

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СВІТОВОЇ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В УМОВАХ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ

TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF GLOBAL E-COMMERCE IN THE CONTEXT OF BUSINESS DIGITALIZATION

У даній статті досліджено тенденції розвитку світової електронної комерції в умовах діджиталізації бізнесу. Проаналізовано підходи до сутності поняття «електронна комерція». Визначено основні виклики, з якими стикаються сучасні онлайн-магазини та інші учасники ринку електронної комерції, такі як збільшення конкуренції, швидкий розвиток технологій та зміна попиту споживачів. Узагальнено основні тренди та тенденції сучасного діджиталізованого ринку. Побудовано та охарактеризовано світову динаміку е-комерції за останні п'ять років. Наведено рейтинг країн з найвищим відсотком роздрібних електронних продажів та виявлено, що провідне місце у даній сфері належить Китаю. Досліджено прогнозування загального світового доходу від електронної комерції у 2023 році за регіонами. Проаналізовано світові маркетплейси та наведено структуру світового ринку електронної комерції за основними гравцями у 2022 році.

Ключові слова: електронна комерція, електронний бізнес, діджиталізація, маркетплейс, рітейл, онлайн-платформа.

Over the past few years, e-commerce has become an integral part of the global retail system. Like many other industries, retail has undergone significant changes due to the constant digitalization of modern life. This article explores the trends in the development of global e-commerce in the context of business digitalization. Approaches to the essence of the concept of "e-commerce" are analyzed. The definition contained in the Law of Ukraine "On E-Commerce" is given. The main challenges faced by modern online stores and other participants in the e-commerce market, such as increased competition, rapid technological development and changing consumer demand, are identified. This article summarizes the key trends and tendencies in the global e-commerce market. The main indicators characterizing the development of e-business in the world are evaluated and compared. The global dynamics of e-commerce over the past five years is built and characterized. The graph of the share of e-commerce in the total trade of countries of the world is shown. A positive trend in the dynamics of the share of e-commerce in total retail sales is revealed. The variability of the share of e-commerce in total retail sales is studied. It is described that one of the biggest trends in the global e-commerce is the use of mobile devices as a direction of retail trade, which shows promising growth. The ranking of countries with the highest percentage of retail e-sales is presented and it is found that China is the leader in this area. The forecasting of the total global e-commerce revenue in 2023 by regions is studied. The largest revenue is expected in Asia, followed by the United States, and Europe. The global marketplaces are analyzed and the structure of the global e-commerce market by major players in 2022 is presented. The largest marketplaces are: Alibaba, Amazon, JD. com. All the results obtained from the study of this topic are summarized. As a result, a comprehensive overview of the trends in the development of global e-commerce in the context of business digitalization is provided and the key areas for the development of this market in the future are identified.

Key words: e-commerce, e-business, digitalization, marketplace, retail, online platform.

УДК 339.13.017

DOI: <https://doi.org/10.32782/dees.5-3>

Стежко Н.В.¹

д.е.н., професор,
завідувач кафедри міжнародних
економічних відносин,
Державний податковий університет
Шевчук О.І.²

студентка,
Державний податковий університет

Stezhko Nadiia

State Tax University
Shevchuk Oleksandra
State Tax University

Постановка проблеми. Останні роки свідчать про значне збільшення обсягів електронної комерції в усьому світі. Діджиталізація бізнесу та популяризація онлайн-платформ відкривають нові можливості для покупців та продавців, а також дозволяють здійснювати торгівлю в умовах, що не обмежуються географією та часом. Зокрема, у зв'язку з пандемією COVID-19 електронна комерція стала ще більш актуальною та необхідною. Сучасна електронна комерція – це не просто можливість купувати товари та послуги в Інтернеті, це повноцінний бізнес, який розвивається з кожним днем.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Чимало вітчизняних вчених досліджували у своїх працях розвиток електронної комерції, зокрема Шкригун Ю. О. [5] та Нескороджена Л. Л. [3] велику увагу приділяли дефініції «електронна комерція»,

Маліцька Г. Г. та Мельник О. І. [2] досліджували основні тенденції, а також переваги та недоліки е-комерції, Засенко О. Ю. [1] зосереджувався на проблемі інтеграції України у світовий ринок електронної комерції. Більш детальні дослідження проводили окремі приватні компанії та аналітичні групи, такі як «Statista» [8], «We Are Social UK» [7], «Activate» [6]. Попри велику кількість досліджень, дана тема потребує подальшого розгляду, адже ринок електронної комерції розвивається доволі швидкими темпами, тому його потреби та вимоги постійно змінюються.

