

ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ ЯК СКЛADOVA ГЛОБАЛЬНОЇ ТОРГІВЛІ

Тягунова Наталія Михайлівна

*кандидат економічних наук, професор,
професор кафедри підприємництва, торгівлі,
логістики та готельно-ресторанної справи,*

Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут

Тягунова Злата Олександрівна

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри маркетингу та менеджменту,*

Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут

Ринок електронної комерції (е-комерції) визначається як важлива та швидкозростаюча складова світової торгівлі, що використовує інтернет-технології для здійснення торговельних операцій. Електронна комерція грає ключову роль у сучасній глобальній економіці, забезпечуючи компаніям можливість ефективного ведення бізнесу та споживачам – доступ до різноманітних товарів і послуг через Інтернет.

Ринок електронної комерції має наступні основні характеристики, які представлені в таблиці 1.

Таблиця 1

Основні характеристики ринку електронної комерції

Швидкий ріст	Ринок електронної комерції відзначається значним темпом зростання, що визначається зростанням доступності Інтернету, розвитком технологій та змінами в споживчому поведінці.
Глобальність	Е-комерція надає можливість підприємствам розширювати свої ринки за межі територіальних обмежень, взаємодіяти з клієнтами та партнерами з усього світу.
Доступність інформації	Завдяки е-комерції, інформація про товари та послуги стає легко доступною для споживачів, що полегшує процес прийняття рішень щодо покупок.
Різнорманітність пропозицій	Ринок електронної комерції розширює можливості для різноманітних бізнес-моделей, включаючи онлайн-магазини, аукціони, маркетплейси, цифрові товари та послуги.
Зростання мобільності	За рахунок зростання використання мобільних пристроїв, е-комерція швидко адаптується до мобільних платформ та додатків, забезпечуючи зручний доступ до продуктів і послуг через смартфони та планшети.
Зміни в способах платежів	Е-комерція сприяє розвитку нових та безготівкових методів оплати, таких як електронні гроші, криптовалюти, онлайн-платіжні системи.
Збільшення конкуренції	З великою кількістю онлайн-продавців і різноманітними пропозиціями споживачі мають можливість порівнювати ціни, якість і обслуговування, що сприяє збільшенню конкуренції.

Роль е-комерції в глобальній економіці є надзвичайно важливою, враховуючи її вплив на економічний ландшафт та організаційну структуру бізнес-процесів.

В першу чергу, е-комерція сприяє глобалізації торгівлі, забезпечуючи компаніям можливість розширювати свої ринки за межі територіальних обмежень. Це обумовлено тим, що через Інтернет підприємства можуть легко взаємодіяти з клієнтами, постачальниками та партнерами з усього світу, визначаючи нові географічні горизонти та створюючи додаткові можливості для розвитку.

Другий аспект полягає у впливі е-комерції на конкуренцію в глобальному масштабі. З великою кількістю онлайн-продавців та різноманітним пропозицій споживачі отримують можливість активно порівнювати ціни, якість та обслуговування. Це підштовхує підприємства до удосконалення своїх стратегій, інновацій та обслуговування, щоб привертати та утримувати клієнтів в умовах зростаючої конкуренції.

Третій аспект полягає у змінах у споживчих звичаях, викликаних е-комерцією. Забезпечуючи легкий доступ до інформації про товари та послуги, е-комерція значно спрощує процес прийняття рішень щодо покупок. Це розширює ринок для споживачів та підприємств, стимулюючи попит та створюючи нові можливості для бізнесу.

Варто підкреслити, що е-комерція вносить суттєвий внесок у технологічний розвиток та ефективність бізнес-процесів. Використання електронних платіжних систем, аналітики даних та автоматизація бізнес-процесів забезпечують підприємствам ефективні інструменти управління та оптимізації витрат.

Отже, у світовій економіці е-комерція виконує стратегічно важливу роль, впливаючи на глобальні торговельні відносини, конкурентоспроможність підприємств, споживчі звичаї та технологічний прогрес. Її вплив є суттєвим для подальшого економічного розвитку та формування нових парадигм бізнес-середовища.

Сучасна електронна комерція знаходиться під впливом численних технологічних і соціокультурних змін.

Виділимо декілька ключових трендів, які визначають електронну комерцію в сучасному бізнес-середовищі (рис. 1).

Розглянемо сутнісні характеристики окреслених трендів.

Мобільна торгівля (m-commerce). Компанії будуть активно вдосконалювати свої мобільні додатки та веб-версії, забезпечуючи зручніше, швидше та персоналізоване обслуговування. Це стосується мобільної оптимізації сайтів та додатків, оперативного здійснення платежів через мобільні пристрої, а також забезпечення можливості для споживачів робити покупки з будь-якого місця та в будь-який час.

