



INNOWACJE TECHNOLOGICZNE KSZTAŁTUJĄ NOWE TRENDY

Handel elektroniczny od wielu lat rozwija się niezwykle dynamicznie, zmieniając krajobraz globalnego handlu. Według szacunków Insider Intelligence wartość światowego rynku e-commerce w 2023 r. wyniosła ok. 5,8 bln dol., a prognozy wskazują na wzrost do 8 bln dol. do 2027 r.



JAROSŁAW JASIŃSKI

właściciel SuperNova Interactive

Rynki rozwinięte, takie jak USA i Europa Zachodnia, osiągnęły wysoką dojrzałość, ale wciąż odnotowują

wzrost, szczególnie w segmencie mobilnych zakupów (m-commerce). Jednak to rynki rozwijające się, zwłaszcza w Azji i Afryce, są obecnie motorem napędowym tego wzrostu.

Globalna ekspansja e-commerce – nowe rynki i trendy

E-commerce staje się podstawowym elementem globalnego handlu, co potwierdza fakt, że

obecnie 2,7 mld ludzi na świecie dokonuje zakupów online, a na rynku działa ponad 26,6 mln sklepów online. W Azji liderem rynku e-commerce pozostaje Alibaba, który wprowadził handel elektroniczny na bezprecedensową skalę, czyniąc Chiny globalnym centrum zakupów online. Wartość chińskiego rynku e-commerce przekroczyła już 2 bln dol. rocznie, co czyni go największym na świecie. Kraj ten może pochwalić się również 915 mln aktywnych kupujących online, co stanowi niemal jedną trzecią globalnej liczby użytkowników e-commerce.

Innowacje, takie jak livestream shopping, rewolucjonizują sposób dokonywania zakupów i stają się inspiracją dla innych rynków. Jest to forma zakupów online, w której produkty są prezento-

wane na żywo przez sprzedawców lub influencerów za pomocą transmisji wideo, umożliwiając interaktywną komunikację z widzami oraz natychmiastowy zakup promowanych artykułów. W Indiach, dzięki platformom takim jak Flipkart i rosnącej penetracji internetu, e-commerce również odnotowuje imponujące wzrosty. W Afryce z kolei, choć rynek napotyka wyzwania infrastrukturalne,

WARTOŚĆ CHIŃSKIEGO RYNKU E-COMMERCE PRZEKROCZYŁA JUŻ 2 BLN DOL. ROCZNIE, CO CZYNI GO NAJWIĘKSZYM NA ŚWIECIE.

takie jak brak stabilnych połączeń internetowych czy logistyka, dynamiczny rozwój fintechu i platform, takich jak Jumia, przynosi nadzieję na transformację handlu w tym regionie. W 2022 r. rynek e-commerce w Afryce osiągnął wartość 50 mld dol., a prognozy na 2027 r. wskazują na możliwość wzrostu o 17 proc. rocznie.

E-commerce w dobie metaverse – nowe przestrzenie handlu

Metaverse, czyli wirtualne światy łączące rzeczywistość z elementami cyfrowymi, staje się kolejną przestrzenią dla rozwoju e-commerce. Firmy zaczynają wykorzystywać wirtualne środowiska do prezentowania swoich produktów w interaktywny i immersyjny sposób. Wirtualne showrooms np. umożliwiają konsumentom obejrzenie mebli w ich wirtualnym mieszkaniu jeszcze

przed zakupem, a branża odzieżowa korzysta z wirtualnych przymierzalni, aby poprawić doświadczenie klientów. Według raportu Gartnera do 2026 r. 25 proc. ludzi spędzi co najmniej godzinę dziennie w metaverse, co stwarza ogromny potencjał dla handlu elektronicznego.

Rozszerzona rzeczywistość (AR) i wirtualna rzeczywistość (VR) stanowią fundament metaverse w e-commerce. Wirtualne reklamy w środowiskach VR oraz interaktywne pokazy produktów przyciągają uwagę konsumentów, szczególnie młodych generacji Z i alfa, którzy już teraz oczekują doświadczeń zakupowych na miarę gier komputerowych. Wyzwaniem pozostaje jednak dostępność technologii oraz wysoka bariera kosztowa dla małych i średnich przedsiębiorstw. Niemniej jednak firmy, które zainwestują



w te technologie wcześniej, mają szansę zdobyć znaczną przewagę konkurencyjną.

