

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-26-18>

УДК 339.13.017

СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ З УРАХУВАННЯМ КРИЗОВИХ УМОВ ПАНДЕМІЇ COVID-19

WORLD TENDENCIES OF THE ELECTRONIC COMMERCE DEVELOPMENT TRENDS WITH CRISIS TERMS OF COVID-19 PANDEMIC

Бергер Аліна Дмитрівнакандидат економічних наук, доцент,
Національний університет харчових технологій
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2269-6147>**Галета Андрій Сергійович**магістр,
Національний університет харчових технологій
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1438-1855>**Berher Alina, Haleta Andrii**

National University of Food Technology

У статті обґрунтовується актуальність дослідження поширення у світі електронної комерції завдяки наслідкам пандемії COVID-19. Аналіз останніх публікацій з цього питання показав, що світова роздрібна торгівля зазнала суттєвих змін завдяки постійній цифровізації сучасного життя. За світовими прогнозами на 2023 рік зростання електронної комерції в роздрібних продажах досягне 5,9 трильйона доларів США. П'ятіркою лідерів за приростом у роздрібних продажах електронної комерції стануть наступні країни: Китай – 70,3%, США – 45,7%, Франція – 45,6%, Австралія – 44,6%, Росія – 44,2%. Лідерами у світовому рейтингу веб-сайтів з роздрібною торгівлю за обсягом трафіку є *Amazon*, *Taobao* та *Tmall*. Однією з найбільших тенденцій у світовій електронній комерції є використання мобільних пристроїв як напрямку роздрібною торгівлю, що демонструє перспективне зростання. За прогнозом групи компаній EVO в Україні у 2021 році передбачається, також як у світі, зростання роздрібною електронною комерційною продажу на третину.

Ключові слова: електронна комерція, тенденції, пандемія COVID-19, наслідки, зміни, криза, продажі, М-комерція.

В статье обосновывается актуальность исследования распространения в мире электронной коммерции благодаря последствиям пандемии COVID-19. Анализ последних публикаций по этому вопросу показал, что мировая розничная торговля претерпела существенные изменения благодаря постоянной цифровизации современной жизни. По мировым прогнозам на 2023 год объем электронной коммерции в розничных продажах достигнет 5,9 триллиона долларов США. Пятеркой лидеров по приросту в розничных продажах электронной коммерции будут следующие страны: Китай – 70,3%, США – 45,7%, Франция – 45,6%, Австралия – 44,6%, Россия – 44,2%. Лидерами в мировом рейтинге сайтов по розничной торговле по объему трафика является *Amazon*, *Taobao* и *Tmall*. Одной из самых тенденций в мировой электронной коммерции является использование мобильных устройств как направления розничной торговли, которое демонстрирует перспективный рост. По прогнозу группы компаний EVO в Украине в 2021 году предполагается, также как и, в мире, рост розничной электронной коммерческой продажи на треть.

Ключевые слова: электронная коммерция, тенденции, пандемия COVID-19, последствия, изменения, кризис, продажи, мобильная коммерция.

The actuality of the research of world electronic commerce distribution due to the consequences of COVID-19 pandemic is established in the article. Publications for 2020 of electronic commerce issues testify to their variety, multitasking nature and specific directions. The analysis of open sources of this question showed, that the world retail business had tested substantial changes due to permanent digitalization of modern life and consumers have possibilities to get income in on-line business. The amount of digital technologies customers in the world grows annually.

