

*Електронний журнал «Ефективна економіка» включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Категорія «Б», Наказ Міністерства освіти і науки України № 975 від 11.07.2019). Спеціальності – 051, 071, 072, 073, 075, 076, 292.*  
*Ефективна економіка. 2024. № 10.*

**DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2024.10.50>**

**УДК 330.3**

*В. В. Чередниченко,  
к. е. н., викладач кафедри менеджменту та державної служби,  
Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького  
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-8276-3014>*

## **СВІТОВЕ ЛІДЕРСТВО В ЕЛЕКТРОННІЙ КОМЕРЦІЇ**

*V. V. Cherednychenko,  
PhD in Economics, Lecturer of the Department of Management and Public  
Administration, The Bohdan Khmelnytsky National University of Cherkasy,*

## **GLOBAL LEADERSHIP IN E-COMMERCE**

*Стаття аналізує провідні світові ринки електронної комерції, зокрема Китай, США, Велику Британію, Францію, Канаду, Індію, Японію та Південну Корею. У дослідженні розглядаються обсяги ринків, тенденції розвитку, поведінка споживачів та роль мобільної комерції. Також підкреслюється значення цифрових платіжних систем і міжнародної торгівлі. Аналіз показує різні стратегії, що використовуються лідерами ринку, та окреслює загрози, пов'язані з безпекою даних і логістикою. Підкреслюється важливість міжнародної торгівлі та інтеграції онлайн- і офлайн-каналів продажів. Це дослідження може бути корисним для підприємців та дослідників, які прагнуть зрозуміти динаміку сучасної*

*електронної торгівлі та адаптувати світові тенденції до місцевих умов. Також в статті досліджені тенденції електронної комерції в Україні.*

*The article provides a comprehensive exploration of the world's largest eCommerce markets, including China, the United States, the United Kingdom, Japan, and South Korea. China leads with eCommerce sales amounting to 3.19 trillion USD, representing 47.3% of the nation's total retail sales, driven by advanced mobile commerce infrastructure and digital payment solutions, such as digital wallets, which account for 59% of online transactions. The U.S. follows with a market valued at 1.22 trillion USD, with 80% of the population shopping online. The U.K. stands out for its mature market, where 84% of residents engage in online shopping, contributing to 28% of total retail sales. Japan's and South Korea's markets are notable for their focus on mobile-first strategies, with mobile commerce comprising a significant share of transactions. South Korea sees 70% of its eCommerce transactions via mobile devices, reflecting strong digital engagement.*

*The article emphasizes the role of social commerce in markets like the U.S., where the integration of retail with platforms such as Facebook and Instagram is shaping purchasing behaviors. The report also highlights the growing trend of cross-border eCommerce, particularly in markets like South Korea, where 52% of consumers make international purchases. However, challenges such as data security and logistics remain key obstacles to sustained growth, with market leaders focusing on technological innovation and optimized supply chain management to address these issues.*

*Additionally, the article explores the rise of new payment models, such as "buy now, pay later" (BNPL), which are reshaping consumer spending habits and enhancing conversion rates. The research underscores the importance of seamless integration between online and offline channels, particularly in advanced markets like the U.K. and South Korea, where omnichannel strategies are key to maintaining customer satisfaction. These insights are essential for businesses and*

*researchers aiming to understand the evolving dynamics of global eCommerce and to adapt leading strategies to local markets. As digital commerce continues to expand, the ability to balance technological advancement with customer experience and operational efficiency will determine the success of future eCommerce initiatives. This article provides a foundation for further research and practical strategies for businesses navigating the rapidly changing digital economy.*

**Ключові слова:** *електронна комерція, глобальні ринки, мобільна комерція, споживча поведінка, цифрові платіжні системи, міжнародна торгівля, конверсія, стратегія бізнесу.*

**Keywords:** *eCommerce, global markets, mobile commerce, consumer behavior, digital payment systems, cross-border trade, data security, business strategy.*

**Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями.**

Розвиток електронної комерції став однією з визначальних тенденцій глобальної економіки, впливаючи на бізнес-моделі, поведінку споживачів та конкурентні переваги країн. Глобальне лідерство в електронній комерції формується під впливом низки факторів, серед яких інфраструктура, інновації, цифровізація бізнес-процесів і здатність інтегрувати онлайн- та офлайн-канали. Дослідження найбільших ринків електронної комерції, таких як Китай і США, є критично важливим для розуміння сучасних економічних процесів, оскільки вони демонструють приклади передових стратегій у сфері цифрових продажів та управління клієнтським досвідом.

