

Тенденції розвитку міжнародної електронної торгівлі на світових маркетплейсах

Електронна торгівля, особливо через світові маркетплейси, стала невід'ємною складовою глобальної економіки, трансформуючи звичний спосіб, яким бізнес веде торгівлю, а споживачі здійснюють покупки. Світові маркетплейси, такі як Amazon, eBay, Alibaba та інші, відіграють ключову роль у сприянні розвитку електронної комерції. Однією з вагомих переваг використання маркетплейсів є доступ до глобальної аудиторії для як великих, так і малих бізнесів. Маркетплейси надають можливість підприємствам легко просувати свої товари та послуги та залучати нових клієнтів. Застосування передових технологій, таких як штучний інтелект та аналітика даних, на маркетплейсах робить покупки більш індивідуалізованими та зручними для користувачів. Алгоритми рекомендацій допомагають покупцям знаходити товари, які найкраще відповідають їхнім потребам та вподобанням.

Розвитку міжнародної електронної торгівлі сприяє розвиток нових технологій, що забезпечують простоту та зручність будь-яких онлайн-покупок, постійне зростання кількості сайтів інтернет-магазинів, доступних у будь-який час доби, надання повної інформації про товар та підвищений рівень захисту прав споживачів. Наприклад, у Китаї уряд брав активну участь у реформі сектора зовнішньої торгівлі та міжнародної електронної торгівлі і повністю підтримує інновації з метою спрощення логістики, складування, митного оформлення, інтеграції, колективного обміну досвідом та інформацією [1].

Найпоширенішим видом електронної торгівлі є B2C без посередників у вигляді торгових мереж, які пропонують нижчі ціни та дозволяють заощаджувати час та гроші для покупців. Традиційні бізнеси модернізують використання моделей міжнародної електронної торгівлі. Таким чином, переваги міжнародної електронної торгівлі порівняно з традиційною торгівлею стали рушійною силою трансформації та модернізації багатьох бізнесів.

У 2014 році загальний обсяг продажів на ринку міжнародної електронної торгівлі становив 1,3 трлн. дол. США. Обсяг міжнародної електронної торгівлі збільшився більш ніж утричі і в 2020 році становив 4,2 трлн. дол. США. Очікується, що обсяги продажів збережуть цю зростаючу динаміку, а експерти прогнозують, що річний оборот міжнародної електронної торгівлі зросте до 6,5 трлн. дол. США до кінця 2023 року, а на кінець 2025 року складе 8 трлн. дол. США [1]. Цей сценарій дуже сприятливий для найбільших компаній електронної комерції, які представлені на ринку, оскільки ці статистичні дані підтверджують можливість подальшого розвитку галузі.

Незважаючи на великий потенціал для бізнесу та розширення ринкового зростання, динамічний розвиток торгівлі на світових маркетплейсах супроводжується комплексом викликів та ризиків, які необхідно аналізувати та враховувати в контексті глобальної торговельної діяльності. По-перше, важливим аспектом є зростаюча конкуренція, що виникає в результаті участі різноманітних бізнес-суб'єктів у міжнародних маркетплейсах. Конкуренція на глобальному рівні вимагає від компаній бути висококваліфікованими та конкурентоспроможними. Другим невід'ємним елементом є ризик порушення безпеки [2]. Зростання обсягів онлайн-торгівлі призводить до збільшення загрози кібератак, які можуть призвести до крадіжок фінансової інформації, порушеннях конфіденційності та недоліків в системах безпеки.

Крім того, великим ризиком є зміни в митному законодавстві та введення нових тарифів, які можуть вплинути на вартість перевезення товарів та стати перешкодою для здійснення ефективних міжнародних торговельних операцій. У контексті глобальної міжнародної торгівлі також важливо враховувати різницю в регуляторних вимогах різних країн, що може викликати проблеми з виконанням бізнес-правил та адміністративні труднощі. Необхідно відзначити також роль валютних курсів та фінансових ризиків, які можуть значно впливати на вартість та ліквідність підприємств, що здійснюють міжнародні торговельні операції. З огляду на динамічний характер електронної міжнародної торгівлі, вирішення цих викликів та ефективне управління ризиками є ключовим завданням для бізнес-спільноти. Послідовний аналіз та стратегічне планування можуть визначити успіх у виявленні та вирішенні складних завдань, що виникають при міжнародній торгівлі на світових маркетплейсах.

У загальному, розвиток електронної торгівлі через світові маркетплейси відображає глибокі зміни в способі, яким бізнес та споживачі взаємодіють у глобальному масштабі, відкриваючи нові можливості та виклики для економіки та суспільства.

Список використаних джерел:

1. Statista. E-commerce worldwide - statistics & facts. URL: <https://www.statista.com/topics/871/online-shopping/#topicOverview>
2. Wezom. Кібербезпека в проєктах eCommerce: комплексне керівництво. URL: <https://wezom.com.ua/ua/blog/kiberbezpeka-v-proektah-ecommerce-kompleksniy-gayd>