In 2020 the volumes of the world electronic retail exceeded 4,9 trillions of USA. On the world prognoses on 2023 the increase of electronic commerce in retails will attain 5,9 trillions of USA dollars. Five leaders after the increase of electronic commerce in retails will be the following countries: China – 70,3%, USA – 45,7%, France – 45,6%, Australia – 44,6%, Russia – 44,2%. Leaders in the world rating of web sites of retail business by traffic is *Amazon* on *Taobao* and *Tmall*. One of the biggest tendencies in the world electronic commerce is the use of mobile devices as the direction of retail business that demonstrates perspective increase. M-commerce is especially popular in the countries of Asia, such as South Korea, where generate to 65 % of general volume of online-transactions by means of mobile traffic. Influence of COVID-19 pandemic on the Internet-traffic from the side of sale volumes, testifies to its substantial increase in behalf on supermarkets, Medias and television. Influence of pandemic on transaction from the side of sale volumes in the cut of industries testifies to their substantial increase in retail business, medical insurance, bank, cosmetic spheres. Analogical tendencies in the development of electronic commerce in the conditions of pandemic to the coronaviruses are observed also in Ukraine. In 2020 in Ukraine the total amount of commodities and services that purchased consumers in the Internet increased on 41% than it previous year. Thus, on the prognosis of EVO group the companies in 2021 the increase of electronic commercial retail is envisaged on one third.

Keywords: e-commerce, trends, pandemic COVID-19, consequences, changes, crisis, sales, M-commerce.

Постановка проблеми. Поширення у світі пандемії COVID-19 призвело до суттєвих змін у електронній комерції. Так, ситуація локдауна, коли люди позбулися звичного способу життя, надала значні переваги і принесла власникам мереж електронної комерції надвисокі прибутки. Адаже вони пропонують споживачеві все, від товарів першої необхідності до розваг і освітніх програм не виходячи з дому. Тому, тема впливу умов пандемії на розвиток світової електронної комерції є актуальною і затребуваною.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Досліджуючи питання електронної комерції у наукових публікаціях 2020 року, було виявлено, що науковці звертають увагу на специфічні напрямки її розвитку. Зокрема, досліджують електронну комерцію з позиції: Волинчук Ю., Ковальчук Н., Кулик Ю. – електронної взаємодії в її ключових секторах [1]; Гаврилюк О., Божидарнік Т. – модифікації пріоритетів споживачів у форс-мажорних обставинах [2]; Симаков В. – інноваційного підприємництва [3]; Червона О. – тенденцій розвитку [4], Кінан М. – глобальних змін [5], Юдин А. – розвитку м-комерції [6], Мур К. [7], Коппола Д. [8], Кулач К. [9] – трендів і особливостей розвитку е-комерції у розрізі різних країн.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Умови життя в світі визначаються як VUCA (volatility, uncertainty, complexity, ambiguity – нестабільність, невизначеність, складність, неоднозначність), де майбутнє нескінченно невизначено. Тому, середовище, в якому знаходяться підприємства, постійно змінюється. Безсумнівним є факт, що здійснився суттєвий вплив пандемії COVID-19 на функціонування електронної комерції у світі, його прогнозних значень, сучасних тенденцій розвитку для різних країн. Розгляд цього питання у наукових працях

є недостатньо вирішеним і вимагає більш детального дослідження.

Формулювання цілей статті. Дослідити світові тенденції розвитку електронної комерції з урахуванням умов пандемії COVID-19.

Виклад основного матеріалу дослідження. На макrorівні пандемія COVID-19 завдала надзвичайної шкоди світовій торгівлі. Деякі галузі мали вищий попит, ніж інші (наприклад, виробники засобів індивідуального захисту, товарів медичного призначення й гігієнічних засобів, харчових продуктів), або могли швидше реагувати. Водночас певні галузі, зокрема, виробництво транспортних засобів і машинобудування, зіткнулися з великими проблемами у постачанні і збуті. Кризові явища сприяли переходу цих галузей на електронну комерцію з метою обслуговування клієнтів і залучення нових.

За останні кілька років електронна комерція стала невід'ємною частиною світової системи роздрібною торгівлі. Як і багато інших галузей, роздрібна торгівля зазнала суттєвих змін завдяки постійній цифровізації сучасного життя і споживачі практично з усіх країн мають можливість отримувати прибуток від пільг онлайн-транзакцій. Оскільки доступ до Інтернету та його впровадження стрімко зростають у всьому світі, кількість покупців цифрових технологій зростає щороку.