Постановка завдання. Метою дослідження є вивчення основних тенденцій розвитку глобальної електронної комерції, а також аналіз структури світового ринку е-торгівлі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Швидкий розвиток технологій і зростання попу-

¹ ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7292-5617>

² ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3649-5896>

лярності Інтернету призвели до того, що електронна комерція стала необхідною складовою сучасного бізнесу. Умови диджиталізації бізнесу, що прискорюються з кожним роком, дозволяють підприємствам збільшувати свій потенціал і розширювати свої можливості, залучаючи нових клієнтів через Інтернет.

Даний термін широко вживаний у міжнародній та українській науковій літературі (табл. 1).

Згідно з Законом України «Про електронну комерцію», електронна комерція (e-commerce) – це відносини, спрямовані на отримання прибутку, що виникають під час вчинення правочинів щодо набуття, зміни або припинення цивільних прав та обов'язків, здійснені дистанційно з використанням інформаційно-телекомунікаційних систем, внаслідок чого в учасників таких відносин виникають права та обов'язки майнового характеру [4].

Розвиток електронної комерції в розвинених країнах характеризується інтенсифікацією онлайн-операцій, збільшенням кількості онлайн-покупців, застосуванням суб'єктами господарювання нових технологій в управлінні та виробництві, модернізацією інформаційних технологій, вдосконаленням маркетингу продукції, розширенням використання електронних грошей та банківських карток при здійсненні розрахунків, збільшенням частки операцій, що здійснюються з використанням мобільних пристроїв. Цьому значною мірою сприяє можливість встановлення відносно низьких цін, зменшення витрат на організацію торговельних процесів. Проте, слід зауважити, що ефективність діяльності підприємств електронної комерції значною мірою залежить від рівня проникнення Інтернету, налагодженості процесу доставлення, зручності пропонуваного сервісу та ін. Найбільша частка продажів у світі, яка

припадає на онлайн-операції, спостерігається в секторах медіа, спортивних товарів, електроніки, меблів, а також одягу, засобів особистого догляду, їжі, напоїв [1, с. 6].

Відповідно до звіту про стан цифрової сфери «Digital 2022», підготовленого компаніями «We Are Social» і «Hootsuite», станом на січень 2022 року населення світу становило 7,91 мільярда, причому річний темп зростання на 1% свідчить про те, що ця цифра сягне 8 мільярдів десь у середині 2023 року. На початку 2022 року кількість користувачів Інтернету в усьому світі зросла до 4,95 мільярда, а рівень проникнення в Інтернет зараз становить 62,5% від загального населення світу [7]. Таким чином, цілком закономірним є зростання онлайн-торгівлі.

Динаміка світової роздрібної електронної комерції за останні п'ять років представлена на рисунку 1.

Так, у 2022 році роздрібні онлайн-продажі у світі склали 5,42 трлн дол. США. Водночас у 2023 році, за прогнозом німецької статистичної компанії «Statista», їх прогнозне значення становитиме близько 5,9 трлн дол. США. За даними цієї платформи у 2022 році частка електронної комерції у загальному обсязі глобальних роздрібних продажів складала 20% (рис. 2).

В різних країнах електронний бізнес розвивається різними темпами. В цілому, тенденцією розвитку онлайн-торгівлі охоплено увесь світ, але є основні гравці, що закладають тренди та впливають на правила торгівлі для цілих континентів. В трійку країн-лідерів у 2022 році за часткою е-торгівлі увійшли Китай, Південна Корея та Велика Британія (рис. 3).

