

ЕЛЕКТРОННА ТОРГІВЛЯ: СУТНІСТЬ І ВИДИ E-COMMERCE: ESSENCE AND TYPES

Анотація. У тезах розкрито сутність та види електронної торгівлі як сучасної форми підприємницької діяльності, що формується під впливом цифрових трансформацій. Висвітлено характерні риси та особливості електронної комерції у порівнянні з традиційною торгівлею. Проаналізовано динаміку розвитку електронної торгівлі в Україні у 2022–2024 рр., окреслено ключові проблеми та напрями їх подолання.

Abstract. The theses reveal the essence and types of e-commerce as a modern form of entrepreneurial activity, which is formed under the influence of digital transformations. The characteristic features and peculiarities of e-commerce in comparison with traditional trade are highlighted. The dynamics of the development of e-commerce in Ukraine in 2022–2024 are analyzed, key problems and directions for overcoming them are outlined.

Ключові слова: електронна торгівля, електронна комерція, цифровізація бізнесу, інформаційна економіка, онлайн-продаж.

Key words: e-commerce, e-commerce, business digitalization, information economy, online sales.

Характерними рисами сучасного бізнесу є стрімкий розвиток інформаційних технологій, глобалізаційні процеси та цифрові трансформації. Під впливом цих змін і був сформований електронний бізнес, який охопив усі сфери життя людини. Зокрема, сприяв розвитку електронної торгівлі – виду підприємницької діяльності, здійснюваний електронним способом, у якому здійснення угод відбувається у вигляді телекомунікаційних мереж (обов'язково – з використанням Інтернету). [4] Така тенденція обумовлена можливістю швидко і з відносно невеликими витратами організувати збут продукції вітчизняних товаровиробників, забезпечуючи їм виживання та розвиток.

Згідно Закону України «Про електронну комерцію» «електронна торгівля – господарська діяльність у сфері електронної купівлі-продажу, реалізації товарів дистанційним способом покупцю шляхом вчинення електронних правочинів із використанням інформаційно-комунікаційних систем». [1] Традиційна торгівля передбачає продаж різних типів товарів через фізичні місця (магазини або їх мережі), збільшуючи свій прибуток зазвичай за рахунок реклами на телебаченні, радіо, журналах або рекламних щитах. Продаж за допомогою електронної комерції не передбачає фізичного місцезнаходження підприємства: вибір товару відбувається на сайті, оплата здійснюється через банківську карту або готівкою при доставці.

Характерними рисами електронної комерції порівняно з традиційною є такі [5]:

1. Збільшення конкурентоспроможності підприємств за рахунок зростання витрат на організацію бізнесу, рекламу та просування товарів (послуг), обслуговування покупців, підтримку комунікацій, а отже, зменшення витрат часу на взаємодію зі споживачами і діловими партнерами, розширення до- і післяпродажної підтримки;

2. Розширення та глобалізація ринків без географічних кордонів, часових обмежень, вихідних та швидкість доступу до інформації незалежно від відстані до її джерела;

3. Створення можливостей для малих і середніх підприємств успішно конкурувати на глобальному ринку, а для користувачів – одержувати максимально широкий доступ до товарів і послуг;

4. Персоналізація взаємодії, тобто можливість отримувати розгорнуту інформацію від кожного клієнта та автоматично надавати товари чи послуги за ринковими цінами з використанням інформаційних мереж;

5. Зміни в інфраструктурі за рахунок зменшення частки або повного виключення матеріальної інфраструктури, скорочення кількості персоналу та посередників;

6. Створення нових продуктів і послуг, надання довідкових послуг, послуг зі встановлення контактів між замовниками та постачальниками тощо.

До основних особливостей електронної торгівлі відносять [6]:

віртуальність – відсутність особистого контакту між фізичними особами-суб'єктами в процесі купівлі-продажу, тобто електронна роздрібна торгівля здійснюється в режимі online;

інтерактивність – адекватне інформаційне забезпечення покупця (споживача) його запиту у вигляді інтерфейсу, тобто німого діалогу;

глобальність – брак часових, просторових, адміністративних, соціально-демографічних, асортиментно-товарних меж;

динамічність – спроможність online торгівлі до моментальних змін і адаптації до нових умов;

ефективність – спроможність забезпечити прибуток, інші економічні вигоди, а також соціальний ефект.

В межах електронної торгівлі розподілення ринку відбувається через визначення типів бізнесу та бізнес-процесів проведення операцій з використанням методів електронної торгівлі. Ці види бізнесу можна умовно розділити за сферою діяльності, географічним охопленням, формою власності і стадіями життєвого циклу. [2]

У табл. 1 наведено динаміку розвитку електронної торгівлі в Україні.

