

Щитов Д. М.

*докторант кафедри підприємництва та економіки підприємств,
Університет митної справи та фінансів
м. Дніпро, Україна*

Мормуль М. Ф.

*доцент кафедри комп'ютерних наук
та інженерії програмного забезпечення,
Університет митної справи та фінансів
м. Дніпро, Україна*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-431-6-32>

НЮАНСИ ТА «ПІДВОДНІ КАМЕНІ» ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ

Електронна торгівля стає важливим компонентом сучасної економіки, пропонуючи нові можливості для бізнесу та споживачів. Однак разом із зростанням популярності цієї сфери виникають численні виклики та проблеми, які потребують ретельного аналізу.

Попри численні переваги, такі як зручність, доступність і широкий асортимент товарів, електронна торгівля стикається з суттєвими недоліками. Споживачі часто стикаються з труднощами, пов'язаними з відсутністю фізичного контакту з товарами, ризиками, пов'язаними з доставкою, а також проблемами безпеки даних. У свою чергу, підприємства, які займаються електронною торгівлею, повинні адаптуватися до швидко змінюваного технологічного середовища, керувати репутацією в онлайн-просторі та дотримуватись різноманітних правових норм у різних країнах.

Брак чітких стратегій для управління цими викликами може призвести до втрат не тільки фінансових ресурсів, але й довіри споживачів, що в свою чергу вплине на конкурентоспроможність компаній. Непрозорість у питаннях повернення товарів, проблеми з кібербезпекою та ускладненість адаптації до нових технологій створюють серйозні «підводні камені», які можуть стати на заваді успішному функціонуванню бізнесу в електронній торгівлі.

Отже, існує потреба в комплексному дослідженні, яке б проаналізувало переваги та недоліки електронної торгівлі, виявило її ключові нюанси та «підводні камені», а також розробило рекомендації

для ефективного управління ризиками та максимізації вигод для усіх учасників ринку. Цей аналіз стане основою для формулювання стратегій, які можуть забезпечити сталий розвиток та конкуренто-спроможність в умовах сучасної економіки.

Ключові переваги та недоліки електронної торгівлі згруповані у табл. 1.

Таблиця 1

Ключові переваги та недоліки електронної торгівлі

Переваги	Коментар	Недоліки	Коментар
Доступність	Можливість здійснення покупок 24/7 з будь-якої точки світу.	Відсутність фізичного контакту	Споживач не може оглянути товар перед покупкою, що може призвести до невідповідності очікувань.
Ширший асортимент	Споживачі мають доступ до широкого вибору товарів і послуг, які не завжди доступні в офлайн-магазинах.	Проблеми з доставкою	Затримки, пошкодження товару або втрати під час транспортування можуть суттєво вплинути на прибутки підприємства.
Цінова конкуренто-спроможність	Інтернет-магазини часто пропонують нижчі ціни завдяки зниженню витрат на оренду і персонал.	Безпека даних	Ризики, пов'язані з кіберзлочинністю та витоком особистих даних, можуть завдати значних збитків.
Зручність	Процес покупки можна здійснити без черг і стресу, що особливо ціниться у великих містах.	Складнощі з поверненням	Процес повернення товарів може бути більш ускладненим, ніж у звичайному магазині.
Персоналізація	Використання алгоритмів для рекомендацій на основі попередніх покупок і вподобань споживачів.	Конкуренція	Зростаюча кількість онлайн-магазинів ускладнює вихід на ринок новим гравцям.

Джерело: сформовано на основі [1–4]

Крім наявних недоліків та викликів, в е-комерції є свої нюанси та «підводні камені».

По-перше, у правовій сфері. Нормативно-правова база електронної торгівлі може відрізнятися в різних країнах, що ускладнює міжнародну торгівлю.

По-друге, у фінансовій сфері. Потрібно ретельно планувати витрати на рекламу, логістику та обслуговування клієнтів, щоб уникнути збитків. Тобто, оптимізувати витрати.

По-третє, у технологічній сфері. Технічні збої можуть суттєво вплинути на бізнес, тому важливо мати резервні рішення на цей випадок. Залежність від технологій підвищує ризики е-комерції. До того ж, сфери, пов'язані з високими технологіями, швидко змінюються, і компанії повинні бути готові до постійної адаптації до нових трендів.

По-четверте, в управлінні репутацією. Відгуки клієнтів в Інтернеті можуть швидко змінити імідж компанії як у позитивну, так і в негативну сторону, тому вони вимагають уважного моніторингу та уваженої реакції.

Електронна торгівля стала невід'ємною частиною сучасної економіки і має значний потенціал для розвитку, проте, незважаючи на її численні переваги, вона також несе в собі певні нюанси та ризики. Аналіз виявив кілька ключових аспектів, які потребують уваги як підприємців, так і споживачів.

1. **Конкуренція та диференціація:** в умовах насиченості ринку, успіх в електронній торгівлі значною мірою залежить від здатності компаній виділитися через унікальну пропозицію, якісний сервіс і персоналізацію досвіду покупця.

2. **Безпека даних:** зростаюча кількість онлайн-транзакцій супроводжується ризиками, пов'язаними з безпекою даних. Компаніям необхідно інвестувати в системи захисту, щоб забезпечити довіру клієнтів і відповідність законодавству.

3. **Логістика і доставка:** ефективна організація логістичних процесів є критично важливою для задоволення споживчих очікувань. Затримки у доставці або проблеми з поверненням товарів можуть суттєво вплинути на репутацію бренду.

4. **Правові аспекти:** підприємці повинні враховувати правові вимоги до електронної торгівлі, включаючи захист прав споживачів і регуляції, що стосуються міжнародних продажів.

Технологічні інновації: використання новітніх технологій, таких як штучний інтелект, аналітика даних і автоматизація, відкриває нові

можливості для оптимізації бізнес-процесів і покращення взаємодії зі споживачами. Постійна адаптація до нових технологічних трендів є критично важливою для залишення підприємства конкурентоспроможним.

У підсумку, електронна торгівля пропонує значні можливості для бізнесу, проте важливо усвідомлювати й управляти ризиками, що з нею пов'язані. Ретельне планування та адаптація до змінюваного середовища можуть допомогти підприємствам досягти успіху в цій динамічній галузі.

Дослідження, яке базується на вищезгаданих питаннях, дозволить отримати глибше розуміння специфіки електронної торгівлі та розробити рекомендації для підприємств, що прагнуть успішно конкурувати на цьому динамічному ринку. Результати можуть бути корисними як для новачків у сфері електронної торгівлі, так і для досвідчених гравців, які шукають шляхи покращення своїх бізнес-процесів.

Література:

1. Тягунова Н.М., Гудзенко М.Ю. Інтернет-торгівля: сутність та особливості. *Вісник Полтавської державної аграрної академії*. 2013. № 3. С. 160–162.
2. Щитов Д.М., Жадько К.С., Мормуль М.Ф. Тенденції розвитку ринку електронної комерції у світі та в Україні. *Наукові перспективи: журнал*. 2024. № 7(49). С. 942–954. DOI: [https://doi.org/10.52058/2708-7530-2024-7\(49\)](https://doi.org/10.52058/2708-7530-2024-7(49))
3. Маловичко С.В. Аналіз сучасних тенденцій та динаміки розвитку електронної торгівлі на підприємствах України. *Проблеми економіки*. 2015. № 2. С. 71–77. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pekon_2015_2_11
4. Сторожук О. Ринок електронної комерції 2022: тренди, інструменти та потреби онлайн-покупців. URL: <https://blog.liga.net/user/astorozhuk/article/42890>