У 2020 році понад два мільярди людей придбали товари чи послуги в Інтернеті, а за той самий рік обсяг електронного роздрібного продажу перевищив 4,28 трильйона доларів США у всьому світі. Водночас в 2021 році його прогнозне значення становитиме 4,89, а вже у 2024 році – 6,3 трильйона доларів США (рис. 1).

Світовий ринок електронної комерції показує перспективне зростання, і до 2023 року очікується 22% роздрібних продажів (рис. 2).

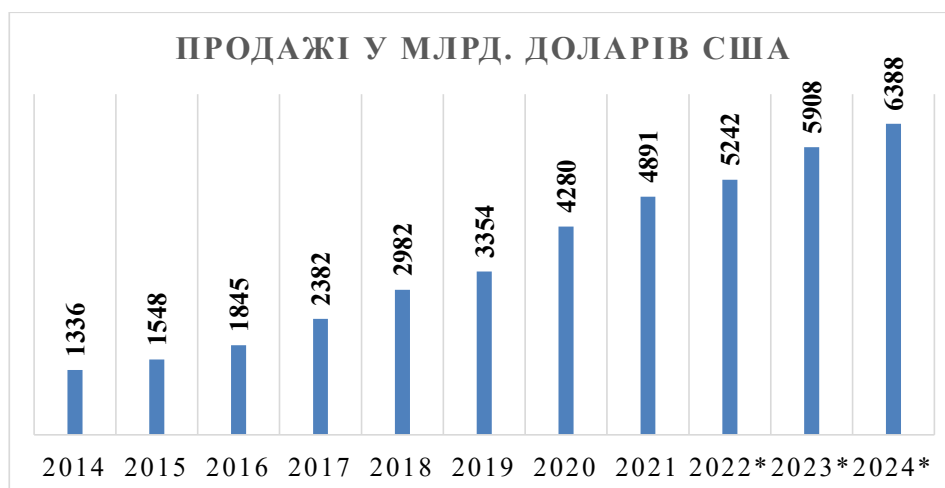


Рис. 1. Обсяги електронного роздрібного продажу, млрд. доларів США [5]

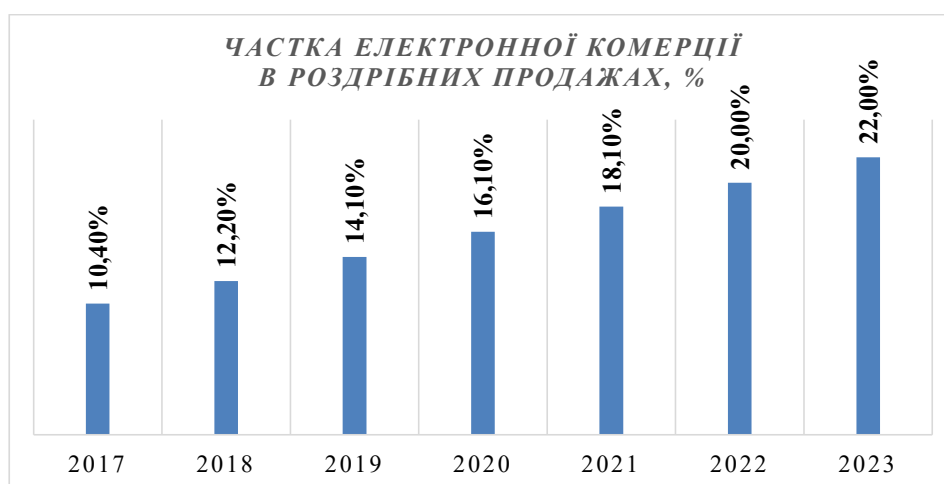


Рис. 2. Частка електронної комерції в роздрібних продажах, % [5]

За прогнозами зростання електронної комерції в роздрібних продажах на 2023 рік лідерами є Китай, США, Франція, Австралія, Росія (табл. 1).

