Лопацька Вікторія
студентка групи МАРК-31
Західноукраїнський національний університет
Науковий керівник: канд. екон. наук., доцент Іванечко Н.Р.

ОСОБЛИВОСТІ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ ТА РОЗРІЗНЕННЯ ПОНЯТЬ "ЕЛЕКТРОННИЙ МАГАЗИН" ТА "ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИН"

Електронна комерція, галузь цифрової економіки, трансформувала спосіб здійснення покупок та ведення бізнесу. Вона включає в себе не лише фінансові та торговельні операції через комп'ютерні мережі, але й пов'язані з ними бізнес-процеси, які забезпечують ефективну взаємодію з клієнтами та партнерами.

Ключові компоненти електронної комерції, такі як мобільна комерція, електронні перекази, управління ланцюгами поставок та інтернет-маркетинг, визначають її обличчя та допомагають компаніям залучати та утримувати клієнтів у цифровому світі [1].

Інтернет-магазини стали ключовим каналом прямих продажів для споживачів. Інтернет-магазини - це не лише місце, де клієнти здійснюють покупки, але й платформа для взаємодії з продавцями та отримання інформації про товари та послуги [2].

Електронні магазини дозволяють споживачам обирати та замовляти товари та послуги безпосередньо через Інтернет. Вони стають дедалі популярнішими завдяки своїй зручності та доступності.

Ці три компоненти електронної комерції доповнюють один одного, створюючи цілісну екосистему, яка забезпечує ефективне функціонування цифрової комерції та задоволення потреб споживачів.

Електронна комерція має багато переваг у сучасному світі, саме тому вона стала основним механізмом торгівлі. Електронна комерція змінює спосіб, у який ми робимо покупки, і все більше переміщує споживчу діяльність у віртуальний світ.

В останні роки збільшилася кількість мобільних пристроїв, розширився і вдосконалився Інтернет, неухильно зростає кількість користувачів соціальних мереж - саме в цей час електронна комерція стала широко розповсюдженою і зручною як для клієнтів, так і для підприємців.

Завдяки цим технологічним інноваціям навіть невеликі, географічно обмежені компанії тепер можуть бути конкурентоспроможними і мають можливість мати справу зі споживачами по всьому світу через електронні платформи. Однією з найуспішніших компаній є Amazon, яка стала успішним онлайн-ритейлером завдяки широкому асортименту продукції, зручному інтерфейсу та ефективній маркетинговій стратегії [3].

Такі терміни, як "електронний магазин" та "інтернет-магазин", часто вживаються як синоніми, але є кілька моментів, про які слід знати, оскільки вони мають різне значення.

Розуміння різниці між електронним магазином та інтернет-магазином і впливу, який вони мають на клієнтів та компанії, є важливим, оскільки

розуміння цих понять є фундаментальним для створення конкурентних переваг та стратегій розвитку в сучасному бізнес-середовищі.

Коротко кажучи, електронний магазин - це загальний термін, що охоплює всі типи інтернет-магазинів, включаючи веб-сайти, які продають послуги та цифрові товари. З іншого боку, інтернет-магазин - це специфічний тип електронного магазину, призначений для продажу фізичних товарів в Інтернеті, часто з власним веб-сайтом або як частина маркетплейсу.

Які форми може включати поняття електронний магазин?

1. Веб-сайти з прямим продажем: Це веб-сайти, на яких компанії продають свої товари або послуги прямо через Інтернет. Прямий продаж – це реалізація товарів та послуг кінцевому споживачу за межами звичайних місць роздрібної торгівлі шляхом індивідуальної презентації товарів чи послуг.

2. Маркетплейси : Маркетплейс (англ. marketplace) — це торговельний майданчик, який дає можливість стороннім продавцям реалізовувати товари через свій сайт. Товари завантажуються у загальний каталог маркетплейсу та розміщуються поруч з пропозиціям інших підприємців. Маркетплейси дуже популярні серед покупців та мерчантів, для яких торговельні майдачики стали одним з основних каналів продажу [4].

