

## **ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ**

Протягом останніх десятиліть розвиток світової економіки невід’ємно пов’язаний з поширенням інтернету та диджиталізацією господарських процесів. Одним з найбільш динамічних новітніх ринків, що розвиваються є ринок електронної торгівлі. Електронна торгівля перебуває на етапі стрімкого піднесення, має шанси зайняти суттєву частку підприємницьких угод та істотно впливає на суміжні сфери. Так, розвиток електронної торгівлі трансформує логістику, рекламний бізнес, частину сфери обслуговування та платіжні системи.

Як і в багатьох інших галузях, роздрібна торгівля зазнала суттєвих змін після появи інтернету, і завдяки триваючій цифровізації сучасного життя споживачі практично з усіх країн тепер отримують вигоду від онлайн-транзакцій. Оскільки доступ до інтернету і його поширення стрімко зростають у всьому світі, кількість покупців цифрових технологій у всьому світі продовжує зростати з кожним роком.

Користувачі інтернету можуть вибирати з різних онлайн-платформ для перегляду, порівняння та покупки необхідних їм товарів або послуг. Хоча деякі вебсайти спеціально націлені на клієнтів B2B (business-to-business), індивідуальним споживачам також надається величезна кількість цифрових можливостей. Станом на 2020 рік на онлайн-торговельні майданчики припадає найбільша частка онлайн-покупок у всьому світі. У світовому рейтингу інтернет-магазинів роздрібною торгівлі по відвідуваності лідирує Amazon. Гігант електронної торгівлі з Сіетла, що пропонує електронну роздрібну торгівлю, комп’ютерні послуги, побутову електроніку і цифровий контент, зареєстрував у червні 2020 року понад 5,2 мільярда унікальних відвідувачів.

Одна з найпомітніших тенденцій у світі електронної торгівлі – це безпрецедентне використання мобільних пристроїв. У 2019 на смартфони припадало понад 67 відсотків усіх відвідувань роздрібних вебсайтів в усьому світі. Оскільки впровадження мобільних пристроїв йде швидкими темпами, особливо в регіонах, де відсутня інша цифрова інфраструктура, мобільна інтеграція буде як і раніше визначати купівельний досвід в майбутньому. М-commerce (Mobile commerce – мобільна комерція) особливо популярна в країнах Азії, де генерується до 65 відсотків загального обсягу онлайн-транзакцій через мобільний трафік. Ринки електронної торгівлі, що розвиваються в

країнах, орієнтованих насамперед на мобільні пристрої, є важливою рушійною силою цієї тенденції.

Значні корективи у світові економічні процеси внесла пандемія COVID-19. Пандемія продовжує чинити значний вплив на електронну торгівлю і поведінку споживачів в Інтернеті по всьому світу. Оскільки на початку 2020 року мільйони людей залишилися вдома, щоб стримати поширення вірусу, цифрові канали стали найпопулярнішою альтернативою переповненим магазинам і особистим покупкам. У червні 2020 року світовий роздрібний трафік електронної торгівлі досяг рекордних 22 мільярдів відвідувань за місяць, причому виключно високий попит на повсякденні товари, такі як продукти харчування, одяг, а також роздрібні технічні товари. Те, як використання інтернету, купівельні звички і спільне майбутнє ринку електронної торгівлі буде виглядати в наступному періоді, багато в чому будуть залежати від поширення COVID-19. У міру того як все більше і більше міст і регіонів по всьому світу вживають заходів ізоляції, споживчі моделі змінюються, відображаючи нові потреби і способи пристосуватися до нової реальності.

Із метою дослідження ситуації в електронній торгівлі під час пандемії технологічна компанія, яка спеціалізується на захисті цифрових активів і брендів, що продаються в інтернеті, Red Points весною 2020 року провела опитування 150 лідерів цієї сфери. У результаті було отримано наступні дані: 58% респондентів відзначили збільшення онлайн-доходів в березні 2020 р. порівняно з минулим роком; 72% прагнуть просувати рекламні акції і стимули для захисту доходів в інтернеті; 41% вказали на зростання кіберзлочинності; 68% зазначили, що боротьба з кіберзлочинністю дуже важлива для їхнього бізнесу; 59% прагнуть інвестувати більше в канали електронної торгівлі в результаті COVID-19.

Отже, електронна торгівля є однією з найбільш динамічних висококонкурентних сфер бізнесу, яка змінюється як у плані технологій, так і щодо моделей ведення бізнесу. Щоб вести успішну діяльність у цій сфері необхідно враховувати всі фактори і тенденції її розвитку. Для цього суб'єкти електронної торгівлі повинні: вдосконалювати і розвивати логістику, покращувати швидкість і якість доставки; враховувати розвиток напряму «покупки по підписці»; відслідковувати появу нових мобільних додатків у сфері електронної торгівлі; впроваджувати персоналізований сервіс для певних груп споживачів; проводити ефективну рекламу. Особливу увагу, в процесі ведення електронної торгівлі, необхідно приділити захисту прав споживачів.