Лідером у світовому рейтингу веб-сайтів з роздрібною торгівлі за обсягом трафіку є Amazon: гігант електронної комерції, що базу-

Таблиця 1

Прогноз зростання електронної комерції у світі

| Країна | 2018 / млрд. дол. | 2023 / млрд. дол. | П'ятирічне зростання |
|----------------|-------------------|-------------------|----------------------|
| Китай | 636,1 | 1806,1 | 70,3 % |
| США | 504,6 | 735,4 | 45,7 % |
| Франція | 49,4 | 71,9 | 45,6 % |
| Австралія | 18,6 | 26,9 | 44,6 % |
| Росія | 17,2 | 24,8 | 44,2 % |
| Канада | 39,9 | 55,4 | 38,8 % |
| Німеччина | 70,3 | 95,3 | 35,6 % |
| Великобританія | 86,5 | 113,6 | 31,3 % |
| Японія | 81,7 | 103,6 | 26,8 % |
| Східна Корея | 63,7 | 80,2 | 25,9 % |

Джерело: складено за даними [5]



Рис. 3. Середньомісячний трафік веб-сайтів роздрібної торгівлі [5]



Рис. 4. Обсяги М-комерції, у % до роздрібного електронного продажу [6]

ється в Сіетлі, який пропонує електронну роздрібну торгівлю, обчислювальні послуги, побутову електроніку та цифровий контент, зареєстрував понад 5,2 мільярда унікальних відвідувачів у червні 2020 року за валовою вартістю товарів (GMV). Водночас Amazon посідає тільки третє місце після китайських конкурентів Taobao та Tmall. Обидві платформи експлуатуються компанією Alibaba Group, провідним постачальником Інтернет-торгівлі в Азії. Найпопулярніші веб-сайти роздрібної торгівлі в усьому світі у 2020 році за середньомісячним трафіком (у мільйонах) (рис. 3).

Однією з найбільш помітних тенденцій у світовій електронній комерції є безпрецедентне використання мобільних пристроїв. Сьогодні мобільний зв'язок і мобільні додатки – це напрямок роздрібної торгівлі, який демонструє перспективне зростання. За прогнозом

2021 року мобільний роздрібний комерційний продаж складе 53,9% загального роздрібного електронного комерційного продажу (рис. 4).

У 2019 році на смартфони припадало понад 60 % усіх роздрібних відвідувань веб-сайтів у всьому світі. Оскільки впровадження мобільних пристроїв прогресує швидкими темпами, особливо в регіонах, де бракує іншої цифрової інфраструктури. М-комерція особливо популярна в країнах Азії, як Південна Корея, де генерують до 65 % загального обсягу онлайн-транзакцій за допомогою мобільного трафіку.

Пандемія COVID-19 впливає на поведінку споживачів в Інтернеті. Цифрові канали стали найпопулярнішою альтернативою переповненим магазинам та власним покупкам за зручністю та безпекою.

У 2020 року світовий роздрібний електронний комерційний трафік становив рекордних

