

# СВІТОВІ ТРЕНДИ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ

Вінницький національний технічний університет

## *Анотація*

*В останні роки електронна комерція стала невід'ємною частиною глобальної системи роздрібної торгівлі. В статті проведено дослідження світових трендів електронної комерції.*

**Ключові слова:** електронна комерція, електронна торгівля, мобільна комерція, персоналізація, багатоканальність.

## GLOBAL TRENDS IN E-COMMERCE

### *Abstract*

*In recent years, e-commerce has become an integral part of the global retail system. In this article, a study of global trends in electronic commerce is conducted.*

**Keywords:** e-commerce, mobile commerce, personalization, multi-channel.

### Вступ

У останні роки електронна комерція динамічно розвивається по всьому світу. За даними дослідницької компанії Statista, у 2023 році обсяг світового ринку електронної комерції досягнув 5,4 трильйони доларів США, а річний темп зростання доходу складе 11,17%, що призведе до прогнозованого обсягу ринку в 8 трильйона доларів США до 2027 року [1].

Зважаючи на постійні зміни в електронній комерції, суб'єктам підприємництва для утримання ринкових позицій вкрай важливо розуміти останні тенденції, що формують галузь.

### Результати дослідження

Електронна комерція чинить суттєвий вплив на всі види економічної діяльності. При застосуванні Інтернет відбувається економія витрат за рахунок скорочення обсягів посередницьких операцій і реклами. Електронна комерція також сприяє формуванню нових підприємств, електронних ринків, віртуальних торгових мереж, зростає кількість працівників, які працюють дистанційно на цих електронних сегментах економіки. Тому не дивно, що зі зростанням ринку електронної торгівлі кількість онлайн-продавців і малих e-commerce підприємств стрімко зростає. Багато компаній демонструють позитивне зростання, але немає гарантії, що кожен онлайн-бізнес досягне успіху. Очікування клієнтів постійно змінюються, з'являються нові виклики, також завжди присутня конкуренція.

Але власники e-commerce бізнесу, які знають, чого очікувати у майбутньому, можуть досягти успіху. Знаючи, які тенденції наближаються, можна підготувати свій бізнес до того, щоб скористатися майбутніми можливостями та зменшити шкоду від потенційних ризиків.

На даний момент можна виділити такі основні тренди електронної комерції в світі.

#### 1. Розвиток мобільної комерції.

Частка мобільних пристроїв, які використовуються для здійснення електронної комерції, буде надалі зростати. Тому для забезпечення збільшення трафіку, підвищення відвідуваності сайтів та конверсії, продавцям слід заохочувати користувачів до використання мобільних пристроїв. Перш за все, важливо вдосконалити структуру веб-сайту та систему пошуку, щоб зменшити кількість невідповідного контенту і забезпечити зручний пошук для користувачів. В сучасних умовах брендам варто використовувати аналіз поведінки, щоб з'ясувати, чи користується поточний контент популярністю серед клієнтів і чи він є цінним і переконливим для досягнення конверсії. Важливо надавати оптимальну кількість інформації, щоб забезпечити достатню видимість на сторінці з мобільних пристроїв [3]. Це можна досягти шляхом ідентифікації ключових елементів контенту, які користуються популярністю серед клієнтів, і збільшення видимості цих елементів. Мобільні додатки

залишаються актуальними як альтернативний канал продажів для зміцнення бренду, полегшення процесу покупок і розширення можливостей створення програм лояльності.

## 2. Поширення бізнес-моделі Online to Offline.

Суть бізнес-моделі "Online to Offline" полягає в поєднанні, а не конкуренції між різними формами торгівлі з метою диверсифікації каналів збуту та отримання додаткових переваг. Ця концепція ґрунтується на інтеграції онлайн та офлайн компонентів роздрібно́ї торгівлі, включаючи продукти, послуги, логістику, інформацію, маркетинг та управління.

Ця бізнес-модель підходить як для великих гравців у роздрібно́ї торгівлі, так і для дрібних продавців. Прикладом такої моделі є Hema Supermarket, який належить Alibaba і пропонує свіжі продукти, імпортовані товари та послуги харчування. Перед здійсненням покупок у цьому супермаркеті клієнтам рекомендується завантажити мобільний додаток, який дозволяє здійснювати покупки онлайн. Багато світових брендів одягу та взуття, такі як Gucci, ZARA, H&M, Nike тощо, активно розвивають як офлайн, так і онлайн магазини.

Поєднання цих форматів породжує концепцію "нового роздрібу", яка передбачає повний акцент на клієнта та його потреби. До переваг цієї бізнес-моделі варто віднести наявність єдиної ІТ-платформи для зберігання, обробки та передачі даних про клієнтів, запаси, замовлення та оплати, а також збір та обробка клієнтської аналітики в режимі реального часу для персоналізованого обслуговування клієнтів на основі даних, зібраних у всіх каналах. Крім того, ця модель дозволяє оцінювати співробітників за КРІ незалежно від каналу, з якого приходять клієнти, та надає розширені можливості замовлення, отримання та оплати товарів у будь-якому місці та часі, а також забезпечує прозорість і доступність інформації про товари та замовлення для клієнтів у режимі онлайн. Стратегічні пріоритети в цьому напрямку включають в себе забезпечення зрозумілого, зручного та швидкого процесу покупок як онлайн, так і офлайн, інвестування в мобільні технології, навчання співробітників магазину цифровим маркетинговим технологіям, розробку альтернативних способів оплати, самообслуговування та гейміфікації.

## 3. Розвиток електронних платіжних систем.

Процес цифровізації економіки призвів до перетворення традиційних банків і переміщення частини платіжних сервісів у мобільні додатки. Очікується стрімкий розвиток і рост таких сфер у системах платежів в Україні і всьому світі, як "відкритий банкінг," "необанкінг," і "цифрові сервіси". Онлайн-платежі з використанням традиційних платіжних карт Mastercard і Visa витісняються сучасними цифровими системами платежів і мобільними гаманцями.

