

УДК 339.13;339.17

Богдан Ю.М.

канд. екон. наук, доц. ЗНТУ

ГОЛОВНІ ТРЕНДИ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В УКРАЇНІ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ

Сегмент роздрібних продажів на ринку електронної комерції в світі стрімко зростає. Його обсяг у 2017 році склав 2,3 трлн. дол., або 10,2% від загального показника роздрібних продажів. Експерти прогнозують, що за підсумками 2021 року частка e-commerce досягне 17,5% , що становитиме вже більше 4,8 трлн. дол.

Сьогодні вітчизняні онлайн-магазини активно розробляють індивідуальні стратегії управління клієнтською базою. Вони влаштовують сезонні розпродажі, впроваджують адресні знижки, все частіше практикують «чорні п'ятниці», розсилають промокоди і пропонують спеціальні купони. Незважаючи на ефективність цих заходів, в 2019 році основними складовими зростання ринку e-commerce стануть не вони. Маркетологи можуть розраховувати на збільшення прибутку від інтернет-продажів, якщо звернуть увагу на 9 трендів:

1.Мінімізація часу виконання замовлення. Скорочення часового проміжку між кліком миші і повідомленням про те, що доставка прибула, може стати одним з основних переваг для гравців ринку електронної комерції.

2.Інтеграція штучного інтелекту. Інноваційні технології активно впроваджуються в усі сфери життя людини, і e-commerce також не стала винятком із загального правила. Очікується, що в 2020 році інтеграція алгоритмів машинного навчання стане ще більш поширеним явищем. Наприклад, Фейсбук вже розробив платформу Messenger, яка дозволяє швидко і просто приймати платежі користувачів бота. Цю функцію можна вбудувати в переписку, додавши кнопку «Купити», або інтегрувати в веб-уявлення Messenger в форматі маркованих платежів. Користувачеві вже не треба переходити на сайт, щоб оплатити покупку.

3.Візуалізація товарів. Настає момент, коли технології доповненої реальності з категорії розваг переходять в набір ефективних інструментів розвитку бізнесу. Наприклад, впровадження нових рішень дозволить покупцям «приміряти» товари за допомогою смартфона. Тепер перед оформленням замовлення користувачі зможуть подивитися, як потенційна покупка буде виглядати в інтер'єрі будинку або офісу. Це дозволить у разі скоротити кількість повернень. Ідеї, що сподобалися можна зберігати в тематичних альбомах і доповнювати коментарями з описом переваг, завдяки яким саме це фото вирушило в особисту скарбничку.

4.Створення роздрібних магазинів нового рівня. З огляду на ці особливості, продавці змушені поєднувати формати: онлайн-рітейлери все активніше інтегруються в офлайн-ринок.

Наприклад, мережа з продажу велосипедів «Velo Cult» організувала реалізацію крафтового пива і запрошує музикантів виступати на своїх майданчиках.

5.Збільшення частки замовлень, зроблених зі смартфона. Мобільний Інтернет стає важливою частиною життя українців. Незважаючи на це, комп'ютер і ноутбук залишаються основними пристроями для онлайн-шопінгу. Користувачі зізнаються, що їм зручніше переглядати товари і оформляти замовлення на «великому екрані».

6.B2B проти звичного B2C. Генеральні директори B2B-компаній визнають важливість розвитку сектора електронної комерції. Замість того щоб спілкуватися по телефону з менеджерами відділу продажів і гортати об'ємні онлайн-каталоги, споживачі будуть купувати послуги B2B-компаній по тій же схемі, якої вони звикли користуватися в секторі B2C. Очікується, що до 2020 року ринок B2B e-commerce подолає позначку в 6 трлн. дол.

7.Використання голосу як нового способу комунікації. Голосові запити вже давно стали чимось буденним.

Сьогодні 65-70% користувачів мережі Internet воліють застосовувати голосовий пошук в звичній для себе обстановці – вдома чи на роботі. Рітейлерам необхідно прийняти це як dokonаний факт і доповнити методи спілкування з клієнтами новими інструментами.

8.Пошук товару по зображеннях. Замість пошуку за ключовими словами покупці будуть переходити на вибір товару за зображеннями і фотографіями. Експерти очікують, що вже до 2020 року на цей метод буде припадати близько 50% від загальної кількості пошукових запитів.

9.Відеоконтент. Подача інформації за допомогою відео привертає покупця більше, ніж текст або аудіофайли, що вимагають від нього уважності і зосередженості.

Сьогодні багато хто живе в режимі багатозадачності. Їм складно виділити час на те, щоб вивчати дані і при цьому не відволікатися. Тому використання відеоконтенту може збільшити обсяг інтернет-продажів на 60-80%. Ще одним аргументом на користь відео є той факт, що сайти з відеоконтентом знаходяться вище в пошуковій видачі.