

Сучасні аспекти та тенденції розвитку Інтернет-торгівлі

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розглянуто аспекти Інтернет-торгівлі на сучасному етапі розвитку. Досліджено стан та виявлено основні тренди розвитку Інтернет-торгівлі.

Ключові слова: *Інтернет-торгівля, бізнес, розвиток, електронна комерція, конкуренція.*

Abstract

The aspect of Internet trading has been viewed on the current stage of development. The main trend in the development of Internet trading has been revealed.

Keywords: *Internet trading, business, development, electronic commerce, competition.*

Розвиток ринкових відносин та вдосконалення інформаційних технологій спричинили появу багатьох нових видів бізнесу, одним з яких є Інтернет-торгівля - продаж товарів і послуг, безпосередньо призначених для кінцевого використання.

З кожним роком все більше товарів і послуг перерозподіляється на ринку завдяки Інтернет-торгівлі. Подібна тенденція спостерігається і в Україні, де розвиваються всі сегменти електронної комерції: корпоративні електронні торговельні площадки, роздрібні Інтернет-магазини, платіжні системи, соціальні мережі.

Особливого значення Інтернет-торгівля набула в умовах глобального карантину, який показав такі її основні переваги, як економія часу, мобільність, безконтактність, доступність, масштабованість.

В звіті PwC's Global Seller Index за 2020 року Україна продемонструвала значне зростання доходів від Інтернет-торгівлі за час пандемії. Україна зайняла шосту позицію в рейтингу, випередивши В'єтнам, Ізраїль, Індію і Японію, але поступившись Китаю, США, Гонконгу, Південної Кореї і Великобританії. Карантин і необхідність утримувати соціальну дистанцію змусили споживача змінити основний спосіб покупок я ця тенденція триває.

Сьогодні в Інтернеті продають майже все. Тут можна купити навіть ті товари, які раніше вважалися лише офлайн-товарами: продукти харчування, ювелірні прикраси, спортивні товари, автомобілі, м'які меблі, будівельні матеріали інше. До здійснення покупок стимулює також розвиток транспортних підприємств та служб доставки, які швидко, безпечно та надійно перевозять будь-яку покупку в потрібну точку будь якої країни. За статистикою, щорічно обсяг транспортних перевезень зростає на 30%.

За останні 10 років кількість інтернет-магазинів зросла приблизно в 60 разів, а оборот інтернет-торгівлі перевищив один трлн дол. США. Світові продажі через мережу Інтернет в 2021 р перевищать позначку в 4 трлн дол. США. Interactive Media in Retail Group прогнозує, що кількість інтернет-пользователей збільшиться з 3,2 млрд до 5,5 млрд. [1]

За даними дослідження підприємства Forrester Research, майже 70% користувачів мережі Інтернет будуть використовувати її для економії часу; 63% - знаходять краще співвідношення попиту і пропозиції в мережі Інтернет і 60% - знаходять комплексні електронні продукти тільки в інтернет-просторі [2].

В інтернет-торгівлі виразно простежується дві ключові тенденції:

1. Мобільність. Більше 60% користувачів відвідують сайти і замовляють товари використовуючи власний смартфон. Тому коректне відображення сайту на екранах різного формату є найактуальнішою вимогою, оскільки потенційні клієнти не будуть витратити час і почнуть одразу шукати необхідний товар або послугу у інших продавців.

2. Збільшення кількості онлайн-оплат. Банки та нові мобільні технології зробили процедуру оплати в інтернеті простішою та набагато безпечнішою. Тому використання еквайрингу є нагальною вимогою для бізнесу в Інтернеті.

Ці ключові тенденції стають набагато важливіші для бізнесу, ніж дизайн сайту та обсяг каталогу товарів. Споживачі прагнуть зручно купувати та оплачувати товари через платіжні системи. Саме це і потрібно їм надати бізнесу, щоб отримувати стабільний прибуток і потік замовлень.

Конкуренція спонукає підприємства використовувати і вдосконалювати існуючі технології, адже успішне існування суб'єктів господарювання в Інтернет-середовищі має стратегічне значення для формування їхньої конкурентоспроможності у майбутньому.

Останнім часом простежується активне впровадження інноваційних технологій в онлайн-продажах. Все частіше використовуються штучний інтелект і роботи. Створюються чат-боти та віртуальні помічники, які в листуванні з клієнтом заміняють консультанта. Якісно налаштований робот практично не відрізняється від живої людини та закриває до 90% потреб клієнтів у автоматичному режимі[3].

Використання нових технологій на максимумі та застосування інноваційних інструментів в Інтернет-торгівлі шлях до підвищення конкурентоздатності бізнесу в Інтернет-торгівлі. Відсутність діяльності будь-якого характеру у всесвітній мережі для підприємств нині розцінюється як недолік.

Подальший розвиток Інтернет-торгівлі є ключовим драйвером зростання всієї торгівлі та вітчизняної економіки в цілому.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Aad weening b2c global e-commerce overview 2015 // interactive media in retail group. Url: <http://www.imrg.org/e-commerce>.
2. Jitender m. (2015). Forrester research world online population forecast, 2012 to 2017 (global). Url :<http://www.forrester.com>.
3. Ринок Інтернет-торгівлі України: динаміка e-commerce та перспективи росту. – Електронний ресурс. – Режим доступу: <https://tech.liga.net/all/novosti/rynok-internet-torgovli-ukrainy-dinamika-e-commerce-i-perspektivy-rosta>.

Глушенко Лариса Дмитрівна — канд. екон. наук, доцент кафедри економіки підприємства і виробничого менеджменту, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: lglushenko@gmail.ru

Hlushchenko Larysa D. — Cand. Sc. (Econ.), Assistant professor of the Chair of Economics of Enterprise and Production Management.