3. Інтернет-маркетплейс або онлайн-ринок електронної комерції — тип веб-сайтів електронної комерції, де інформацію про продукти або послуги надають треті сторони. Інтернет- маркетплейси є основним типом багатоканальної електронної комерції та можуть бути способом оптимізації виробничого процесу.

4. Платформи цифрових товарів: Це сайти, що спеціалізуються на продажі цифрових товарів, таких як програмне забезпечення, музика, електронні книги тощо. Прикладами є Google Play, iTunes тощо. Цифрові товари — це продукти, які не мають фізичного втілення та використовуються виключно у електронному форматі. Такі товари купуються та передаються покупцю в онлайн-режимі, зберігаються на електронних носіях або в хмарному сховищі. Користуватися ними можна одразу після покупки та не чекати на доставку, як у випадку фізичних товарів.

5. Сервіси з прокату або підписки: Це онлайн-платформи, які пропонують послуги з прокату або підписки на товари або послуги. Прикладами можуть бути стрімінгові сервіси, сервіси харчування, прокат фільмів, підписка на новини чи авто, тощо.

Інтернет-магазин це специфічний тип електронного магазину. До його основних характеристик відносять:

1. Прямий продаж товарів: Інтернет-магазин надає можливість клієнтам придбати товари безпосередньо через Інтернет, не виходячи з дому. Він забезпечує зручний та швидкий доступ до широкого асортименту товарів[6].

2. Онлайн-замовлення та доставка: Клієнти можуть легко вибирати товари, розміщувати замовлення та оплачувати їх прямо на веб-сайті інтернет-магазину. Після чого товари можуть бути доставлені до адреси клієнта за допомогою кур'єрських служб або поштових служб.

3. Гарантія безпеки та конфіденційності: Інтернет-магазини зазвичай використовують надійні протоколи шифрування та інші системи безпеки, щоб забезпечити безпеку особистих даних клієнтів та безпечність онлайн-транзакцій.

4. Системи управління запасами та обробки замовлень: Інтернет-магазини часто використовують спеціалізовані системи управління запасами та програмне забезпечення для обробки замовлень, що дозволяє ефективно вести управління і виконувати замовлення вчасно.

5. Інтерфейс користувача: Для зручності користувачів інтернет-магазини зазвичай мають простий інтерфейс користувача, який дозволяє легко шукати товари, дізнаватися деталі про них та робити покупки без зайвих ускладнень [5].

Розуміння понять "електронний магазин" та "інтернет-магазин" допомагає краще зрозуміти ключові аспекти електронної комерції та її вплив на сучасне суспільство і бізнес-середовище. Електронні магазини представляють широкий спектр онлайн-торгівлі, включаючи сайти прямого продажу, маркетплейси, платформи цифрових продуктів, послуги прокату та підписки, , і представляють широкий спектр онлайн-комерції. З іншого боку, інтернет-магазини, що спеціалізуються на продажу фізичних товарів, зазвичай мають власний веб-сайт і можуть бути частиною маркетплейсу. Знання цих різних форм електронної комерції може допомогти компаніям оптимізувати свої маркетингові стратегії, підвищити конкурентоспроможність і задовольнити потреби сучасного споживача.

Список використаних джерел:

1. «Електронна комерція», Вікіпедія: Вільна енциклопедія. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%95%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%82%D1%80%D0%BE%D0%BD%D0%BD%D0%B0_%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%B5%D1%80%D1%86%D1%96%D1%8F

2. «Інтернет-магазин», Вікіпедія: Вільна енциклопедія. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%86%D0%BD%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%B5%D1%82-%D0%BC%D0%B0%D0%B3%D0%B0%D0%B7%D0%B8%D0%BD

3. США. (2022). «Величезний курс Amazon». URL: https://usain.ua/blog/about_amazon/#2

4. Horoshop.ua. (2023). «Що таке маркетплейс». URL: https://horoshop.ua/ua/blog/what-is-a-marketplace/

5. Letda.com. (2021). "Ознаки ефективного інтернет-магазину". URL: https://letda.com/internet-magazyn-yakyj-prodaye-yakyj-vin/

6. Українська асоціація прямого продажу. Метод прямого продажу Avon: Офіційний веб-сайт. URL: https://my.avon.ua/uapp .