



Отримано: 15 грудня 2022 р.

Прорецензовано: 19 грудня 2022 р.

Прийнято до друку: 21 грудня 2022 р.

e-mail: ihor.zubenko@oa.edu.ua,

yuliia.lykshosherstova@oa.edu.ua

DOI: 10.25264/2311-5149-2022-27(55)-36-40

Зубенко І. Р., Лихошерстова Ю. О. Вплив пандемії коронавірусу на ринок електронної комерції в Україні та світі. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка»* : науковий журнал. Острог : Вид-во НаУОА, грудень 2022. № 27(55). С. 36–40.

УДК: 339

JEL-класифікація: F19, L81

ORCID-ідентифікатор: <https://orcid.org/0000-0002-0010-9634>**Зубенко Ігор Ростиславович,**

кандидат психологічних наук, доцент кафедри економіко-математичного моделювання
Національного університету «Острозька академія»

Лихошерстова Юлія Олександрівна,

здобувачка другого (освітньо-наукового) рівня вищої освіти
Національного університету «Острозька академія»

**ВПЛИВ ПАНДЕМІЇ КОРОНАВІРУСУ
НА РИНОК ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ**

У цій статті досліджується вплив пандемії коронавірусу на ринок електронної комерції в Україні та світі, її поширення завдяки наслідкам пандемії. Аналізується позитивний вплив пандемії коронавірусу на електронну комерцію в Україні та світі, проведено аналіз показників електронної комерції за 2020 р., 2021 р. та 2022 р., розкрито аспекти післяковідного періоду та дано прогнози щодо майбутнього електронної комерції в Україні та світі.

Ключові слова: електронна комерція, пандемія COVID-19, наслідки, зміни, діджиталізація.

Ihor Zubenko,

Candidate of Psychological Sciences, Associate Professor at the department of Economics-Mathematical Modeling,
The National University of Ostroh Academy

Yuliia Lykshosherstova,

master's student, The National University of Ostroh Academy

**IMPACT OF THE CORONAVIRUS PANDEMIC
ON THE ELECTRONIC COMMERCE MARKET IN UKRAINE AND WORLDWIDE**

This article examines the impact of the coronavirus pandemic on the e-commerce market in Ukraine and in the world, its spread due to the consequences of the pandemic. The positive impact of the coronavirus pandemic on e-commerce in Ukraine and the world is analyzed, e-commerce indicators for 2020, 2021 and 2022 are analyzed, aspects of the post-coronavirus period are revealed, and forecasts are given for the future of e-commerce in Ukraine and the world. The e-commerce market has grown in the US by 25%, Europe – by almost 30% for last two years. Among the leading countries in terms of the degree of development of the e-commerce market, analysts single out the UK and the USA with a share of e-commerce in the total retail volume of 10% or more. It is known that the COVID-19 pandemic has shaken the economic markets and everyday life of many people and companies around the world. While it is hard to find any unaffected aspect of our lives, the virus has had a noticeable impact on the world of e-commerce. According to the EVO group of companies, the total amount of physical goods and services purchased by Ukrainians on the Internet in 2020 reached UAH 107 billion. This is 41% more than last year. The number of online payments has also increased by at least 50%. The main trends in recent years in the Ukrainian e-commerce market have been the transition from an online store to a marketplace, direct delivery and the creation of additional services, in particular, own logistics operators and payment systems.

Keywords: e-commerce, pandemic COVID-19, consequences, changes, digitalization.

Постановка проблеми. Не існує підприємства, яке б не піддавалося впливу зовнішніх чинників, які можуть спровокувати як позитивні, так і негативні наслідки. У 2020 р. світ охопила пандемія коронавірусу, яка дуже швидко розповсюдилась по усьому світові. Як результат, спровокувала значний рівень безробіття, тотальний локдаун у деяких країнах, перебої у сфері логістики та у сфері транспорту. Попри такі негативні аспекти, пандемія стала рушійною силою для розвитку електронної комерції у світі. Сотні тисяч підприємств були вимушені «вийти із зони комфорту» назустріч діджиталізації та пошукам нових альтернативних рішень.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Серед вітчизняних вчених, що присвятили свої праці дослідженню впливу пандемії коронавірусу на ринок електронної комерції, хотілося б виділити



Г. Андрощука, головного наукового співробітника НДІ інтелектуальної власності НАПрН України, к.е.н., доцента, судового експерта [3]. Більш детальні дослідження проводили окремі приватні підприємства та аналітичні групи, такі як Soul Partners[4], Baker Tilly Україна, Promodo та Prom.ua [5]. Найбільш глобальне дослідження, яке стосується впливу пандемії коронавірусу на світ, було проведено технологічною компанією Red Points[1], але тема потребує подальших досліджень.