Таблиця 1

Наявний рівень розвитку електронної торгівлі в Україні [6]

Показники	Рік		
	2022	2023	2024
Кількість підприємств, які здійснювали електронну торгівлю, одиниць	2346	2478	3033
Кількість підприємств, які здійснювали електронну торгівлю, у % до загальної кількості підприємств	6,1	6,9	8,7
Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг), отриманий від електронної торгівлі, тис. грн	465316898,7	547590249,3	657452719,8
Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) підприємств, отриманий від електронної торгівлі у % до загального обсягу реалізованої продукції (товарів, послуг) підприємств	5,9	5,7	5,8

Отже, згідно наведених даних у табл. 1 можна зробити висновок про поступове поширення електронної торгівлі в Україні протягом 2022–2024 рр. Так, кількість підприємств, що здійснювали електронну торгівлю, зросла на 29,3%. Частка таких підприємств у загальній кількості також збільшилася – з 6,1% до 8,7%, що вказує на розширення сфери електронної комерції та цифровізацію бізнесу. Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг), отриманий від електронної торгівлі, зріс із 46,5 млрд грн у 2022 році до 65,7 млрд грн у 2024 році, що демонструє позитивну динаміку розвитку ринку. Водночас частка електронної торгівлі у загальному обсязі реалізованої продукції

залишається відносно стабільною (5,9–5,8%), що свідчить про поступове, але ще недостатньо інтенсивне проникнення електронної торгівлі у загальну структуру продажів підприємств.

Перехід України до інформаційної економіки перетворює великі бізнес-процеси та окремі процеси в електронний формат. Проте, одночасно й породжує нові виклики та проблематичні моменти, вирішення яких буде стимулювати розвиток електронної торгівлі. До основних напрямів вирішення проблем електронної торгівлі можна віднести такі [3]:

- захищати персональні дані клієнтів, номери кредитних карток та попереджати кібератаки;
- інтегрувати всі можливі канали зв'язку (веб-сайт, телефон, електронна пошта, соціальні мережі, інтернет-магазин шляхом дослідження історії взаємодії) та створення єдиної омніканальної стратегії;
- використовувати стратегію диференціації, щоб вирізнитися від конкурентів, підвищити лояльність клієнтів та пізнаваність бренду;
- надавати додаткові переваги, щоб мати змогу конкурувати з дрібними інтернет-магазинами, які можуть продавати товари за більш низькою ціною;
- спрощувати процедури купівлі товару (оптимізація шляху від обрання товару до перерахування коштів за товар) з метою попередження відмови від здійснення покупки;
- здійснювати продуману процедуру повернення товарів та коштів, тим самим підвищуючи не тільки задоволеність клієнтів, а й продажі товарів через впевненість покупців щодо лояльної політики продавця;
- підвищувати конверсію шляхом поглиблення знань про ідеального клієнта, збільшення присутності інформації про бізнес в інтернеті, вибір продуманої маркетингової політики та відповідних інструментів просування.

Тому будь-якому бізнесу для успішного довготривалого функціонування в мережі необхідно враховувати тенденції розвитку електронної торгівлі, важливо прогнозувати проблеми, які виникають: забезпечення безпеки даних, одноманітність каналів зв'язку з потенційними клієнтами та низькі показники конверсія тощо.

Отже, можна зробити висновок, що електронна торгівля є однією з провідних форм ведення бізнесу у цифрову епоху, яка поєднує економічні, інформаційні та технологічні процеси в єдину систему. Онлайн-торгівля забезпечує бізнес-структури можливість розширення ринків. збуту, підвищення конкурентоспроможності та оптимізації бізнес-процесів. В свою чергу інтернет-торгівля дозволяє споживачам отримати доступ до широкого асортименту товарів, здійснювати покупки у зручний час та отримувати детальну інформацію про продукти. Також використання інструментів електронної комерції сприятиме подальшій цифровізації економіки та формуванню сталих бізнес-стратегій.

Література

1. Закон України «Про електронну комерцію» URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19#Text>.
2. Іпполітова І. Я. Перспективи розвитку електронної торгівлі в Україні в умовах цифровізації економіки. Економіка і суспільство. 2023. № 47. URL: <https://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/29957>
3. Іпполітова І. Я. Проблеми та перспективи розвитку електронної торгівлі. Підприємництво і торгівля: тенденції розвитку: матер. V міжнар. наук.-практ. конф., м. Одеса, 19-20 трав. 2022 р.: тези допов. Одеса: Держ. ун-т «Одеська політехніка». С. 83-85.
4. Іпполітова І. Я., Близно І. Д. Запровадження Інтернет-торгівлі товарами з метою підвищення конкурентоспроможності бізнесу. Стратегічні пріоритети розвитку підприємництва, торгівлі та біржової діяльності [Електронний ресурс] : матеріали IV Міжнар. наук.-практ. конф., 10-11 травня 2023 р. – Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2023. С. 223-225.
5. Козуб В. О., Козуб С. О. Особливості конкуренції між традиційною та електронною комерцією в умовах цифрової економіки. Конкурентоспроможність та інновації: проблеми науки та практики: матер. міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., м. Харків, 19 лист. 2021 р. : тези допов. – Харків: ФОП Лібуркіна Л. М., 2021. С. 351-355.
6. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: https://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2018/zv/ikt/arh_ikt_u.html