

УДК 338.28:004.77]:336

JEL Classification: L81, F14, M31

DOI: <https://doi.org/10.64076/eecsr250831.02>

Гуня С. С.,

методист,

Державний університет інформаційно-
комунікаційних технологій, м. Київ

ЗНАЧЕННЯ МАРКЕТПЛЕЙСІВ У РОЗВИТКУ СВІТОВОЇ ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ

Сучасний розвиток світової економіки відзначається стрімкою цифровізацією та зростанням масштабів електронної комерції. Центральним елементом цього процесу виступають маркетплейси – універсальні онлайн-платформи, що поєднують продавців і покупців та забезпечують їх зручною інфраструктурою. Вони вже давно вийшли за межі простих інтернет-магазинів, трансформувавшись у багатофункціональні екосистеми, які визначають напрямки глобальних торговельних потоків, стимулюють розвиток малого й середнього бізнесу та підвищують якість споживчого досвіду.

Маркетплейс можна визначити як електронну платформу, яка забезпечує взаємодію різних учасників торговельного процесу – виробників, посередників, продавців і кінцевих споживачів. Його ключова особливість полягає в інтеграції численних сервісів, зокрема пошуку товарів, оформлення замовлень, здійснення електронних платежів, організації доставки, реклами та аналітики.

На відміну від класичних інтернет-магазинів, маркетплейси об'єднують велику кількість незалежних продавців, надаючи покупцям широкий вибір товарів і послуг. Це робить їх ефективним інструментом розвитку конкуренції та забезпечення прозорості ринкових відносин.

Роль маркетплейсів у розвитку міжнародної торгівлі.

По-перше, вони сприяють глобалізації торгівлі, відкриваючи компаніям доступ до міжнародних ринків без необхідності значних інвестицій у власну інфраструктуру. Так, Alibaba надала мільйонам споживачів доступ до китайських виробників, а Amazon створив нові можливості для тисяч малих і середніх підприємств.

По-друге, маркетплейси є каналом інтеграції малого бізнесу у світову економіку. Завдяки готовим рішенням підприємці можуть швидко розпочати експортну діяльність без зайвої бюрократії, що сприяє розвитку підприємництва та створенню нових робочих місць.

По-третє, ці платформи стають рушійною силою цифрової трансформації ринків. Використання big data, штучного інтелекту та алгоритмів персоналізації забезпечує краще задоволення потреб клієнтів, підвищення рівня сервісу й формування нових стандартів e-commerce.

Маркетплейси забезпечують вигоди для всіх учасників економічних відносин, створюючи зручну та збалансовану екосистему.

Для бізнесу ключовою перевагою є значне зниження бар'єрів входу на ринок. Якщо раніше підприємцям було необхідно інвестувати великі кошти у розробку власного інтернет-магазину, його просування, налаштування

платіжних систем та організацію логістики, то сьогодні маркетплейс пропонує готову інфраструктуру "під ключ". До неї входять інтегровані сервіси для прийому платежів, організації доставки, рекламного просування та аналітики продажів. Це дозволяє підприємствам, зокрема малому та середньому бізнесу, зосередитися на головному – формуванні конкурентного асортименту та підвищенні якості обслуговування клієнтів.

Важливим аспектом є й можливість масштабування діяльності: платформи надають доступ до великої аудиторії користувачів, завдяки чому продавці можуть швидко збільшувати обсяг продажів, виходити на нові сегменти ринку або навіть на міжнародний рівень. Крім того, відомі бренди маркетплейсів, такі як Amazon, Alibaba чи Rozetka, формують високу довіру з боку споживачів, що позитивно впливає і на репутацію самих продавців. Фактично авторитет платформи стає додатковим гарантом надійності для бізнесу, який через неї працює.

Для покупців маркетплейси також мають численні переваги. По-перше, це широкий асортимент товарів і послуг, зосереджений на одному ресурсі. Споживач може у зручний спосіб знайти практично все – від продуктів харчування до електроніки, одягу чи меблів, не витрачаючи часу на пошук у різних магазинах.

По-друге, маркетплейси забезпечують прозорість ринку: користувачі мають можливість порівняти ціни, характеристики товарів і відгуки інших покупців, що сприяє ухваленню більш зважених рішень. Це підвищує конкуренцію між продавцями та стимулює їх покращувати якість товарів і сервісу.