Мета дослідження: проаналізувати вплив пандемії коронавірусу на ринок електронної комерції в Україні та світі.

Для досягнення мети у роботі передбачається виконання таких **завдань**:

1. Розкрити поняття електронної комерції.
2. Дослідити вплив пандемії коронавірусу на ринок електронної комерції в Україні та світі.
3. Розкрити аспекти післяковідного періоду та дати прогнози щодо майбутнього електронної комерції в Україні та світі.

Виклад основного матеріалу досліджень. Електронна комерція – це комерційна взаємодія суб'єктів бізнесу з приводу купівлі-продажу товарів та послуг, які можуть бути матеріальними або інформаційними, з використанням інформаційних джерел. Сюди зараховують електронний обмін інформацією, електронний рух капіталу, електронну торгівлю, обіг електронних грошей, електронний маркетинг, електронний банкінг тощо. [6] Список буде стрімко розширюватись і надалі, адже наше суспільство зараз в активній фазі діджиталізації та пошуків засобів спрощення життя, а це зумовлюється прогресивним впровадженням економічної діяльності у всесвітню павутину. Проте інколи це трапляється через фактори, які не залежать від нас, але все ж таки змушують думати над новими рішеннями для розв'язання складних життєвих питань, а саме так сталося і в 2020 р.

Пандемія коронавірусу почала набирати обертів та стрімко поширюватись світом, що змусило людей забути про звичний спосіб життя та вимушено закритись вдома. Карантинні обмеження спонукали людей купувати товари першої необхідності в інтернеті. Це стало поштовхом для багатьох підприємств переглянути їх звичну бізнес-модель та вийти зі звичної зони комфорту, щоб не втратити прибуток остаточно. Великі роздрібні торговці та ринки виграли найбільше, оскільки клієнти шукали місця, де вони могли б купити різноманітні товари в одному місці.

У 2020 р. понад 2 млрд людей купували товари та послуги онлайн. Середня частка користувачів інтернету, які здійснюють покупки онлайн, зросла з 53 % у 2019 р. до 60 % з початку пандемії. Статистичні дані семи країн (включно зі Сполученими Штатами та Китаєм), на які разом припадає близько половини світового ВВП, показують, що роздрібні онлайн-продажі в цих країнах зросли із приблизно 2 трлн дол. у 2019 р. до значного зростання приблизно до 2,5 трлн дол. у 2020 р. та 2,9 трлн дол. у 2021 р. При цьому на Китай припадає більше половини онлайн-роздрібних продажів у цих країнах, а на США – ще 30 % [7].

Для великих корпорацій пандемія стала лише приводом для розширення. Red Points [1] у своєму дослідженні наголошує, що компанія Amazon оголосила про набір 100 тис. робітників до своєї команди. Red Points також провели масштабне дослідження, де опитали 150 лідерів електронної комерції, які були представлені в 10 товарних категоріях, для того, щоб з'ясувати секрети їх виживання при COVID-19. Результати: 58 % побачили збільшення онлайн-доходів в березні 2020 р.; 72 % просувають рекламні акції і стимули для захисту доходів в інтернеті; 41 % відзначили зростання кіберзлочинності; 68 % сказали, що боротьба з кіберзлочинністю дуже важлива для їхнього бізнесу; 59 % хочуть інвестувати більше в канали електронної комерції в результаті COVID-19 [3].

Що стосується України, за дослідженнями Soul Partners та Baker Tilly Україна, у 2020 р. обсяг ринку електронної комерції збільшився на 41 % та став одним з найкращих показників в Україні. Він становив 4 млрд дол., а це майже 8,8 % від загального обсягу роздрібною торгівлі, а за останні п'ять років ринок виріс майже у три рази [4].

Київ став найбільшим е-експортером з часткою 33 %. 65 % від загальної кількості міжнародних відправлень з Україною обслуговувала «Укрпошта». У 2021 р. український ринок електронної комерції зріс на 27 % порівняно зі світовим темпом зростання на 15 % [5].

