**УДК**

**ТРЕНДЫ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА И ПАНДЕМИИ**

Жилина Е.В., к.э.н., доцент кафедры экономики и предпринимательства Башкирского кооперативного института (филиала) АНОО ВО Центросоюза РФ «Российский университет кооперации»

город Уфа

email: Ekaterina-zhilina@inbox.ru

Ключевые слова

Аннотации

COVID-19 стал эпохой кризиса, который способствовал началу цифровой трансформации бизнеса в новых экономических реалиях и условиях. Предприятия стали осваивать новые направления и технологии. Приоритет отдается автоматизации процессов складирования, покупок и обслуживания с целью снижения издержек и минимизации контактов между покупателями и продавцами.

Распространение COVID-19 пришлось на активную фазу цифровизации бизнес-процессов в разных странах мира и невольно ускорило реализацию накопленного потенциала использования ИКТ-технологий во многих секторах экономики. Интенсивно ИКТ-технологии стали использоваться в сферах здравоохранения, образования, госуправления, финансах, торговли и др., активно пересматриваются подходы к развитию телекоммуникационной инфраструктуры, защите персональных данных и другим связанным вопросам.

По результатам [исследования](https://www.advantshop.net/blog/common/analitika-po-onlain-prodazham-v-period-karantina) AdvantShop в апреле 2020 года число новых открытых интернет-магазинов стало в 2 раза больше, чем за январь-март, и в 1,5 раза больше, чем в апреле прошлого года.

Покупки в интернете становятся всё более обычным делом: доля россиян, заказывающих товары онлайн превысила 40%. Об этом говорит очередное исследование Яндекс.Маркета и агентства GfK Rus.

По сравнению с прошлым годом доля россиян в возрасте от 16 до 55 лет, делающих покупки в интернете, выросла на десятую часть.

По прогнозам Data Insight рынок электронной коммерции в России будет стремительно наращивать обороты в ближайшие 4 года. Основные факторы роста — растущее количество онлайн-покупателей и повышенный спрос на товары первой необходимости в интернете.

Факторы, которые повлияют на рост онлайн-продаж в 2020-2024 годах:

- популяризация удалённой работы;

- приток онлайн-покупателей. По данным аналитиков, за 3 месяца карантина в интернете появилось более 10 млн новых покупателей;

- рост продаж товаров из категории FMCG. Ниша продуктов питания серьёзно прибавила за последние полгода, также люди начали активно покупать лекарства через интернет.

- увеличение объёма инвестиций. Офлайн-предприниматели, которые не рассматривали переход в онлайн, поняли, что будущее в интернете. Они вкладывают деньги в рекламу и развитие цифровой инфраструктуры.

- снижение доли офлайн-продаж. Некоторые бизнесмены полностью переориентируются на интернет-продажи.

 Аналитики предполагают, что в ближайший год-два 5-7 млн.человек в стране перейдут на удаленную работу. Многие из них после этого постараются покинуть мегаполисы, а привычку потребления привычного ассортимента (в силу его отсутствия в пригородах и малых городах) будут реализовывать через и-магазины.

Согласно оценке CloudPayments, во время первой волны пандемии с 28 марта по 30 апреля онлайн-продажи продуктов питания и товаров первой необходимости в России выросли в 2,5 раза. В свою очередь, спрос на онлайн-образование повысился сразу на 99%.

По словам экспертов, положительное влияние на динамику интернет-продаж оказали действия Центробанка. Так, с 15 апреля по 30 сентября ЦБ ограничил комиссию за эквайринг (оплату товаров или услуг банковскими картами) уровнем 1% от стоимости продукции онлайн-продавцов. В результате затраты компаний на эту процедуру сократились примерно на 30%, отметил Артём Соколов.

 «Интернет-магазины смогли сократить расходы на расчётно-кассовое обслуживание, а также освободились от дополнительной отчётности — ранее кассы необходимо было регистрировать в каждом отдельном регионе. Компании смогли перераспределить сэкономленные средства на развитие логистической инфраструктуры, улучшение качества сервиса для покупателей и другие направления развития рынка интернет-торговли», — рассказал эксперт.

Пандемия коронавируса увеличит динамику роста российской интернет-торговли, утверждают аналитики Data Insight в отчете, с которым ознакомился РБК. С 2019 по 2024 год среднегодовой темп его роста составит 33,2%, за пять лет объем продаж товаров в онлайне вырастет с 1,7 трлн до 7,2 трлн руб. (с НДС). Без обусловленного пандемией режима самоизоляции органический рост с учетом инвестиций в интернет-торговлю крупнейших игроков был бы на 6,6 п.п. меньше и его объем в 2024 году составил бы только 5,6 трлн руб.

В 2011–2019 годы среднегодовой темп роста равнялся, по оценке Data Insight, 28%. За эти годы продажи товаров через интернет выросли с 235 млрд до 1,7 трлн руб.

Крупнейшей категорией на рынке онлайн-торговли стали одежда и обувь (30,2% от локального рынка), опередив цифровую и бытовую технику (29,5%). В денежном выражении на "одежду" за шесть месяцев 2020 года пришлось 417,9 млрд рублей. Ещё одно новшество: продукты питания впервые вошли в топ-3 покупок, составив 14,1% оборота локального рынка. При этом самый большой рост (277%) у товаров для творчества.

Влияние пандемии на рост онлайн-торговли в России составит не менее 6% в среднем в год до 2024 года. Совокупный дополнительный прирост за счет факторов пандемии за эти годы составит 4,4 трлн рублей из 23,3 трлн рублей общего объема рынка за эти годы.

В результате пандемии возникли факторы, действие которых будет ощущаться в течение многих лет. В 2024 объем онлайн-продаж, созданный факторами пандемии составит 1,6 трлн рублей.