

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННИХ ТОРГІВЕЛЬНИХ МАЙДАНЧИКІВ

Микола Кравець, викладач

Дніпровський державний аграрно-економічний університет

Оскільки все більше споживачів вирішують купувати в Інтернет, а не їздити до фізичних магазинів, економіка електронної комерції продовжує зростати. Минулого року близько 3,5 трлн доларів було витрачено на веб-сайти електронної комерції, і ця кількість, як очікується, зростатиме з року в рік.

Майбутнє роздрібною торгівлі – Інтернет-роздрібний електронний продаж. Він різниться в різних регіонах світу, але поведінка споживачів неухильно зміщується до оцифрованого обслуговування з моменту, коли він став можливим, від приблизно 1,9 трлн дол. США у 2016 році.

Оскільки мобільні пристрої дозволяють кожному вільно купувати у магазині, незалежно від часу та місця поява та розповсюдження торговельних служб демократизують цифровий бізнес. Багато компаній, що функціонують як аутсорсингові компоненти інших організацій, включаючи електронну комерцію, також прийняли підхід до електронної комерції до цифрового бізнесу. Більше того, вони виявилися досить успішними в цьому: сектор електронної комерції B2B приносить в три рази більше доходу, ніж електронна комерція B2C.

Перш ніж ми перейдемо до деяких даних про частку ринку платформи електронної комерції, давайте коротко ознайомимося з країнами, які виявилися найбільш успішними в галузі електронної комерції.

Які найбільші в світі ринки електронної комерції? Відповідно до оновленого в 2017 році дослідження business.com, що охоплює найбільші національні ринки електронної комерції, десять найбільших світових ринків електронної комерції мають вигляд:

Китай: 672 мільярдів доларів щорічних онлайн-продажів, що становить 15,9% від загальної кількості роздрібних продажів у Китаї. З вражаючим 35% річного зростання, Китай також є найшвидше зростаючим ринком електронної комерції у світі.

Сполучені Штати: 340 мільярдів доларів щорічних онлайн-продажів, що становить 7,5% від загальної кількості роздрібних продажів США.

Об'єднане Королівство: 99 мільярдів доларів продажів щорічно, що становить пристойні 14,5% від загальної кількості роздрібних продажів Великобританії.

Японія: 79 мільярдів доларів щорічних продажів електронної комерції, що становить 5,4% від загальної кількості роздрібних продажів.

Німеччина: 73 мільярди доларів щорічних електронних продажів, що становить 8,4% від загальної кількості роздрібних продажів.

Франція: 43 мільярди доларів щорічних електронних продажів, що становить 5,1% від загальної кількості роздрібних продажів Франції.

Південна Корея: 37 мільярдів доларів щорічних продажів в Інтернеті, що приносить 9,8% від загальної кількості роздрібних продажів в Кореї.

Канада: 30 мільярдів доларів в Інтернет-продажах, частка електронної комерції в загальних роздрібних продажах становить 5,7%.

Росія: 20 мільярдів доларів щорічних онлайн-продажів. Російська індустрія електронної комерції ще знаходиться в зародковому стані, оскільки частка електронної комерції в загальних роздрібних продажах сягає лише 2%, незважаючи на те, що в Росії найбільше населення Європи.

Бразилія: 19 мільярдів доларів щорічних онлайн-продажів. Частка електронної комерції в загальних роздрібних продажах перевищила в минулому році 2,8%, але Бразилія демонструє великий прогрес, щорічний приріст становить 22%.

Звичайно, провідні платформи електронної комерції будуть різними в цих та інших країнах, а також у великих регіонах. Однак на світовому рівні провідні гравці досить добре зарекомендували себе.

Хто найкращі гравці на ринку глобальної електронної комерції? Документ Statista за 2017 рік, що охоплює частку світового ринку провідних платформ електронної комерції, чітко показує приголомшливе домінування WooCommerce, яке проводиться на 28 відсотках усіх сайтів електронної комерції у всьому світі.

Однак, добре встановлено, що популярність WooCommerce серед власників електронних магазинів багато в чому пояснюється очевидно невпинною популярністю WordPress, який досі залишається CMS номер один у всьому світі. WooCommerce функціонує як плагін WordPress і в основному залежить від бази користувачів WordPress.

Яскравий погляд на частку світового ринку провідних платформ електронної комерції, заснований на швидкості прийняття веб-сайтів, виявляє наступні п'ять брендів:

1. WooCommerce 26%
2. Shopify 20%
3. Мадженто 9%
4. OpenCart 3%
5. BigCommerce 3%

Аналізуючи глобальний ринок платформи електронної комерції, стає очевидним, що декілька перших впливають на весь ринок але не завжди. Їх, здавалося б, безперечне лідерство не по-справжньому зображує ринок та його тенденції постійно змінюються. Розподіл та частки також змінюються, коли ми зводимо їх до регіонів і, звичайно, до темпів зростання та темпів зростання в різних регіонах.

Лідери платформ електронної комерції виглядають у Європі кардинально інакше. Найпопулярнішими платформами електронної комерції в Європі є Magento, OpenCart, WooCommerce, PrestaShop та osCommerce.

Як європейський платіжний процесор і шлюз платежів, Twispay чудово інтегрується з усіма цими платформами.