Zmiany w zachowaniach konsumentów – personalizacja i nowe technologie

Nowoczesne technologie, takie jak AR i VR, zmieniają sposób, w jaki konsumenci dokonują zakupów, ale zmieniają się również oczekiwania konsumentów. Personalizacja staje się kluczowym elementem, który decyduje o lojalności klientów. Konsumenti oczekują, że oferty będą dostosowane do ich preferencji, a doświadczenie zakupowe – intuicyjne i spersonalizowane. Firmy korzystają z zaawansowanych algorytmów sztucznej inteligencji (AI), które analizują historię zakupów, preferencje i zachowania użytkowników, aby tworzyć indywidualne oferty. Personalizacja nie tylko zwiększa sprzedaż, ale także buduje długotrwałą relację między klientem a marką.

Wpływ sztucznej inteligencji (AI) na e-commerce jest niezwykle szeroki, obejmując personalizację zakupów, optymalizację zarządzania magazynem, poprawę obsługi klienta oraz ochronę przed oszustwami. Obecnie ponad 51 proc. firm e-commerce stosuje technologie AI w swoich procesach, a rynek AI w handlu elektronicznym osiągnął wartość 6 mld dol. w 2023 r. Co więcej, szacuje się, że do 2030 r. wzrośnie on do 63,5 mld dol., co oznacza imponujący roczny wskaźnik wzrostu (CAGR) na poziomie 40 proc.

AI wprowadza również innowacje w obsłudze klienta poprzez chatboty i asystentów wirtualnych, którzy są w stanie odpowia-

ROZWÓJ TECHNOLOGII, ZMIENIAJĄCE SIĘ PREFERENCJE KONSUMENTÓW ORAZ NOWE PRZESTRZENIE, TAKIE JAK METAVERSE, BĘDĄ W NAJBLIŻSZYCH LATACH REDEFINIOWAĆ SPOSÓB, W JAKI FUNKCJONUJE HANDEL ONLINE.

dać na pytania, rekomendować produkty i obsługiwać zamówienia przez całą dobę. Technologia ta pozwala na obniżenie kosztów obsługi klienta o nawet 30 proc. i znacząco zwiększa zadowolenie konsumentów. W nadchodzących latach AI będzie nadal transformować branżę e-commerce, przyspieszając adaptację nowych technologii i podnosząc standardy obsługi oraz efektywności operacyjnej. Dzięki inwestycjom w AI firmy mają szansę uzyskać przewagę konkurencyjną na rynku, który dynamicznie ewoluuje w kierunku pełnej integracji technologii cyfrowych.

Dynamiczny rozwój rynku e-commerce w Polsce

Polski rynek e-commerce od lat wpisuje się w światowe trendy, odnotowując stabilne, dwucyfrowe wzrosty. Według raportu Strategy & Polska w 2024 r. wartość tego sektora ma przekroczyć 140 mld zł, by do 2028 r. osiągnąć aż 192 mld zł. Oznacza to średni roczny wzrost (CAGR) na poziomie 8 proc. Kluczowymi czynnikami napędzającymi rozwój są rosnąca funkcjonalność platform zakupo-

wych oraz coraz większe zaufanie konsumentów do zakupów online. Prognozowane zwiększenie wyceny rynku o 52 mld zł w ciągu czterech lat podkreśla jego ogromny potencjał oraz znaczenie w gospodarce krajowej.

Rok 2023 przyniósł wyzwania w postaci inflacji oraz spowolnienia gospodarczego, co wpłynęło na niższe tempo wzrostu sprzedaży w e-commerce w porównaniu z poprzednimi latami. Konsumenti, coraz bardziej wrażliwi na ceny, skłonili firmy do dostosowania strategii cenowych oraz zwiększenia liczby promocji i rabatów. Pomimo tych trudności sektor handlu internetowego w Polsce pozostaje niezwykle perspektywiczny. Rosnące wykorzystanie nowych technologii, takich jak AI czy AR, oraz inwestycje w infrastrukturę logistyczną wspierają dalszy rozwój rynku, który pozostaje jednym z najbardziej dynamicznych w Europie Środkowo-Wschodniej.

Innowacje technologiczne zmieniają handel online

E-commerce jest w fazie intensywnej transformacji zarówno w Polsce, jak i na świecie. Rozwój technologii, zmieniające się preferencje konsumentów oraz nowe przestrzenie, takie jak metaverse, będą w najbliższych latach redefiniować sposób, w jaki funkcjonuje handel online. Pomimo trudności, jakie stoją przed branżą, jej potencjał rozwoju jest zdecydowanie większy. Przedsiębiorstwa, które będą gotowe do adaptacji i szybkiej reakcji na nowe technologie oraz oczekiwania konsumentów, będą kształtować przyszłość branży e-commerce. ■