Baker Tilly Україна провели масштабне дослідження, де виявили п'ятірку лідерів електронної комерції в Україні. Перше місце посіла електроніка, яка мала потенціал зросту з 27 % до 46 %. У топ-5 також увійшли меблі, товари для дому, парфумерія та косметика, товари для дітей. Відносно новими у цьому рейтингу стали ліки та продукти харчування, але вони стрімко набрали обертів. Онлайн-торгівля одягом зросла на 26 % і досягла 291 млн дол. у 2020 р. Майже 7 % одягу продавалось онлайн при невеликому чеці в 24–31 дол. Попри приголомшливу відсоткову різницю з минулими роками, Україна мала найнижчий рівень: показник витрат однією людиною на електронну комерцію склала лише 104 дол. на рік, хоча показник сусідньої Польщі був вищим майже у 5 разів [8].



Рис. 1. Динаміка ринку електронної комерції та її частки у роздрібній торгівлі

Джерело: EVO Group, аналіз Soul Partners.

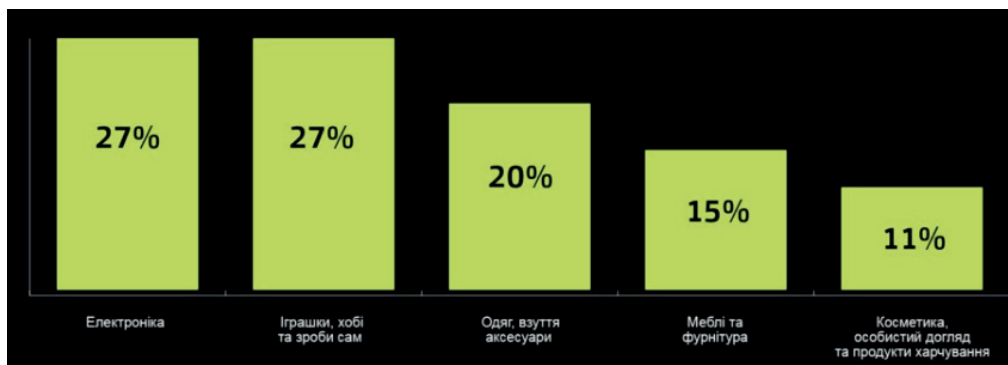


Рис. 2. Структура ринку електронної комерції в Україні

Джерело: Baker Tilly Україна.

Агенція онлайн-маркетингу Promodo у своєму дослідженні заявила, що 82,6 % ринку займали маркетплейси – Rozetka, Prom.ua, ePicentrik.ua, Bigl, Zákurka та Allo. Великі магазини – 14,8 %, такі як Comfy, Фокстрот, Цитрус, Eldorado, MOYO та ін. [5].

Електронна комерція зазнала безпрецедентного зростання під час пандемії. Обмеження, які змушували людей залишатися вдома, призвели до того, що люди почали робити покупки в інтернеті як ніколи раніше. Коли пандемічні обмеження було пом'якшено, люди почали виходити на вулицю, фізична роздрібна торгівля почала набирати обертів. Це означало уповільнення зростання електронної комерції.

У той час як проникнення електронної комерції в галузі комп'ютерної та побутової електроніки, одягу та аксесуарів наближається до рівня до пандемії, продуктові магазини є однією з категорій, де вона все ще перевищує рівень до пандемії. Частка Food and Beverages в eCommerce на 0,5 % перевищує прогноз у 5 %. Бакалія як категорія досягла двозначного показника проникнення в 11 % у 2021 р., що близько до загального рівня проникнення електронної комерції в 15 %. Під час пандемії ця категорія спостерігала величезний приплив нових покупців продуктової електронної комерції. Після пандемії багато споживачів продовжували купувати продукти онлайн [2].

До початку воєнного вторгнення росією на територію України, 24 лютого 2022 р., прогнози електронної комерції в Україні були приголомшливі. До 2025 р. було реально досягти обсяг ринку електронної комерції у понад 7 млрд дол. з річним темпом зростання у 18,76 %, але цього не сталося зі зрозумілих причин. Війна призводить до знищення економіки. У березні 2022 р. всі онлайн-магазини втратили 82,7 % сеансів, а за перший тиждень прибуток компаній впав на 92 %. Але все ж таки українцям вдалось оговтатись від рушійних життєвих обставин та показники почали повертатись до довоєнних у кінці травня [7].