Вражаючим прикладом безготівкового суспільства є Китай, де цифрові платіжні системи та мобільні гаманці є одними з найбільш складних і інтегрованих систем у світі. Платіжні системи, такі як WeChat Pay і Alipay, складають 94% частки ринку в Китаї. Оплата через мобільні телефони стала нормою серед багатьох споживачів в Китаї, з березня 2020 року понад 776 мільйонів людей використовують мобільні платежі.

Платежі через Alipay і WeChat Pay є найпопулярнішими онлайн-платежами в Китаї і стали невід'ємною частиною платформи Alibaba. Alipay і WeChat Pay мають високий рівень інтеграції з соціальними мережами і є зручними для оплати як в онлайн, так і в традиційній торговельній мережі. Alibaba активно розширює глобальну присутність системи Alipay, тому в майбутньому вона може змагатися зі світовим лідером в галузі електронних платіжних систем - PayPal.

## 4. Забезпечення багатоканальності.

Стратегія багатоканальності в галузі електронної комерції означає одночасне розміщення товарів і послуг на різних каналах продажу. За результатами маркетингових досліджень покупці не тільки відвідують веб-сайт виробника (інтернет-магазин), але також слідкують за сторінками і профілями в соціальних мережах, порівнюють ціни на маркетплейсах. 73% покупців повідомляють, що вони користуються кількома каналами під час покупок. Тому важливим є одночасне використання соціальних мереж, служби підтримки клієнтів, співпраця з гігантами електронної комерції, такими як Amazon, eBay і інші, а також розвиток власних інтернет-магазинів з активним рекламуванням бізнесу у пошукових системах.

## 5. Персоналізація в digital-маркетингу.

Покупці завжди реагують краще на пропозиції, які створені спеціально для них. Саме тому використання персоналізованих листів, повідомлень або дзвінків від продавців сприяє підвищенню лояльності до бренду. Маючи доступ до такої особистої інформації, як день народження клієнта, його захоплення та вподобання, продавці можуть краще розуміти потреби та вимоги щодо вибору товарів

та послуг в Інтернеті. За допомогою цих знань власники бізнесу можуть планувати майбутні зміни у дизайні та оновлення функціональних можливостей.

Таким чином, чим більше онлайн-роздрібна торгівля здатна адаптувати свою рекламу, пропозиції та маркетингові заходи для кожного окремого відвідувача, тим краще вони досягатимуть показників ефективності [3].

#### 6. Інновації в електронній комерції.

Для забезпечення конкурентоздатності в сфері електронної комерції, важливо активно впроваджувати інновації. Одним з ключових стратегічних напрямків інновацій є автоматизація управління замовленнями, закупівлями та запасами. Впровадження автоматизації в електронній комерції дозволить заощадити час і ресурси для подальшого розвитку бізнесу. Наприклад, використання програмного забезпечення, такого як InFlow, допоможе ефективно відстежувати замовлення та рух коштів, надаючи інформацію про важливі зміни вчасно.

Інноваційним трендом в електронній комерції є використання голосового пошуку на веб-сайтах інтернет-магазинів. Можливість відвідувачам використовувати голосові команди для пошуку і навігації сприяє поліпшенню швидкості та зручності користування сайтом.

Додатковими інноваційними рішеннями в електронній комерції є впровадження спеціальних CRM систем, використання аналітики на основі штучного інтелекту, впровадження віртуальних примірочних кабін, використання чат-ботів та цифрових інструментів управління, які оптимізують роботу інтернет-магазинів та зменшують витрати, сприяючи підвищенню ефективності електронної комерції.

#### 7. Соціальна комерція.

Такі платформи соціальних мереж, як Facebook, Instagram і Pinterest, швидко стають основними гравцями в електронній комерції. Інтеграція функцій покупок у ці платформи, як-от Instagram Checkout і Facebook Marketplace, дозволяє користувачам купувати продукти, не виходячи з платформи. Очікується, що ця бездоганна інтеграція сприятиме зростанню соціальної комерції у 2023 році та далі [2].

### Висновки

Електронна комерція – це сфера, що постійно зростає. Зі зростанням купівельної спроможності споживачів у всьому світі, поширенням соціальних мереж та постійним розвитком інфраструктури та технологій майбутнє електронної комерції у 2024 році та в наступні роки стане ще більш динамічним.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. eCommerce – Worldwide. URL: <https://www.statista.com/outlook/dmo/ecommerce/worldwide>.
2. The Future Of E-Commerce: Trends To Watch In 2023. URL: <https://www.forbes.com/sites/forbesmarketplace/2023/03/21/the-future-of-e-commerce-trends-to-watch-in-2023/?sh=1320ef87631e>
3. Біла С.О. Цифрові технології в бізнесі та управлінні: світовий досвід / С.О. Біла // Теоретичні та практичні аспекти розвитку Інтернет-економіки: міждисциплінарний навчальний посібник. За науковою ред. к.е.н., доц. Татомир І.Л., к.е.н., доц. Квасній Л.Г. – Дрогобич: ПОСВІТ, 2021. – С. 156-180.

**Шварц Ірина Володимирівна** — кандидат економічних наук, доцент Вінницького національного технічного університету, Вінниця, e-mail: shvarz@vntu.edu.ua

**Рибак Богдан Володимирович** — студент групи П-206, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: bogdanribak1111@gmail.com

**Shvarts Iryna Volodimiryvna** — Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: shvarz@vntu.edu.ua

**Rybak Bogdan V.** — student, Faculty of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, email : bogdanribak1111@gmail.com