УДК: 339:004.738.5

Аліна Литвиненко
к.е.н., доцент кафедри міжнародних економічних відносин та безпеки бізнесу
ХНЕУ ім. С. Кузнеця, Харків, Україна
Alina.lytvynenko@hneu.net
Олена Лавроненко
здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти
освітньо-професійна програма «Міжнародний бізнес»
ХНЕУ ім С. Кузнеця, Харків, Україна
Lavronenko.Olena.v@hneu.net

РОЗВИТОК ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ ЗА СУЧАСНИХ УМОВ

DEVELOPMENT OF ELECTRONIC COMMERCE ON THE INTERNATIONAL MARKET UNDER CURRENT CONDITIONS

Анотація. Електронна комерція є важливим елементом сучасної економіки, яка зазнала швидкого розвитку завдяки глобалізації та діджиталізації. Пандемія COVID-19 прискорила її зростання, оскільки бізнеси були змушені перейти в онлайн-середовище. Визначено ключові фактори, що впливають на розвиток електронної торгівлі, такі як зростання доступу до Інтернету, інтеграція платіжних систем та впровадження новітніх технологій. Окрім можливостей, електронна комерція стикається з регуляторними та безпековими викликами, які потребують уваги для подальшого зростання.

Abstract. E-commerce is an important element of the modern economy, which has undergone rapid development due to globalization and digitalization. The COVID-19 pandemic accelerated its growth as businesses were forced to move online.The article identifies the key factors affecting the development of e-commerc, such as the growth of Internet access, the integration of payment systems and the introduction of the latest technologies. Beyond the opportunities, e-commerce faces regulatory and security challenges that need attention for continued growth.

Ключові слова: діджиталізація, електронна комерція, бізнес, онлайн-торгівля, міжнародний ринок, конкурентоспроможність.

Key words: digitalization, e-commerce, business, online trading, international market, competitiveness.

Наразі електронна комерція є одним з найбільш стрімко зростаючих секторів економіки. У сучасних умовах глобалізації та діджиталізації електронна комерція суттєво вплинула на той спосіб, яким підприємства ведуть свою комерційну діяльність, вона стала невід'ємною частиною міжнародної торгівлі. Поштовхом до такого швидкого розвитку стала пандемія COVID-19, коли карантинні обмеження та закриття фізичних магазинів змусили бізнеси швидко адаптуватися до нових умов. У цих умовах онлайн-торгівля стала необхідністю для багатьох компаній та споживачів. Найбільшої популярності набув сегмент товарів першої необхідності, таких як продукти харчування, ліки, побутова техніка та засоби гігієни [1].

Багато компаній, особливо в малому та середньому бізнесі, які раніше відкладали розвиток онлайн-продажів, були змушені швидко адаптуватися до нових змін та впроваджувати цифрові платформи. Це стосувалося як відкриття Інтернет-магазинів, так і освоєння нових інструментів для цифрового маркетингу та управління логістикою. Бізнеси, які не змогли швидко адаптуватися, ризикували втратити конкурентоспроможність. Одночасно з цим покупці стали більше довіряти онлайн-замовленням, і, навіть після закінчення обмежень, багато з них продовжують здійснювати покупки через Інтернет завдяки його зручності [2]. На рис. 1 можна побачити глобальний дохід від електронної комерції за 2019-2023 роки.