Існує потреба у науковому аналізі факторів, що сприяють лідерству в електронній комерції, таких як рівень розвитку цифрової інфраструктури, мобільна комерція, використання інноваційних фінансових інструментів та вплив глобальних гравців, наприклад, Amazon, Alibaba та Shopify. Окрім

того, зростання електронної комерції створює нові виклики, пов'язані з безпекою даних, логістичними ланцюгами постачання та регуляторними вимогами, що потребують адаптації державної політики та підприємницьких стратегій.

Важливим практичним завданням є розробка моделей ефективної інтеграції електронної комерції з традиційною роздрібною торгівлею та визначення оптимальних показників ефективності (KPI). Вивчення досвіду лідерів галузі дозволить не лише підвищити конкурентоспроможність національних ринків, але й сприятиме адаптації українського ринку до глобальних тенденцій. Це також відкриває перспективи для малого та середнього бізнесу, який отримує нові можливості завдяки розвитку інструментів цифрової комерції.

Таким чином, дослідження світового лідерства в електронній комерції є важливим як з наукової, так і з практичної точки зору. Воно сприяє формуванню нових підходів до економічного розвитку, покращенню бізнес-процесів та підвищенню рівня задоволеності споживачів.

### ***Аналіз останніх досліджень і публікацій***

Світове лідерство в електронній комерції привертає значну увагу дослідників та аналітиків, які вивчають тенденції розвитку цього ринку, ключові показники ефективності (KPI) та фактори, що сприяють успіху. У численних дослідженнях наголошується, що провідні позиції у світовій електронній комерції займають такі країни, як Китай, США, Велика Британія та Південна Корея. Вони вирізняються високим рівнем цифрової інфраструктури, широким використанням мобільних пристроїв та інноваційних платіжних рішень.

Звіти Statista, eMarketer та Shopify показують, що Китай займає перше місце за обсягом продажів в електронній комерції, на його частку припадає понад 47% від загального обсягу роздрібних продажів у країні. США, зі зростанням мобільної комерції та інтеграцією соціальних платформ у процеси продажів, також демонструють стабільне зростання. Згідно з

дослідженнями Oberlo, Велика Британія лідирує серед європейських країн за відсотком споживачів, які здійснюють покупки онлайн (84%) [2].

Наукові публікації також наголошують на важливості цифрових інструментів для розвитку електронної комерції, зокрема штучного інтелекту, чат-ботів, автоматизації процесів та аналізу великих даних. Дослідження показують, що мобільна комерція стає домінуючим трендом, особливо у країнах Азії, де понад 60% покупок здійснюються через мобільні пристрої.

Важливу роль у розвитку електронної комерції відіграє інтеграція фінансових інструментів, зокрема цифрових гаманців і систем «купуй зараз, плати пізніше» (BNPL). Згідно з Retalon, такі платіжні рішення стимулюють попит та підвищують рівень конверсії. Проте одночасно з розвитком інтернет-торгівлі виникають нові виклики: безпека даних, логістика, міжнародне регулювання та адаптація до глобальних криз.

Дослідження світових лідерів показують, що розвиток електронної комерції потребує ефективної взаємодії між державою та бізнесом, особливо у сфері створення сприятливих умов для розвитку цифрової інфраструктури. Успішні стратегії, реалізовані в провідних країнах, можуть бути адаптовані на інших ринках, включно з Україною, яка демонструє позитивні тенденції у сфері онлайн-продажів.

Отже, останні дослідження підкреслюють важливість інтеграції цифрових технологій, адаптації бізнес-моделей до нових умов і розробки ефективних стратегій для підтримки глобального лідерства в електронній комерції. Ці напрацювання сприяють не лише підвищенню ефективності бізнесу, але й покращенню досвіду споживачів у всьому світі.

### ***Формулювання цілей статті.***

Метою цієї статті є дослідження світового лідерства в електронній комерції та аналіз факторів, які визначають успіх найбільших ринків у цій сфері. Стаття спрямована на:

- Визначення ключових тенденцій та моделей розвитку електронної комерції на прикладі провідних країн, таких як Китай, США, Велика Британія, Японія та Південна Корея. Це включає аналіз показників ефективності, інноваційних технологій та методів інтеграції онлайн- і офлайн-торгівлі.

- Аналіз цифрової інфраструктури та її впливу на зростання ринків. Особливу увагу буде приділено ролі мобільної комерції, соціальних платформ і платіжних рішень, які впливають на рівень залученості клієнтів і конверсії.

- Оцінка завдань та можливостей у сфері електронної комерції, таких як безпека даних, розвиток логістики та адаптація до глобальних кризових умов. Це дозволить виявити стратегічні напрями, що сприяють сталому розвитку галузі.