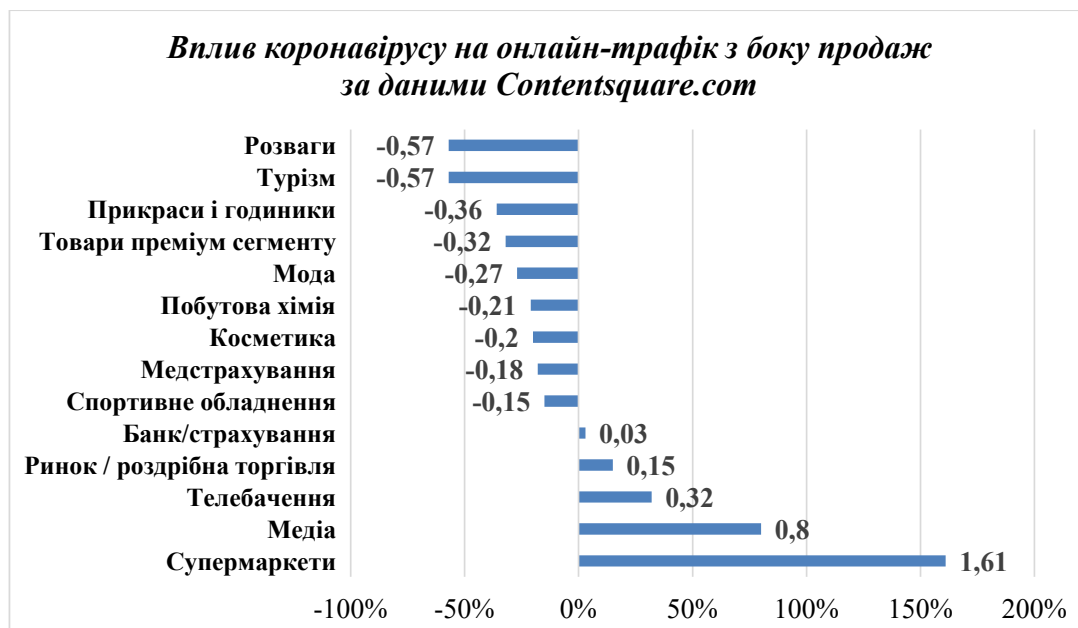


Рис. 5. Вплив пандемії Covid-19 на інтернет-трафік з боку продаж [7]

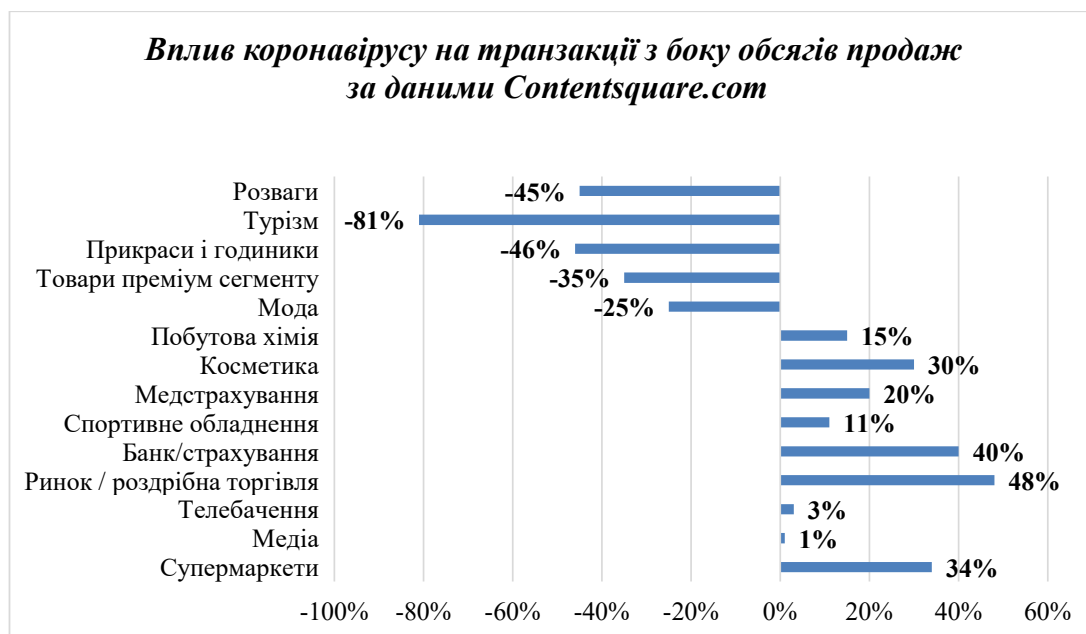


Рис. 6. Вплив пандемії COVID-19 на транзакції з боку обсягів продаж [7]

ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТОРГІВЛЯ ТА БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ

22 мільярди відвідувань щомісяця, причому попит був надзвичайно високим на щоденні товари, такі як продукти харчування, одяг, а також роздрібні технічні товари (рис. 5).