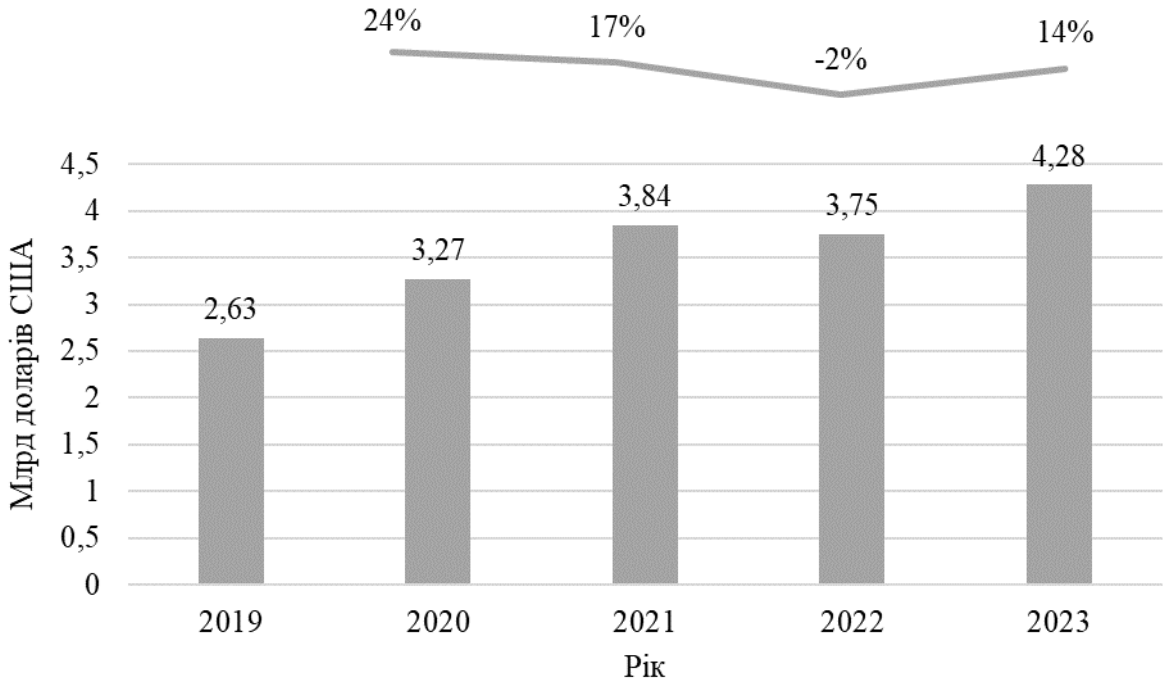

Рис. 1. Глобальний дохід від електронної комерції за 2019-2023 рр..

Хоча онлайн-продаж впав у 2022 році на 2 % порівняно з 2021 роком, споживачі вже звикли до зручності онлайн-покупок, як показано в позитивній лінії тренду зростання на рис. 1. У 2023 році дохід від електронної комерції зріс до 4,28 млрд доларів США (на 14 % порівняно з 2022 роком). За даними International Trade Administration прогнозується, що це зростання продовжиться і стабільно триватиме до 2025 року [3].

Глобалізація, разом із цифровізацією, стала ключовим рушієм розвитку електронної комерції. Інтернет трансформував спосіб взаємодії між компаніями та споживачами, надавши можливість бізнесам незалежно від їхнього географічного положення торгувати на міжнародних ринках. Міжнародні маркетплейси, такі як Amazon, Alibaba та eBay, стали платформами для малих і середніх підприємств для виходу на міжнародний ринок без потреби у значних інвестицій у традиційні канали збуту [1].

Ключовими факторами цього розвитку стали:

1) зростання доступності Інтернету. Масове поширення високошвидкісного Інтернету дозволяє користувачам отримати доступ до онлайн-магазинів;

2) маркетплейси. Вони спрощують процеси купівлі та продажу товарів, забезпечують безпеку транзакцій, полегшують пошук і вибір товарів;

3) інтеграція електронних платіжних систем, це значно спростило здійснення покупок та підвищило довіру споживачів до електронної комерції;

Крім того, глобалізація призвела до зростання конкуренції, яка стимулює компанії більше інвестувати в інновації та вдосконалювати свої сервіси.

Інтеграція новітніх технологій трансформує сучасну електронну комерцію. До ключових технологічних тенденцій у онлайн-торгівлі відносяться використання штучного інтелекту для персоналізації покупок, впровадження блокчейн-технологій для забезпечення безпеки транзакцій та автоматизація логістичних процесів за допомогою роботизованих систем та дронів [4].