Інтернет речей (IoT) в е-комерції: Підключені до Інтернету пристрої, такі як розумні домашні пристрої та носимі технології, надають нові можливості для персоналізованих пропозицій, збору даних та поліпшення користувацького досвіду [1].

Штучний інтелект (AI) та машинне навчання: Використання AI допоможе вдосконалити персоналізацію пропозицій, прогнозування попиту та аналізу даних, автоматизувати процеси обробки замовлень, клієнтського обслуговування та управління запасами. Надважливим стає акцент на персоналізований підхід, так як персоналізовані продукти привертають увагу, задовольняють індивідуальні потреби та вподобання клієнтів, а це підвищує їх лояльність і спонукає залишатися вірними брендам.

Соціальні мережі та інфлюенс-маркетинг. Соціальні мережі посилюють взаємодію з аудиторією, тому бренди продовжать їх активно використовувати. Щодо інфлюенс-маркетингу, або співпраці з впливовими особистостями: споживачі їм довіряють, тому їх рекомендації та реклама визначатимуть що саме вони купуватимуть [2].

Віртуальна та доповнена реальність (VR та AR): Використання VR та AR технологій для створення іммерсивних онлайн-досвідів для споживачів, наприклад, віртуальних примірок або віртуальних магазинів. Таким чином користувачі можуть взаємодіяти з продуктами перед покупкою – переглядати їх у форматі 3D-моделей, застосувати у віртуальному середовищі.

Екологічна е-комерція: Споживачі стають все більше свідомими екологічних питань, тому багато е-комерційних підприємств звертають увагу на зменшення вуглецевого сліду, використання екологічно чистих матеріалів та ефективне управління відходами.

Оmnіканальність: Інтеграція різних каналів продажу (онлайн, офлайн, мобільний) для створення єдиного та безперервного користувацького досвіду. Наразі omnіканальність є ключовим фактором для бізнесу, який прагне підвищити лояльність та зростання клієнтської бази, а також стати помітним на ринку. [2].

Підписка на товари та послуги: Розширення моделей підписки дозволяє підприємствам стабілізувати прибутковість та забезпечити постійний потік доходів.

Глобальна торгівля: Зростання міжнародних торговельних платформ та послуг сприяє розвитку глобального е-комерційного ринку, де підприємства можуть легко взаємодіяти з клієнтами та партнерами в усьому світі.

Автоматизація, чат-боти та голосовий пошук. Чат-боти надають можливість клієнтам отримати негайну підтримку та відповіді на запитання у форматі 24/7, що підвищує рівень обслуговування.

Голосовий пошук дозволяє клієнтам швидко та зручно знаходити необхідні товари без необхідності набирати текстові запити.

Мікросегментація цільової аудиторії. За допомогою мікросегментації цільової аудиторії можна створювати персоналізовані стратегії маркетингу та продажів, спрямовані безпосередньо на конкретні групи споживачів.

Роро: досліджуй онлайн, купи офлайн. Варто звернути увагу на об'єднання онлайн та офлайн середовищ: магазини будуть активно впроваджувати стратегії, які сприятимуть кращому зв'язку між своїми онлайн та офлайн присутностями, надаючи споживачам можливість досліджувати товари в Інтернеті, а потім купувати їх у магазині.

Мобільна торгівля (m-commerce) та застосування AR-технологій	Ключові тренди сучасної електронної комерції	Екологічна е-комерція
Інтернет речей (IoT) в е-комерції		Оmnіканальність
Штучний інтелект (AI) та машинне навчання		Підписка на товари та послуги
Віртуальна та доповнена реальність (VR та AR)		Глобальна торгівля
Соціальні мережі та інфлюенс-маркетинг		Автоматизація, чат-боти та голосовий пошук
Мікросегментація цільової аудиторії		Роро: досліджуй онлайн, купи офлайн

Рис. 1. Ключові тренди сучасної електронної комерції

Ці тренди відображають постійні зміни в електронній комерції, які відбуваються під впливом технологічних інновацій, змін у споживчому підході та стратегічних адаптацій бізнес-моделей. Слід зазначити, що подальший розвиток електронної комерції вимагатиме не лише уваги до продукту, але й уміння пристосовуватися до змін у цифровому середовищі. Інтеграція новітніх технологій, зосередження на вдосконаленні клієнтського досвіду та відповідальному ставленні стануть ключовими пунктами у розвитку електронної комерції.

Список використаних джерел:

1. Розвиток електронної комерції уповільнився у 2024 році. URL: <https://logist.fm/news/rozvitok-elektronnoyi-komerciyi-upovilnivsya-u-2024-roci>
2. Ринок електронної комерції: як технології та тренди змінять правила гри для бізнесу у 2024 році? URL: <https://www.fishdigital.agency/blog-rinok-elektronnoyi-komerciyi>