет-продаж, провели краткий обзор, сделали сравнительный анализ, в ходе которого указали преимущества и недостатки каждого сервиса.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. [https://dcenter.hse.ru/]
2. [http://www.rosbj.ru/aliexpress]
3. [https://ru.wikipedia.org/wiki/AliExpress]
4. [https://www.gsconto.com/ru/wiki/show/aliexpress.com]
5. [http://vse-taxi.com]
6. [https://www.syl.ru/article/371520]