

## **ЕВОЛЮЦІЯ РИНКУ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ: ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПРОГНОЗИ**

З розвитком технологій та зростанням інтернет-комерції, сучасний ритейл зазнав значних трансформацій. У той час як традиційні офлайн-магазини продовжують відігравати важливу роль у продажах, онлайн платформи набирають все більшої популярності, пропонуючи споживачам зручність, широкий вибір товарів та послуг, а також можливість порівняння цін. Цей розвиток створив нові можливості, але також і виклики для бізнесів.

Актуальність дослідження проблем онлайн та офлайн продажів зумовлена необхідністю зрозуміти, як технологічні інновації, соціальні зміни та економічні фактори впливають на різні аспекти ритейлу. В умовах жорсткої конкуренції, компанії повинні ефективно використовувати переваги як онлайн, так і офлайн каналів, впроваджувати нові маркетингові стратегії та оптимізувати логістичні процеси, щоб задовольнити потреби сучасних споживачів.

Концепція електронного бізнесу зародилася в США в 1980-х роках, як результат розвитку ідеї глобальної інформаційної економіки. Ця ідея стала теоретичною основою для створення локальних і корпоративних інформаційних мереж через інтеграцію інформаційних технологій (ІТ) в компаніях.

На даному етапі можна виділити три складові цифрової економіки: е-комерція, інфраструктура електронного бізнесу; інфраструктура ІТ [1, с. 16].

Е-комерція є складовою частиною електронного бізнесу та одним із способів його здійснення. Електронна комерція (е-комерція) – це вид електронної комерційної діяльності, що використовує інформаційно-комунікаційні технології (ІКТ), тобто передбачає:

- відкриття веб-сайтів і віртуальних магазинів в Інтернеті;
- наявність автоматизованої системи управління;
- використання електронної реклами і маркетингу;
- використання певної моделі бізнес-взаємодії через електронні технології, а не через фізичний обмін чи контакт.

Станом на сьогодні можемо виділити такі тенденції розвитку е-комерції:

1. Зростання мобільної комерції. Однією з головних тенденцій останніх років є швидке зростання мобільної комерції (m-комерції). Зі збільшенням кількості користувачів смартфонів і покращенням мобільного інтернету, споживачі все частіше здійснюють покупки через мобільні пристрої. За даними Statista, у 2023 році близько 73% всіх покупок в інтернеті було здійснено з мобільних пристроїв [2].

2. Соціальна комерція. Соціальні мережі, такі як Facebook, Instagram і TikTok, активно використовуються як платформи для продажу товарів та послуг. Інтеграція функцій покупок у соціальні мережі дозволяє брендам ефективніше взаємодіяти зі своєю аудиторією та підвищувати рівень продажів. Соціальна комерція сприяє зростанню впливу інфлюенсерів та рекомендацій на поведінку споживачів.

3. Персоналізація та використання великих даних. Завдяки розвитку технологій аналізу великих даних (Big Data) та штучного інтелекту (AI), компанії можуть пропонувати персоналізовані рекомендації та підвищувати рівень задоволення клієнтів.

4. Омніканальний підхід. Сучасні компанії все частіше використовують омніканальний підхід, поєднуючи онлайн та офлайн канали для створення єдиного, безшовного досвіду покупок. Це включає інтеграцію фізичних магазинів, веб-сайтів, мобільних додатків та соціальних мереж. Омніканальний підхід допомагає підвищити лояльність клієнтів та збільшити обсяги продажів.

5. Розвиток логістики та доставки. Зростання е-комерції ставить перед компаніями нові виклики у сфері логістики та доставки. Споживачі очікують швидкої та безкоштовної доставки, що змушує компанії оптимізувати свої ланцюги постачання. Нові технології, такі як дрони та автономні транспортні засоби, можуть значно змінити ландшафт логістики в найближчому майбутньому.

Окрім того, серед основних перешкод перед розвитком ринку електронної комерції варто відзначити наступне:

- проблеми з безпекою та довірою споживачів, які можуть знижувати рівень довіри до онлайн-роздрібників через кіберзагрози, збільшення випадків інтернет-шахрайства та недостатню конфіденційність;
- низький рівень розвитку інфраструктури, а також її часткове пошкодження і руйнування через воєнні конфлікти;
- зменшення покупівельної спроможності споживачів;
- нестача фінансових ресурсів для підтримки стабільності функціонування підприємства;
- великі витрати на маркетинг у онлайн-середовищі;
- недостатньо розроблена політика щодо повернення товарів та захисту прав споживачів [3].

Провівши аналіз наявних тенденцій можемо зробити наступні прогнози розвитку е-комерції, які представлені на рис. 1.



Рис. 1. Прогнози розвитку е-комерції

Очікується, що частка мобільної комерції буде продовжувати зростати, зважаючи на збільшення кількості користувачів смартфонів та розвиток мобільних платіжних систем. Згідно з прогнозами, до 2025 року понад 80% всіх онлайн покупок будуть здійснюватися через мобільні пристрої.

Соціальні мережі будуть грати все більшу роль у процесі продажів, інтегруючи нові функції та інструменти для бізнесу. Це включає розширення можливостей для прямих продажів, використання штучного інтелекту для персоналізації реклами та покращення взаємодії з клієнтами.

Нові технології, такі як дрони, автономні транспортні засоби та роботизовані системи складування, будуть активно впроваджуватися для покращення логістичних процесів. Це дозволить знизити витрати на доставку та скоротити час доставки, що, у свою чергу, підвищить задоволення клієнтів.

Штучний інтелект буде відігравати все більш важливу роль у сфері електронної комерції. Це включає автоматизацію процесів обробки замовлень, управління запасами, аналіз поведінки споживачів та персоналізацію маркетингових кампаній. Використання AI допоможе компаніям підвищити ефективність та точність прийняття рішень.

З розвитком е-комерції зростає важливість забезпечення кібербезпеки та захисту персональних даних. Компанії будуть інвестувати у нові технології захисту даних, зокрема, у технології блокчейн, для забезпечення прозорості та безпеки транзакцій [4].

Електронна комерція продовжує розвиватися швидкими темпами, змінюючи традиційні підходи до торгівлі та взаємодії зі споживачами. Зростання мобільної та соціальної комерції, впровадження омніканальних стратегій, інновації у сфері логістики та доставки, а також використання штучного інтелекту і великих даних – все це формує майбутнє ринку електронної комерції. Успішне використання цих тенденцій дозволить компаніям підвищити свою конкурентоспроможність, задовольнити потреби сучасних споживачів та забезпечити стале зростання у швидкозмінному цифровому середовищі.

#### ***Список використаних джерел:***

1. Краус К. М., Краус Н. М., Манжура О. В. Електронна комерція та інтернет-торгівля: навчально-методичний посібник. Київ: Аграр Медіа Груп, 2021. С. 16.

2. 6 трендів глобального ринку e-commerce: що чекає бізнес у 2024 URL: <https://hub.kyivstar.ua/articles/6-trendiv-globalnogo-rinku-e-commerce-shho-chekaye-biznes-u-2024>

3. Кубліцька О. Ринок електронної комерції в Україні: сучасний стан та тенденції повоєнного відновлення . Проблеми і перспективи економіки та управління. 2023. Вип. 3 (35). С. 98–108.

4. Шаульська Л. В., Кобелева Т. О., Перерва П. Г. Дослідження інноваційних змін в розвитку електронного бізнесу. Енергозбереження. Енергетика. Енергоаудит. 2023. №11(189). С. 125–127.