Вплив пандемії COVID-19 на інтернет-трафік з боку продаж свідчить про його суттєве збільшення на користь супермаркетів, медіа і телебачення.

Вплив пандемії на транзакції з боку обсягів продаж за даними Contentsquare.com у розрізі галузей свідчить про їхнє зростання у роздрібній торгівлі, банківській, косметичній сферах і медичному страхуванні (рис. 6).

Середня кількість товарів на замовлення зросла на 60% під час пандемії COVID-19 [9]. 44% споживачів випробовували нові марки під час пандемії (Arlington Research). 43% покупців тепер почуваються більш позитивно і впевнено щодо покупки в Інтернеті; 40% споживачів повідомили про зручність користуватися цифровими технологіями, ніж до локдауну (Wunderman Thompson Commerce).

За оцінками групи компаній EVO, в Україні загальна сума фізичних товарів і послуг, які придбали споживачі в інтернеті у 2020 році склала 107 млрд. грн., що на 41% більше ніж у

2019 році [10]. Зросла і кількість онлайн оплати на 50%. Майже 9% всіх покупок відбувається онлайн – на маркетплейсах, в онлайн-магазинах і соцмережах. За рік кількість замовлень на маркетплейсах EVO – Prom.ua, Bigl.ua, Crafta.ua, Shafa.ua, IZI.ua та сайтах компаній Prom.ua зросла на 42%. Середній чек впав на 10%. Споживачі почали купувати онлайн значно частіше і дешевші товари – одяг, товари щоденного вжитку, продукти харчування, зоотовари, маски. Найбільший приріст за 2020 рік у категорії “Медичні товари”, що пов’язано з купівлею засобів захисту.

За прогнозом групи компаній EVO, у 2021 році темпи зростання електронної комерції частково збережуться й зростуть ще на третину [11]. Цьому сприятимуть: безпечні способи онлайн-оплати на маркетплейсах (наприклад, Пром-оплата, оплата через Shafa, безпечна оплата на IZI тощо); здешевлення доставки за рахунок акцій безкоштов-

ної доставки від маркетплейсів; швидкість і зростання якості обслуговування.

Висновки. Наслідки пандемії COVID-19 нанесли серйозної шкоди глобальній торгівлі. Водночас для функціонування електронної комерції у світі відбулося поширення, про що свідчать прогнозні значення, особливості розвитку у різних країнах. Тому, дослідження цього питання є цікавим і вимагає деталізації. Адже криза пандемії COVID-19 посприяла розвитку нових фірм, клієнтів, типів товарів і методів онлайн-оплати в електронній комерції. Доступність до товарів, послуг через електронну комерцію надало нові можливості для великої кількості споживачів. Отже, обсяги продажу товарів у розрізі різних сфер діяльності в світовій електронній комерції, і особливо м-комерції, будуть тільки зростати завдяки зручності, швидкості обслуговування, проведення акцій, безпечності онлайн-оплати тощо.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Волинчук Ю. В., Ковальчук Н. В., Кулик Ю. М. Електронна взаємодія в ключових секторах електронної комерції. *Економічні науки. Серія : Регіональна економіка*. 2020. Вип. 17. С. 39–49.
2. Гаврилюк О. В., Божидарнік Т. В. Глобальна пандемія: модифікація пріоритетів споживачів та електронної комерції у форс-мажорних обставинах. *Наукові горизонти*. 2020. № 4. С. 7–14.
3. Симаков В. С. Зміст управління підприємствами електронної комерції як суб'єктами інноваційного підприємництва. *Держава та регіони. Серія : Економіка та підприємництво*. 2020. № 3(2). С. 6–14.
4. Червона О. Ю. Тенденції розвитку електронної комерції. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2020. Вип. 39. С. 65–68.
5. Michael Keenan. Global Ecommerce Explained: Stats and Trends to Watch in 2021. URL: <https://www.shopify.com/enterprise/global-ecommerce-statistics>
6. Юдін Антон. Світовий E-commerce і M-commerce – статистика і факти електронної комерції. 2020. URL: <https://marketer.ua/ua/e-commerce-worldwide-statistics-facts/>
7. Kaleigh Moore Create An App For Your Store: How To Use No-cote Ecommerce App Development. URL: <https://www.abetterlemonadestand.com/ecommerce-app-development/>
8. Daniela Coppola E-commerce worldwide – Statistics & Facts. URL: <https://www.statista.com/topics/871/online-shopping/>
9. Karolina Kulach. 10 significant ecommerce statistics you need to know in 2021. URL: <https://www.webinterpret.com/au/blog/ecommerce-statistics/>
10. E-commerce 2020: сума онлайн-покупок за рік в Україні зросла на 41%. URL: <https://ua-times.com/news-uk/e-commerce-2020-suma-onlajn-pokupok-za-rik-v-ukrayini-zroslo-na-41.html>