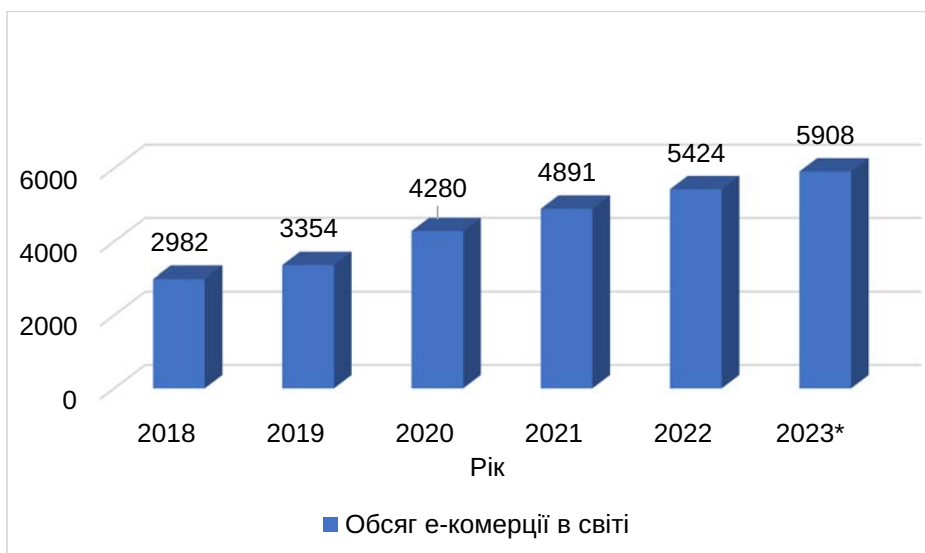
Отже, помітно, що лідером з об'ємів продажів в мережі Інтернет за статистикою є Китай.

Таблиця 1

Сутність поняття «електронна комерція»

Автор	Сутність визначення «електронна комерція»
Л. Нескороджена [3, с. 18]	у широкому значенні - господарська діяльність, яка здійснюється за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій, включає укладання правочинів в електронній формі та передбачає електронний обмін інформацією, електронний рух капіталу, електронну торгівлю, обіг електронних грошей, електронний маркетинг, електронний банкінг, електронні страхові послуги тощо. У вузькому значенні - процес купівлі-продажу за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій, результатом якого є правочин, укладений в електронній формі.
Ю. О. Шкригун [5, с. 316]	– вид електронної комерційної діяльності, що реалізується через електронну взаємодію економічних суб'єктів.
Г. Г. Маліцька, О. І. Мельник [2]	– це будь-які бізнес-процеси, які здійснюються з допомогою інформаційних технологій та мережі Інтернет.
Світової Організації Торгівлі (WTO) [11]	– це організація процесу товарно-грошового обміну у формі купівлі-продажу на базі електронних технологій.
Комісія ООН з міжнародного торгового права (UNCITRAL) [10]	– організація і технологія купівлі продажу товарів, послуг електронним способом з використанням телекомунікаційних мереж та електронних фінансово-економічних інструментів.

Джерело: складено авторами



*прогнозне значення

Рис. 1. Обсяги електронного роздрібного продажу, млрд дол. США

Джерело: складено за даними [8]

