

DOI 10.36074/11.12.2020.v1.04

DIGITAL COMMERCE ЯК СУЧАСНИЙ ЕЛЕМЕНТ УПРАВЛІННЯ ТОРГОВЕЛЬНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ

Кошова Катерина Максимівна

здобувач вищої освіти факультету економіки та управління бізнесу
Криворізький національний університет

НАУКОВИЙ КЕРІВНИК:

ORCID ID: 0000-0002-3418-7622

Астаф'єва Катерина Олександрівна

канд. екон. наук, доцент,
доцент кафедри економіки, організації та управління підприємствами
Криворізький національний університет

УКРАЇНА

Карантин, який спровокований в Україні через поширення COVID-19, призвів до закриття багатьох магазинів, установ сфери послуг та змусив пристосовуватись бізнес до нових умов «Digital Commerce». Найбільше постраждали суб'єкти роздрібної торгівлі, перед якими стало питання швидкого переформатування з простоту offline в online.

Активно освоюється канали продажів через соціальні медіа-платформи та відео-платформи, які стають повноцінними магазинами. Наприклад, YouTube пропонує зображення продуктів, які можна переглянути, під їхніми відео, які ведуть на сайт продукту [1]. Аналогічні функції реклами та продажу є у Facebook та Instagram [2]. Щоб допомогти роздрібним магазинам запустити інтернет-магазини під час пандемії, Facebook розширює магазини, щоб користувач міг робити покупки, спілкуватися в службі обслуговування клієнтів, оплачувати та відстежувати покупки на всій платформі [2].

Завдяки більшій кількості покупців, які в свою чергу переорієнтувались на споживання товарів у Інтернеті, роздрібні продавці пристосувалися і до швидких способів доставки. Актуальним стало нарощувати швидкість доставки товарів. На перший план виходять послуги доставки, які забезпечують отримання споживачем замовлення день у день. Роздрібні продавці пропонують зручність, доставляючи товари, придбані в магазинах: додому, до відділень обраної служби доставки, або до точці видачі у магазині.

На рис 1. зображено статистику покупок одягу та взуття здійснених у одному з популярних спортивних інтернет-магазинів Рума в Україні за шість років.

Виходячи з наведеної на рис. 1 інформації можна констатувати, що з роками споживачі все ж таки поступово надавали перевагу інтернет-магазинам. Починаючи 2015 р. по 2019 р. маємо стабільне але доволі невелике зростання обсягів продажу. За три квартали 2020 р. має стрімке зростання обсягів продажу у інтернет магазині Рума, у деяких періодах часу майже в двічі відносно аналогічного періоду 2019 р. Отже не визиває сумнівів актуальність вивчення умов подальшого розвитку online продажів в Україні.

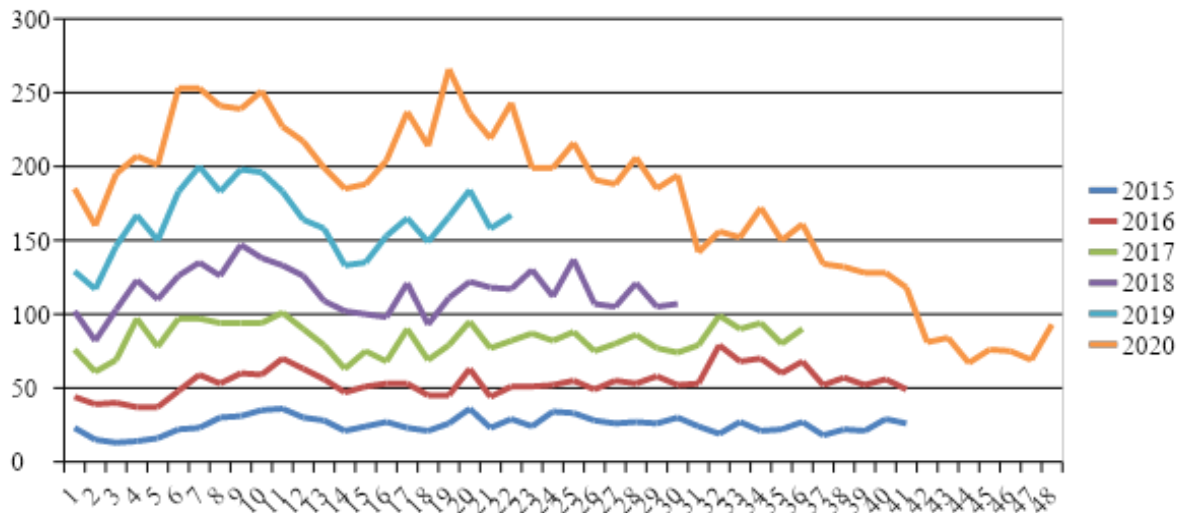


Рис. 1. Статистика покупок у інтернет магазині Puma (м. Дніпро) [3]

Перевагою online торгівлі є швидкість, яка перемагає в еру «Digital Commerce». Люди більше не витрачають купу часу на шопінг, черги в магазинах, не ризикують здоров'ям, адже все це придбати можна за один клік в смартфоні, і все це швидко доставлять до дому. Очікування споживачів будуть збільшуватися не тільки щодо термінів доставки, але й у всіх аспектах торгового простору роздрібною торгівлі.

Наведені структурні зміни матимуть значний і тривалий вплив на управління торговельної діяльності у розрізі роздрібною торгівлі. Виходячи з цього варто виокремити наступні особливості, які забезпечать успіх торговельних об'єктів : покупка в один клік, порівняння цін за лічені секунди та нові платформи для покупок. Ось три ключові тенденції, які сприятимуть розвитку роздрібною торгівлі під час пандемії.

Позитивними перевагами переходу до online торгівлі є те, що більше даних про покупців через соціальні медіа дає маркетологам змогу отримати необхідну статистичну інформацію для: адресного розміщення оголошень, персоналізації пропонуванних продуктів та інше. Наведене без сумнівів забезпечить збільшення продажів. Найбільш успішними будуть бренди, які адаптуються до змін, викликаних пандемією, які незмінно трансформували роздрібною торгівлю.

Список використаних джерел:

- [1] Sarah Perez (2020). YouTube announces a new shoppable ad format. Вилучено з <https://techcrunch.com/2020/06/18/youtube-announces-a-new-shoppable-ad-format/>
- [2] Katie Sehl (2020). The Top Instagram Updates You Need to Know. Вилучено з <https://blog.hootsuite.com/instagram-updates/>
- [3] Google Trends (2020). Динаміка популярності покупок у інтернет магазині Puma. Вилучено з https://trends.google.com/trends/explore?cat=18&date=today%205-y&geo=UA&q=%2Fm%2F03r_n_