По-третє, значною перевагою є гнучкість у доставці та оплаті. Більшість платформ пропонують кілька варіантів отримання товарів – кур'єрську доставку, пункти видачі, поштові сервіси – а також можливість оплати як онлайн, так і при отриманні.

І, нарешті, не менш важливим фактором є захист прав споживачів і безпека транзакцій. Відомі маркетплейси впроваджують політику повернення товарів, компенсують витрати у випадках шахрайства, а також гарантують конфіденційність персональних даних. Це формує у покупців відчуття безпеки, стимулює довіру до електронної торгівлі та робить процес покупок більш комфортним. Переваги маркетплейсів для бізнесу та покупців представлено в табл. 1.

Таблиця 1

Переваги маркетплейсів для бізнесу та покупців

Категорія	Перевага	Суть та значення
Для бізнесу	Зниження бар'єрів входу на ринок	Підприємцям не потрібно інвестувати у створення власного сайту, рекламу чи логістику – достатньо зареєструватися на платформі та почати продажі.
	Готова інфраструктура	Платформи надають комплексні сервіси: платіжні системи, доставку, аналітику, рекламні інструменти, що значно спрощує управління бізнесом.
	Масштабованість діяльності	Завдяки великій кількості користувачів продавці можуть швидко збільшувати обсяги продажів, розширювати асортимент і виходити на нові ринки.

Продовж. табл. 1

	Формування довіри споживачів	Репутація відомих платформ підвищує довіру до продавців, навіть нових чи малих, забезпечуючи безпеку угод.
Для покупців	Широкий асортимент товарів і послуг	Один ресурс охоплює різні категорії – від продуктів харчування до електроніки й меблів, що економить час і зусилля.
	Прозорість ринку та порівняння	Можливість швидко порівняти ціни, характеристики та відгуки інших покупців, що стимулює конкуренцію й покращує якість товарів та сервісу.
	Гнучкість доставки та оплати	Платформи пропонують кілька варіантів доставки (кур'єр, пошта, пункти видачі) та оплати (онлайн чи при отриманні).
	Захист прав споживачів і безпека транзакцій	Системи повернення, компенсації у разі шахрайства та захист персональних даних підвищують довіру до онлайн-покупок.

Таким чином, маркетплейси створюють взаємовигідне середовище для бізнесу й споживачів, стаючи потужним драйвером розвитку електронної комерції у глобальному масштабі. Водночас маркетплейси стикаються з низкою проблем. Серед них – надмірна конкуренція між продавцями, високі комісії, залежність від політик платформ, ризики поширення фальсифікату та виклики, пов'язані з логістикою. Ці фактори створюють труднощі для малого бізнесу і знижують його конкурентоспроможність.

Для подолання зазначених викликів необхідні системні рішення: удосконалення нормативного регулювання, підвищення стандартів якості продукції, розробка механізмів контролю й захисту прав споживачів. Лише комплексний підхід дозволить зберегти баланс між інтересами бізнесу та покупців і забезпечити стабільний розвиток цього сегмента.

Маркетплейси сьогодні є невід'ємною частиною світової електронної комерції. Вони інтегрують інтереси різних сторін, посилюють конкуренцію, підвищують доступність товарів і послуг та відкривають нові можливості для бізнесу. Їх значення у глобальній економіці постійно зростає, а подальший розвиток пов'язаний з інноваціями, розширенням функціоналу й активною інтеграцією у міжнародний торговельний простір.

Отже, маркетплейси виступають не лише як канали продажів, а й як стратегічний інструмент трансформації світової економіки в умовах цифровізації.

Список використаних джерел

1. Іпполітова І. Я. *Перспективи розвитку електронної торгівлі в Україні в умовах цифровізації економіки. Економіка та суспільство*. № 47, 2023, с. 141–150.
2. Просович О. П. *Маркетплейс як дієвий інструмент цифрового маркетингу. Вісник Львівського університету. Серія: маркетинг*. 2018. С. 32–38.
3. Кавун-Мошковська О., Котова М., Нечипорук А. *Маркетплейси в Україні: 2022 рік. Товари і ринки*, № 3 (43), 2022, с. 19–36.