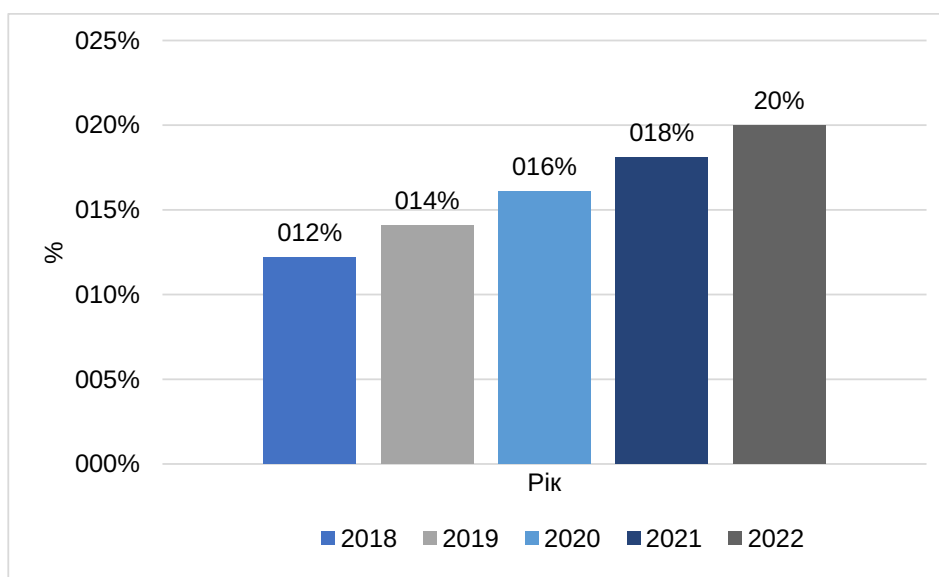


Рис. 2. Частка електронної комерції в роздрібних продажах, %

Джерело: складено за даними [8]

У 2022 році частка електронної комерції в загальній торгівлі Китаю становила 55,6%. У Китаї розташовані деякі з провідних компаній електронної комерції в регіоні, такі як «Alibaba Group», яка керує такими велетнями інтернет-комерції як «AliExpress», «Taobao», «Pinduoduo» та «JD.com».

Якщо розглядати розвиток світової електронної комерції за регіонами, то саме Азійсько-Тихоокеанський регіон вражає своїми темпами та масштабами (рис. 4). Китай та Південна Корея є одними з провідних ринків електронної комерції

в усьому регіоні, на них припадає значна частка загального обсягу роздрібних онлайн-продажів у світі. Японія є ще одним активним ринком електронної комерції, де 71% країни здійснюють покупки онлайн [9]. Однак, електронна торгівля в останні роки набула популярності в Південно-Східній Азії, і, за прогнозами «Statista», її ринок електронної комерції з 2019 по 2025 роки зросте в чотири рази.

Очікується, що у 2023 році Азія матиме найвищий загальний дохід від роздрібно-електронної комерції – понад два трильйони доларів США.

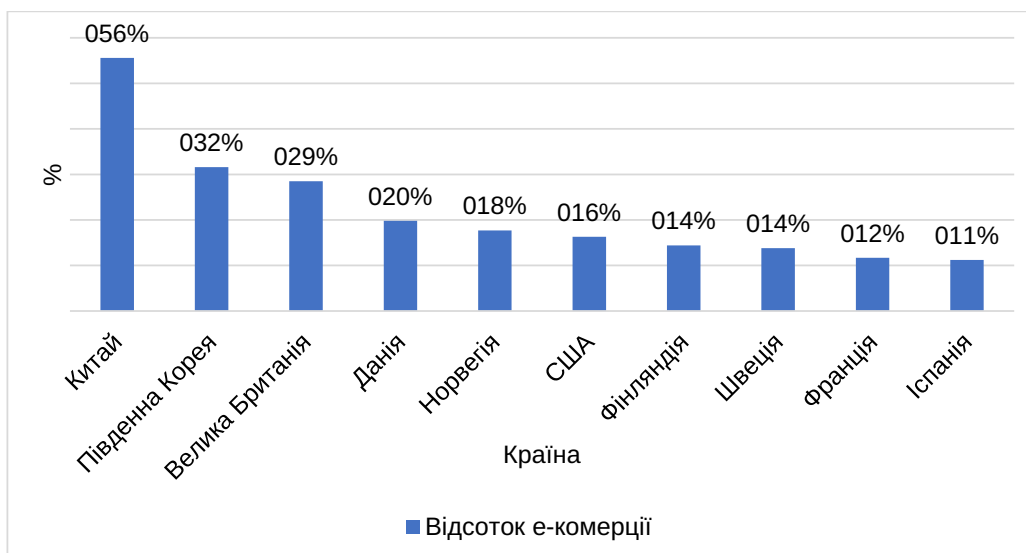


Рис. 3. Топ-10 країн з найвищим відсотком роздрібних електронних продажів у 2022 році, %