REFERENCES:

1. Volynchuk Y. V., Koval'chuk N. V., Kulyk Y. M. (2020) Elektronna vzayemodiya v klyuchovykh sektorakh elektronnoyi komertsyi [Electronic interaction in key sectors of e-commerce]. *Ekonomichni nauky. Seriya: Rehional'na ekonomika*, vol. 17, pp. 39–49.
2. Havrylyuk O. V., Bozhydarnik T. V. (2020) Hlobal'na pandemiya: modyfikatsiya priorytetiv spozhyvachiv ta elektronnoyi komertsyi u fors-mazhorynykh obstavynakh [Global pandemic: modification of consumer priorities and e-commerce in force majeure]. *Naukovi horyzonty*, no. 4, pp. 7–14.
3. Symakov V. S. (2020) Zmist upravlinnya pidpryyemstvamy elektronnoyi komertsyi yak sub'yektamy innovatsiynoho pidpryyemnytstva [The content of management of e-commerce enterprises as subjects of innovative entrepreneurship]. *Derzhava ta rehiony. Seriya: Ekonomika ta pidpryyemnytstvo*, no. 3(2), pp. 6–14.

4. Chervona O. Yu. (2020) Tendentsiyi rozvytku elektronnoyi komertsyi [Trends in e-commerce]. *Naukovyy visnyk Khersons'koho derzhavnoho universytetu*, vol. 39, pp. 65–68.
5. Michael Keenan. Global Ecommerce Explained: Stats and Trends to Watch in 2021. URL: <https://www.shopify.com/enterprise/global-ecommerce-statistics>
6. Yudin Anton. World E-commerce and M-commerce – statistics and facts of e-commerce 2020. URL: <https://marketer.ua/ua/e-commerce-worldwide-statistics-facts/>
7. Kaleigh Moore Create An App For Your Store: How To Use No-code Ecommerce App Development. URL: <https://www.abetterlemonadestand.com/ecommerce-app-development/>
8. Daniela Coppola E-commerce worldwide – Statistics & Facts. URL: <https://www.statista.com/topics/871/online-shopping/>
9. Karolina Kulach. 10 significant ecommerce statistics you need to know in 2021. URL: <https://www.webinterpret.com/au/blog/ecommerce-statistics/>
10. E-commerce 2020: suma onlajn-pokupok za rik v Ukraini zrosla na 41%. URL: <https://ua-times.com/news-uk/e-commerce-2020-suma-onlajn-pokupok-za-rik-v-ukrayini-zrosla-na-41.html>