

ВПЛИВ ОНЛАЙН-МАРКЕТПЛЕЙСІВ НА РОЗДРІБНУ ТОРГІВЛЮ

Роздрібна торгівля - діяльність по продажу товарів безпосередньо громадянам та іншим кінцевим споживачам для їх особистого некомерційного використання незалежно від форми розрахунків, у тому числі на розлив у ресторанах, кафе, барах, інших підприємствах громадського харчування [5]. Тобто цей вид економічної діяльності охоплює продаж товарів безпосередньо фізичним особам, а не іншим підприємствам.

Роздрібна торгівля є надзвичайно важливою для економіки будь-якої країни. Саме завдяки їй товари стають доступними для споживачів, а також створюється велика кількість робочих місць. Витрати споживачів на роздрібні товари є одним з основних двигунів економічного зростання.

Сучасний світ стрімко рухається в сторону діджиталізації, так само і роздрібна торгівля змінюється під впливом онлайн-маркетплейсів та інтернет магазинів. Часто ці поняття плутають, проте між ними є різниця. Інтернет магазин – це окремий сайт, який створюється спеціально для продажу конкретних товарів однієї компанії. Він потребує багато зусиль та грошових вкладень. Marketplace — це платформа, де можуть бути розміщені різні інтернет-магазини. Його призначення полягає в тому, щоб зробити купівлю/продаж швидким та комфортним для покупців та продавців [3]. На відміну від традиційного магазину, де товари продає безпосередньо власник магазину, онлайн-маркетплейс виступає посередником та надає майданчик для розміщення товарів різним продавцям. Вони швидко адаптуються під вимоги сучасного ринку, конкурують з іншими галузевими гравцями, залучають нових постачальників. Ці якості і наділяють такі майданчики довгостроковою перспективою [3]. Відомими прикладами маркетплейсів є Aliexpress, Tmall, Amazon. В Україні найпопулярнішими є Rozetka, MakeUp, Prom та olx.

Ці та інші онлайн-маркетплейси значно впливають на роздрібну торгівлю, як в Україні, так і в цілому світі. Цей вплив проявляється в багатьох аспектах, зокрема у зміні поведінки споживачів, збільшенні конкуренції та необхідності впровадження новітніх технологій. З однієї сторони, це створює нові можливості для бізнесу, з іншої - ставить перед роздрібними торговцями нові виклики.

Покупці все частіше роблять онлайн-замовлення, адже це зручно та економить час. Онлайн-маркетплейси допомагають зменшувати логістичні витрати за рахунок зміни ланцюжків постачання роздрібною торгівлю. Через це вони можуть запропонувати кращі ціни та ширший асортимент товарів, ніж традиційні офлайн магазини. Також у більшості з них зручний інтерфейс, є можливість порівняти ціни та прочитати відгуки перед покупкою, а також вибрати опцію швидкої доставки.

Як показало дослідження Soul Partners і Baker Tilly Україна, обсяг ринку e-commerce в 2020 році зріс на 41% та досягнув \$4 млрд, що становило 8,8% від загального обсягу роздрібної торгівлі в Україні. Очікувалося, що ця частка за підсумками 2021-го буде на рівні 9,2%, або \$4,4 млрд. [4]. Найпопулярнішими категоріями товарів для онлайн-покупок в Україні є електроніка, одяг, взуття та косметика. Покупці все рідше обирають відвідування фізичних магазинів. Це призвело до того, що велика кількість бізнесів змушена була закривати усі чи частину офлайн магазинів, або змінювати свій формат, зокрема переходити на торгівлю на маркетплейсах. Їх широкий функціонал допомагає залучати більшу кількість аудиторії, впроваджувати новітні технології. Прикладом такої може бути наявність на онлайн-маркетплейсах різних способів оплати, а саме електронні гаманці, ApplePay, GooglePay чи оплата готівкою після отримання.

Російське повномасштабне вторгнення у 2022 році стало вагомим чинником, який суттєво вплинув на роздрібну торгівлю в Україні. За даними маркетплейсу Prom.ua, кількість інтернет-замовлень у березні, порівняно з минулим роком, стала нижчою на 63%. Проте вже у червні цей показник майже відновився і склав 93% [4]. Ситуація в офлайн магазинів була значно гіршою.

Вплив онлайн-маркетплейсів на роздрібну торгівлю буде лише збільшуватись у майбутньому. Бізнесам, які хочуть залишатися конкурентоспроможним, необхідно буде адаптуватися до цих змін та використовувати нові можливості, які пропонують онлайн-маркетплейси.

Список використаних джерел:

1. Євдокимов О. В. Маркетплейси: все про онлайн-платформи для продажу товарів. – Х.: Фенікс, 2022. – 240 с.
2. Стрикаль М. ТОП-5 кращих маркетплейсів України. URL: https://allo.ua/ua/top-5-krashchykh-marketpleisiv-ukrainy_am0-16/
3. Іванина Р., Синявський А. Маркетплейс: що це таке, види і як працюють маркетплейси? Elit-Web. URL: <https://elit-web.ua/ua/blog/chto-takoe-marketplejsy>
4. Симоненко К. Вплив війни на інтернет-торгівлю: як змінювалися онлайн-продажі ритейлерів протягом I півріччя 2022 року. Асоціація ритейлерів України – The profile association of retail market players. URL: <https://rau.ua/novyni/vpliv-vijni-na-internet/> 5.
5. Що означає термін «оптова» та «роздрібна торгівля»? Державна податкова служба України. URL: <https://tax.gov.ua/arhiv/tijden-tematichnih-konsultatsiy/tijden-tematichnih-konsultatsiy-dlya-p/informatsiyno-rozhasnyvalni-materia/pitannya-vidpovidi-/print-68238.html>
6. Маркетинг [Електронний ресурс] : навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.] ; за ред. Н. Р. Іванечко. - Тернопіль : ЗУНУ, 2021. - 180 с., URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/handle/316497/42757>.
7. Словник понять і термінів з маркетингу / Борисова Т.М., Галько Л.Р., Дудар В.Т., Іванечко Н.Р., Окрепкий Р.Б., Процишин Ю.Т., Хрупович С.Є. - Тернопіль: ЗУНУ, 2023. 112 с., URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/handle/316497/49382>.