За даними Prom.ua, кількість інтернет-замовлень у березні, порівняно з минулим роком, стала нижчою на 63 %. Проте вже у червні цей показник майже відновився і склав 93 % [5].

Очевидно, що після шокового стану падіння електронна комерція в Україні буде поступово відновлюватись і надалі. Безумовно буде зростати попит на техніку, товари для дому, адже люди будуть облаштовуватись на нових місцях після розгромлених помешкань, а у топі продаж опиняться будматеріали, адже незабаром ми будемо відбудовувати свою державу.



Висновки. Пандемія коронавірусу стала неабияким ударом для економіки кожної країни. Допоки одні компанії вирішили скласти руки та закритись, для інших це стало новітнім рішенням та лише одним із викликів долі. Більшість компаній змогли швидко адаптуватись та спровокувати неймовірний прорив електронної комерції як і для світу, так і для України. У 2020 р. понад 2 млрд людей купували товари та послуги онлайн. Середня частка користувачів інтернету, які здійснюють покупки онлайн, зросла з 53 % у 2019 р. до 60 % з початку пандемії. Red Points провели масштабне дослідження та опитали 150 лідерів електронної комерції. Результати: 58 % побачили збільшення онлайн-доходів в березні 2020 р.; 72 % просувають рекламні акції і стимули для захисту доходів в інтернеті; 41 % відзначили зростання кіберзлочинності; 68 % сказали, що боротьба з кіберзлочинністю дуже важлива для їхнього бізнесу; 59 % хочуть інвестувати більше в канали електронної комерції в результаті COVID-19.

У 2020 р. обсяг ринку електронної комерції збільшився на 41 % та став одним з найкращих показників в Україні. Він становив 4 млрд дол., а це майже 8,8 % від загального обсягу роздрібною торгівлі, а за останні п'ять років ринок виріс майже у три рази. Baker Tilly Україна провели масштабне дослідження, де перше місце посіла електроніка, яка мала потенціал зросту з 27 % до 46 %, а у топ-5 увійшли меблі, товари для дому, парфумерія та косметика, товари для дітей.

Коли пандемічні обмеження було пом'якшено, фізична роздрібна торгівля почала набирати оберти, а це призвело до уповільнення зростання електронної комерції, хоча частка Food and Beverages в eCommerce на 0,5 % перевищує прогноз у 5 %. Бакалія досягла двозначного показника проникнення в 11 % у 2021 р., що близько до загального рівня проникнення електронної комерції в 15 %.

Зараз у 2022 р. компанії та підприємства знову адаптуються до нових реалій, адже війна в Україні торкнулась усього світу. До початку воєнного вторгнення 24 лютого 2022 р. прогнози електронної комерції в Україні були неймовірні: до 2025 р. було реально досягти обсяг ринку електронної комерції у понад 7 млрд дол. з річним темпом зростання у 18,76 %, але цього не сталося. У березні 2022 р. всі онлайн-магазини втратили 82,7 % сеансів, а за перший тиждень прибуток компаній впав на 92 %, проте у червні показник онлайн-торгівлі стабілізувався і склав 93 %. Електронна комерція в Україні буде поступово відновлюватись і надалі. Безумовно буде зростати попит на техніку, товари для дому.

Література:

1. The impact of covid-19 on ecommerce market research. < <https://www.redpoints.com/> > (2022, грудень, 11).
The impact of covid-19 on ecommerce market research. < <https://www.redpoints.com/> > (2022, December, 11). [in English].
2. The State of eCommerce: Pre- and Post-Pandemic. < <https://influencermarketinghub.com/state-of-ecommerce-pandemic/#toc-6> > (2022, грудень, 12).
The State of eCommerce: Pre- and Post-Pandemic. < <https://influencermarketinghub.com/state-of-ecommerce-pandemic/#toc-6> > (2022, December, 12). [in English].
3. Андрощук Г. COVID-19: вплив на електронну комерцію. *Юридична газета online*. 2020. URL: <https://yur-gazeta.com/publications/practice/medichne-pravo-farmaceutika/covid19-vpliv-na-elektronnu-komerciyu.html> (дата звернення: 11.12.2022).
Androshchuk, H. (2020). COVID-19: vplyv na elektronnu komertsiiu. [COVID-19: Impact on e-commerce.] *Yurydychna hazeta online*. [Legal newspaper online.] < <https://yur-gazeta.com/publications/practice/medichne-pravo-farmaceutika/covid19-vpliv-na-elektronnu-komerciyu.html> > (2022, December, 11). [in Ukrainian].
4. Ринок електронної комерції в Україні досягнув \$4 млрд. URL: <https://soulpartners.com.ua/news/tpost/x2dve03v71-rinok-elektronno-komerts-v-ukran-dosyagn> (дата звернення: 11.12.2022).
Rynok elektronnoi komertsii v Ukraini dosiahnuv \$4 mlrd. [The e-commerce market in Ukraine reached \$4 billion.] < <https://soulpartners.com.ua/news/tpost/x2dve03v71-rinok-elektronno-komerts-v-ukran-dosyagn> > (2022, December, 11). [in Ukrainian].
5. Симоненко К. Вплив війни на інтернет-торгівлю: як змінювалися онлайн-продажі ритейлерів протягом I півріччя 2022. 2022. URL: <https://rau.ua/novyni/vpliv-vijni-na-internet/> (дата звернення: 11.12.2022).
Symonenko, K. (2022) Vplyv viiny na internet-torhivliu: yak zminiuvalsia onlain-prodazhi riteileriv protiahom I pivrichchia 2022. [The impact of the war on online commerce: how online sales of retailers changed during the first half of 2022.] < <https://rau.ua/novyni/vpliv-vijni-na-internet/> > (2022, December, 11). [in Ukrainian].
6. Шалева О. І. Електронна комерція : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2011. 216 с.
Shaleva, O.I. (2011) Elektronna komertsii. [Electronic commerce] *Navch. posib.* – K.: *Tsentr uchbovoi literatury* [Education manual: Center of educational literature], 216. [in Ukrainian].
7. Щербак О. Електронна торгівля. Українська та світова практика правового регулювання. *Юрист&Закон*. 2022. URL: https://uz.ligazakon.ua/ua/magazine_article/EA016163#:~:text=%D0%A3%202021%20%D1%80%D0%BE%D1%86%D1%96%20%D1%83%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B8%D0%B9%20%D1%80%D0%B8%D0%BD%D0%BE%D0%BA,%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%20%D0%A6%D0%B5%D0%BD%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D1%97%20%D1%82%D0%B0%20%D0%A1%D1%85%D1%96-



%D0%B4%D0%BD%D0%BE%D1%97%20%D0%84%D0%B2%D1%80%D0%BE%D0%BF%D0%B8 (дата звернення: 12.12.2022).

Shcherbak O. (2022) Elektronna torhivlia. [Electronic trade.] Ukrainska ta svitova praktyka pravovoho rehuliuвання. [Ukrainian and global practice of legal regulation.] *Yuryst&Zakon*. [Lawyer&Law.] < https://uz.ligazakon.ua/ua/magazine_article/EA016163#:~:text=%D0%A3%202021%20%D1%80%D0%BE%D1%86%D1%96%20%D1%83%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B8%D0%B9%20%D1%80%D0%B8%D0%BD%D0%BE%D0%BA,%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%20%D0%A6%D0%B5%D0%BD%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D1%97%20%D1%82%D0%B0%20%D0%A1%D1%85%D1%96%D0%B4%D0%BD%D0%BE%D1%97%20%D0%84%D0%B2%D1%80%D0%BE%D0%BF%D0%B8 > (2022, December, 12). [in Ukrainian].

8. Яким був e-commerce у 2020 році: 107 млрд грн витратили українці на покупки в інтернеті. URL: <https://evo.business/107-mlrd-grn-vitratili-ukra%d1%97nci-na-pokupki-v-interneti-yakim-buv-e-commerce-u-2020-roci/> (дата звернення: 12.12.2022).

Yakym buv e-commerce u 2020 rotsi: 107 mlrd hrn vytratyly ukrainsi na pokupky v interneti. [What was e-commerce like in 2020: Ukrainians spent 107 billion UAH on online shopping.] < <https://evo.business/107-mlrd-grn-vitratili-ukra%d1%97nci-na-pokupki-v-interneti-yakim-buv-e-commerce-u-2020-roci/> > (2022, December, 12). [in Ukrainian].