Джерело: складено за даними [8]

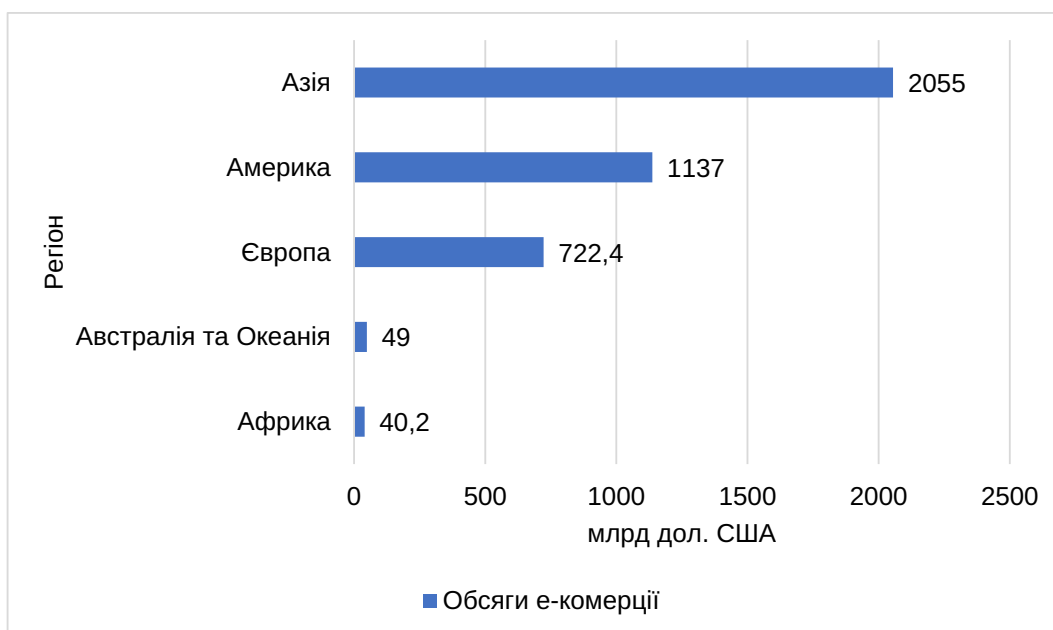


Рис. 4. Загальний світовий дохід від роздрібною електронною комерцією у 2023 році за регіонами, млрд дол. США

Джерело: складено на основі [8]

Другий за величиною дохід від онлайн-магазинів буде отримано в Америці, приблизно 1,1 трлн дол. США. Дохід від електронної комерції в Африці залишатиметься найменшим у світі – близько 40 мільярдів доларів США.

У 2022 році, за даними «Activate Consulting», найбільшими гравцями ринку електронної комерції у світі стали «Alibaba» (24%), «Amazon» (13%), «JD.com» (10%), «Pinduoduo» (7%), «eBay» (2%) та інші (рис. 5).

Висновки. Отже, тема електронної комерції є надзвичайно актуальною в сучасному світі, де

Інтернет відіграє важливу роль в економічному та соціальному житті людей.

Електронна комерція забезпечує зручний та доступний спосіб купівлі та продажу товарів та послуг у режимі онлайн, що дозволяє підприємцям займатися бізнесом без географічних обмежень, а клієнтам – здійснювати покупки в будь-який час і з будь-якого місця з доступом до Інтернету. Окрім того, електронна комерція відкриває нові можливості для підприємців та споживачів, такі як миттєвий доступ до великої кількості товарів та послуг, можливість порівняння цін та характеристик