Також соціальні мережі (TikTok, Instagram, Facebook та ін.) відіграють важливу роль у стимулюванні продажів, оскільки вони сприяють створенню прямих каналів комунікації між брендами та споживачами. Зростання мобільного сегменту також змінює моделі споживання, дозволяючи здійснювати покупки будь-де і будь-коли. Багато компаній, що займаються електронною комерцією, крім сайту мають свій додаток для мобільних пристроїв, що

полегшує процес замовлення товарів. Багатоканальний продаж надає можливість більш ефективного зв’язку з клієнтами та дозволяє підвищити впізнаваність бренду [4].

Варто зазначити, що міжнародна електронна комерція стикається з низкою правових та регуляторних бар'єрів. Основними проблемами є різниця в податковому законодавстві, митні обмеження та питання захисту персональних даних. Забезпечення кібербезпеки залишається одним із найважливіших питань для бізнесу та споживачів [5].

Таким чином, електронна комерція стала невід'ємною частиною сучасної економіки і її розвиток значною мірою зумовлений глобалізацією та діджиталізацією. Сучасні умови розвитку електронної комерції, включаючи технологічні інновації та глобальні виклики, створюють широкі можливості для бізнесу на міжнародній арені. Однак для успішного розвитку необхідно враховувати регуляторні та безпекові аспекти, а також продовжувати інвестувати в передові технології, аби залишатися конкурентоспроможними в умовах глобальної конкуренції на міжнародному ринку.

Література

1. Заяць, О., Капко, Я. Сучасні тенденції розвитку електронної комерції. Економіка та суспільство, 2023. – 55. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-55-65
2. Зубенко І. Р., Лихошерстова Ю. О. Вплив пандемії коронавірусу на ринок електронної комерції в Україні та світі. Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка». – 2022. – № 27(55). – С. 36-40
3. Офіціальний сайт International trade administration. URL: https://www.trade.gov/post-pandemic-ecommerce (Дата звернення: 17.10.2024)
4. Олефіренко В. В. Розвиток електронної комерції в міжнародному бізнесі / Олефіренко В. В., Іщенко А. В. // Вчені записки : зб. наук. пр. / М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана». – Київ : КНЕУ, 2021. – Вип. 22. – С. 48-58
5. Романюк, П. (2023). основні проблеми електронної комерції в умовах цифрової трансформації бізнесу. Цифрова економіка та економічна безпека, (4 (04), С. 32-37. DOI: https://doi.org/10.32782/dees.4-6
6. Литвиненко А. О. Міжнародна торгівля в умовах цифровізації глобальної економіки // А. О. Литвиненко, О. Д. Литвиненко // Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: «Економічні науки». – 2022. – №9. https://doi.org/10.25313/2520-2294-2022-9-8256; URL: https://www.inter-nauka.com/uploads/public/16631834211876.pdf (Дата звернення: 18.10.2024)

УДК: 621.395.721.5:[339.13:004.738.5

Марина Котова

к.е.н., доцент, доцент кафедри торговельного підприємництва та логістики,
Державний торговельно-економічний університет,Україна
m.kotova@knute.edu.ua

Марія Симчук

здобувач першого рівня вищої освіти
освітня програма «Маркетинг»,
Державний торговельно-економічний університет,Україна
mariasymchuk11@gmail.com

МОБІЛЬНА КОМЕРЦІЯ ЯК КЛЮЧОВИЙ ТРЕНД СУЧАСНОГО РИНКУ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ

MOBILE COMMERCE AS A KEY TREND IN THE MODERN E-COMMERCE MARKET

Анотація. Мобільна комерція (m-commerce) неодмінно перетворюється на домінуючий тренд у сфері електронної торгівлі. Зростання популярності смартфонів та планшетів, а також розвиток мобільних мереж призводить до того, що все більше споживачів здійснюють покупки прямо зі своїх мобільних пристроїв. У роботі проаналізовано феномен мобільної комерції та її вплив на поведінку споживачів. Досліджено основні тенденції розвитку m-commerce, переваги та виклики, які пов’язані з цим процесом.