

ДОВГОСТРОКОВИЙ ВПЛИВ ПАНДЕМІЇ НА РОЗВИТОК СВІТОВОЇ ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ

К.С. Олініченко, канд. екон. наук, доц.
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна
Г.Р. Бєславина, комерц. директор АП «Bookworm»,
м. Харків, Україна

Не дивно, що електронна комерція стрімко зросла у 2020 році, коли споживачі почали купувати продукти, одяг і меблі для дому зі своїх пристроїв. Зручність електронної комерції в поєднанні з цією зміною в поведінці споживачів відображає сильний попит на онлайн-магазини протягом пандемії.

Так, за прогнозами світових аналітиків, продажі електронної комерції в США вперше перевищать 1 трильйон доларів у 2022 році. До пандемії навіть не прогнозувалось, що електронна комерція досягне таких показників до 2024 року.

Технічно підковані споживачі, які шукають швидких і безпроблемних варіантів покупки, продовжуватимуть використовувати електронну комерцію протягом наступних кількох років, і ще більше споживачів будуть переходити до інтернет-купівель.

Статистика електронної комерції «бізнес-бізнес» (B2B) в світі також показує постійне зростання у 2022 році. Усі аспекти бізнесу отримали були прискорення перенесення до цифрової структури на тлі пандемії, включно з комунікаціями. Нові тенденції електронної комерції B2B дозволяють компаніям знизити маркетингові витрати, краще керувати постачальниками та клієнтами та підвищити рівень продажів. Оскільки тенденції онлайн-бізнесу продовжують відігравати важливу роль у повсякденних операціях B2B, світові аналітики прогнозують, що продажі сайтів електронної комерції B2B досягнуть майже 1,77 трильйона доларів США в 2022 році, що на 12% більше, ніж роком раніше.

Вплив Amazon на простір електронної комерції не має собі рівних. 40% усіх продажів електронної комерції у США роздрібними торговцями здійснено через цю платформу. Продажі електронної комерції в США цього року зростуть на 15,3% і досягнуть понад 3,6 мільярда доларів.

Цього року очікується, що найшвидше зростаючою категорією Amazon будуть продукти харчування та напої, продажі електронної комерції збільшаться майже на 25% порівняно з

минулим роком. Оскільки Amazon домінує в онлайн-продовольчому просторі, онлайн-продаж продуктів харчування продовжить домінувати над іншими категоріями товарів. При вищезазначених тенденціях не можна стверджувати, що продукти харчування єдина лідируюча група товарів. У 2021 році багато споживачів вийшли зі пандемійної ізоляції з бажаннями та потребами в новому одязі, що сприяло зростанню продажів одягу та аксесуарів в електронній комерції. Однак у міру того, як ця категорія набирає обертів в електронній комерції, її частка в загальному обсязі продажів електронної комерції досягне піку у 2022 і 2023 роках.

Хоча одяг буде найшвидше зростаючою категорією, споживачі продовжуватимуть купувати речі для розваг. Дві основні категорії, які продовжуватимуть мати попит, включають книги, музику та відео (де продажі через електронну комерцію становитимуть 69,1% від загального обсягу роздрібних продажів) і комп'ютерну та побутову електроніку (53,2% від загального обсягу роздрібних продажів).

Прогноз електронної комерції передбачає, що продажі електронної комерції в усьому світі сягнуть 5 трильйонів доларів у 2022 році та 6 трильйонів доларів до 2024 року.

Нарешті, після десятиліття неймовірного розширення цифрових покупок очікується, що зростання продажів у Китаї в майбутньому досягне нормальних глобальних рівнів. Зростання електронної комерції в Китаї впаде до 13,0% у 2022 році через уповільнення економіки (особливо уповільнення зростання роздрібної торгівлі) і відновлення уваги до фізичних послуг.

На наш погляд, європейський ринок електронної комерції буде мати уповільнені темпи розвитку у зв'язку з військовим конфліктом між Росією та Україною. Його вплив поступово розшириться на всі країни світу, але у США та Китаї вплив буде менш за все відчутний.