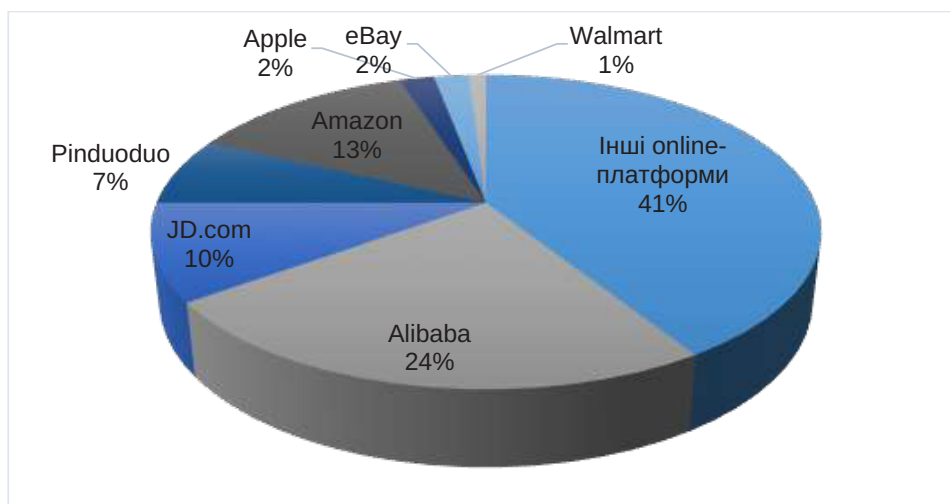


Рис. 5. Структура світового ринку електронної комерції за основними гравцями у 2022 році

Джерело: побудовано за даними Activate Consulting [6]

товарів, можливість здійснення покупок з будь-якої точки світу, а також можливість отримання персоналізованої реклами та пропозицій.

У 2022 році на електронну комерцію припало 20% світових роздрібних продажів, тоді як п'ять років тому цей показник становив лише 12%. Іншими словами, простір електронної комерції стає все більш переповненим. Швидке зростання електронної комерції можна пояснити багатьма причинами, головною з яких є COVID-19. Передові місця у розвитку електронної комерції належать Китаю та США, саме їх маркетплейси є найбільшими та найвідомішими у всьому світі. Також досить позитивно є динаміка розвитку е-комерції в Азійсько-Тихоокеанському регіоні. Найбільшими маркетплейсами на світовому ринку електронної комерції в регіональному розрізі є саме китайські онлайн-платформи «Alibaba», «JD.com», «Pinduoduo». У 2022 році їх сумарна частка становила 41%. Значно менша частка (18%) припадає на американські онлайн-платформи, проте вони також займають чільне місце та роблять неабиякий вклад в розвиток світової е-комерції.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Засенко О. Ю. Передумови та перспективи інтеграції України у світовий ринок електронної комерції. *Причорноморські економічні студії*. 2017. № 20. С. 5–9. URL: http://bses.in.ua/journals/2017/20_2017/3.pdf (дата звернення: 30.03.2023).
2. Малицька Г. Г., Мельник О. І. Особливості електронної комерції та стан її розвитку в сучасних економічних умовах України. *Ефективна економіка*. 2018. № 12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6731> (дата звернення: 30.03.2023). DOI: 10.32702/2307-2105-2018.12.74
3. Нескороджена Л. Л. До питання визначення понять "електронний бізнес", "електронна

комерція", "електронна торгівля". *Наукові записки Інституту законодавства Верховної Ради України*. 2017. № 5. С. 17–21. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzizvru_2017_5_5 (дата звернення: 28.03.2023).

4. Про електронну комерцію: Закон України від 19.11.2022 р. № 675-VIII. *Відомості Верховної Ради України*. 2015. № 45. Ст. 410. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19#Text> (дата звернення: 29.03.2023).

5. Шкригун Ю. О. «Електронний бізнес», «електронна комерція» та «електронна торгівля»: відмінності й особливості. *Управління економікою: теорія і практика*. 2020. № 12. С. 312–325. URL: <http://www.chumachenko-readings.org/download/2020/20-Shkrygun.pdf> (дата звернення: 29.03.2023).

