

ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ В ПЕРІОД ГЛОБАЛЬНИХ КРИЗ ТА ВІЙНИ

Карпова К.В., здоб. вищ. осв. ОС «магістр»
Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Т.А. Наумова**
Державний біотехнологічний університет

Однією з найбільш перспективних форм просування товару через всевітній локдаун є просування через інтернет-ресурси [1, с. 157]. Так, пандемія COVID суттєво вдарила по світовій економіці, але війна росії проти України змусила мільйони повірити, що пандемія не була катастрофою такого масштабу, як ми собі уявляли. За даними ООН, станом на 24 квітня понад 5,2 мільйона українців покинули свою країну, більше 6,5 мільйона перебралися у більш безпечні регіони. До 24 лютого український e- Commerce стрімко зростає. У 2020 частка ринку досягла 8% від роздрібної торгівлі (+45% у річному обчисленні). Для порівняння, середній річний приріст у Східній Європі у цей час становив 46%. Темпи зростання в Західній Європі залишилися на рівні 4%. У день російського вторгнення всі інтернет-магазини в середньому втратили 82,7% сеансів [2].

Дослідженням питань електронної комерції приділено значну увагу в роботах багатьох науковців. Деякі автори ототожнюють поняття «електронна комерція» та «електронний бізнес», а деякі вважають, що ці поняття слід розмежовувати. Електронна комерція, на думку багатьох авторів, це транзакція, яка здійснюється через комп'ютерну мережу, внаслідок якої право власності або право використання товаром чи послугою було передано від однієї особи до іншої. Щодо електронного бізнесу, то це процес, який організація незалежно від форми власності проводить за допомогою мережі пов'язаних між собою терміналів), тобто загалом електронний бізнес – це значно ширше поняття, ніж «електронна комерція» [1, с. 157].

Згідно із законом Про «Електронну комерцію», електронна комерція – 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 [3].

Проведене дослідження розвитку електронної комерції під час воєнних дій свідчить про те, що в багатьох мережах продажі просто

обвалилися. Якщо в березні онлайн-продажі впали практично до нуля, то вже у квітні e-commerce почав оживати та демонструвати зростання. Вже в липні у мережі фіксують, що доля онлайн-продажів відносно офлайн майже повернулась на довоєнні показники. [4]. Так, війна внесла деякі обмеження в розвиток e-бізнесу, але ми вважаємо, що за таких умов необхідно зосередитися перш за все на досягненні короткострокових цілей. На нашу думку, необхідно обов'язково визначитися с шляхами побудови ефективних стратегій маркетингової політики, а саме:

I. На макрорівні: слідкувати за ринком; по-можливості економити на розробці креативних стратегій і виробництві глянцевого контенту та перерозподіляти бюджети одразу на PPC рекламу; проводити оптимізацію витрат.

II. На макрорівні: проводити розробку державної регуляторної політики в цій сфері з метою подолання бар'єрів та перешкод для транскордонної електронної комерції з урахуванням нових викликів, необхідно створити єдиний державний орган в галузі електронної комерції.

Таким чином, не зважаючи на те, що повномасштабна військова агресія Росії завдала значної школи економіці України, електронна комерція здатна стати одним з наймогутніших сегментів національної економіки за умови економічного стимулювання внутрішнього споживчого ринку та залучення клієнтів з інших країн ЄС після приєднання до Єдиного цифрового ринку Європейського Союзу.

Інформаційні джерела:

1. Наумова Т.А., Топоркова О.В., Янчева І.В. Організація обліку в системі електронної комерції. *Приазовський економічний вісник*. 2021. Вип.3(26). С. 153-158. URL: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2021-3-27>

2. Як змінився український eCommerce за місяць війни. URL: <https://promodo.ua/ua/blog/yak-zminivsia-ua-ecommerce-za-pershij-misyats-vijni.html>.

3. Про електронну комерцію: Закон України від 3.09.2015 р. № 675-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19#Text> (дата звернення: 08.10.2022).

4. Вплив війни на інтернет-торгівлю: як змінювалися онлайн-продажі ритейлерів протягом I півріччя 2022 року. URL.: <https://rau.ua/novyni/vpliv-vijni-na-internet>.