6. Activate Tech & Media Outlook 2023. *Activate consulting*. URL: <https://activate.com/outlook/2023/> (date of access: 04.04.2023).

7. Digital 2022: another year of bumper growth. *We Are Social UK*. URL: <https://wearesocial.com/uk/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2/> (date of access: 01.04.2023).

8. E-commerce worldwide. *Statista*. URL: <https://www.statista.com/topics/871/online-shopping/#topicOverview> (date of access: 02.04.2023)

9. Muñoz A. Countries with the Most Opportunities for Online Sales. *Sales Layer Blog*. URL: <https://blog.saleslayer.com/countries-with-most-opportunities-for-online-sales#asia> (date of access: 05.04.2023).

10. United Nations Commission on International Trade Law. URL: <https://uncitral.un.org/en> (date of access: 01.04.2023).

11. World Trade Organization – Global trade. *World Trade Organization*. URL: <https://www.wto.org/> (date of access: 03.04.2023).

REFERENCES:

1. Zasenka O. Yu. (2017) *Peredumovy ta perspektivnyy intehratsii Ukrainy u svitoviy rynok elektronnoy komertsii* [Prerequisites and perspectives of Ukraine integration into the world market of electronic commerce].

Prychornomorski ekonomichni studii, no. 20, pp. 5–9. Available at: http://bses.in.ua/journals/2017/20_2017/3.pdf (accessed: 30.03.2023).

2. Malitska H. H., Melnyk O. I. (2018) Osoblyvosti elektronnoi komertsii ta stan yii rozvytku v suchasnykh ekonomichnykh umovakh Ukrainy [Features of the electronic commerce and the state of its development in the current economic conditions of Ukraine]. *Efektivna ekonomika*, no. 12 Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6731> (accessed: 30.03.2023). DOI: 10.32702/2307-2105-2018.12.74.

3. Neskorozhena L. L. (2017) Do pytannia vyznachennia poniat "elektronnyi biznes", "elektronna komertsii", "elektronna torhivlia" [To the definition of the concepts of «electronic business», «electronic commerce» and «electronic trade»]. *Naukovi zapysky Instytutu zakonodavstva Verkhovnoi Rady Ukrainy*, no. 5, pp. 17–21. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzizvru_2017_5_5 (accessed: 28.03.2023).

4. Pro elektronnu komertsiiu: Zakon Ukrainy vid 19.11.2022. № 675-VIII [About electronic commerce: Law of Ukraine]. *Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy*. 2015. № 45, p. 410. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19#Text> (accessed: 29.03.2023).

5. Shkryhun Yu. O. (2020) «Elektronnyi biznes», «elektronna komertsii» ta «elektronna torhivlia»: vid-

minnosti y osoblyvosti ["E-business", "e-commerce" and "e-commerce": differences and features]. *Upravlinnia ekonomikoiu: teoriia i praktyka*, no. 12, pp. 312–325. Available at: <http://www.chumachenko-readings.org/download/2020/20-Shkrygun.pdf> (accessed: 29.03.2023).

6. Activate Tech & Media Outlook 2023. *Activate consulting*. Available at: <https://activate.com/outlook/2023/> (accessed: 04.04.2023).

7. Digital 2022: another year of bumper growth. *We Are Social UK*. Available at: <https://wearesocial.com/uk/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2/> (accessed: 01.04.2023).

8. E-commerce worldwide. *Statista*. Available at: <https://www.statista.com/topics/871/online-shopping/#topicOverview> (accessed: 02.04.2023)

9. Muñoz A. Countries with the Most Opportunities for Online Sales. *Sales Layer Blog*. URL: <https://blog.saleslayer.com/countries-with-most-opportunities-for-online-sales#asia> (date of access: 05.04.2023).

10. United Nations Commission on International Trade Law. URL: <https://uncitral.un.org/en> (date of access: 01.04.2023).

11. World Trade Organization – Global trade. *World Trade Organization*. URL: <https://www.wto.org/> (date of access: 03.04.2023).