Основна мета цієї статті – надати ґрунтовне розуміння сучасних тенденцій і передових стратегій у світовій електронній комерції, які можуть бути корисними для підприємців, аналітиків та науковців. Стаття також має на меті сприяти розробці нових підходів до цифрової трансформації бізнесу та покращення взаємодії зі споживачами на різних ринках.

### ***Виклад основного матеріалу дослідження.***

Згідно з дослідженнями аналітичної компанії SellersCommerce [5], у 2024 році 2,71 мільярда людей, або 33% населення світу, здійснюють покупки в Інтернеті, що оцінює глобальний ринок електронної комерції у 6,31 трлн. доларів. Аналітики очікують, що до 2027 року ринок зросте до \$7,95 трлн. Лідерами ринку є Китай, США та Велика Британія, що демонструють високу частку мобільних транзакцій і широке використання цифрових розрахунків.

Китайський ринок електронної комерції оцінюється в 3,19 трильйона доларів США, що робить його найбільшим у світі. Продажі в цій сфері складають 47,3% від загального обсягу роздрібних продажів. Очікується, що до 2027 року ринок досягне 3,98 трильйона доларів. В країні налічується

915,1 мільйона цифрових покупців, що становить 64% населення, і середні витрати на особу складають 2058 доларів на рік. Приблизно 64% усіх транзакцій виконуються через мобільні пристрої, а 59% – з використанням цифрових гаманців.

Ринок електронної комерції в Сполучених Штатах оцінюється в 1,22 трильйона доларів США і прогнозується, що до 2029 року він досягне 1,88 трильйона доларів США. Продажі електронної комерції складають 15,90% від загального обсягу роздрібних продажів у країні.

Особливості ринку США:

1. У США налічується 270,11 мільйона онлайн-покупців, що становить 80% населення країни.
2. 45% загальних продажів електронної комерції в США здійснюється через смартфони.
3. Соціальна комерція становить 4% від загального обсягу електронної комерції в країні.
4. Картки використовуються для 58% онлайн-платежів, тоді як цифрові гаманці займають 26%.
5. На душу населення припадає 3,26 кредитної картки, в той час як дебетових карток — лише 0,99.
6. 33% онлайн-покупців у США здійснювали покупки за кордоном, проте міжнародні продажі складають лише 7% від загального ринку електронної комерції в країні.

Ринок електронної комерції у Великій Британії оцінюється в 195,7 мільярдів доларів США, що робить його третім найбільшим у світі. Незважаючи на те, що 84% населення вже здійснюють покупки в Інтернеті, електронна комерція складає лише 28% від загального обсягу роздрібних продажів, що вказує на значний потенціал для подальшого зростання.

У Великій Британії налічується 57 мільйонів онлайн-покупців, а електронна комерція становить 27,9% усіх роздрібних продажів у країні, тобто середній споживач витрачає приблизно 4,115 євро (4700 доларів США)

на рік. Приблизно 63% усіх транзакцій здійснюються на мобільних пристроях, з яких 48% виконуються через мобільні додатки, хоча для 52% транзакцій покупці використовують картки, тоді як цифрові гаманці складають 28%. Отже, міжнародні покупки становлять 25% від загального обсягу продажів електронної комерції в країні.

Японський ринок електронної комерції оцінюється в 169,4 мільярда доларів США, з очікуваним середньорічним зростанням на 9,23%, яке має досягти 263,4 мільярда доларів США до 2029 року. На даний момент електронна комерція займає 10% від загального обсягу роздрібною торгівлі в Японії. Особливостями японського ринку:

У Японії 94 мільйони людей регулярно здійснюють покупки в Інтернеті, що становить 76% від загальної чисельності населення. Середні витрати на онлайн-покупки в країні складають близько 2023 доларів США на людину на рік. Приблизно 34% усіх продажів у сфері електронної комерції відбуваються через мобільні пристрої. Більшість із них здійснюється через мобільні браузері (52%), тоді як решта 48% припадає на додатки. Для онлайн-платежів найбільш поширеним способом є картки, на які припадає 68% транзакцій, тоді як банківські перекази та цифрові гаманці використовуються для 13% і 5% платежів відповідно.

Південнокорейський ринок електронної комерції оцінюється в 147 мільярдів доларів США, що забезпечує йому п'яте місце серед найбільших ринків у світі. На електронну комерцію припадає 18% від загального обсягу роздрібних продажів країни.

Особливості південнокорейського ринку:

- Мобільні транзакції: Близько 70% усіх угод в електронній комерції здійснюються через мобільні пристрої.

- Покупки через додатки: Середній південнокорейський споживач користується від чотирьох до шести додатків для онлайн-шопінгу.

- Методи оплати. Картки є найбільш поширеним методом оплати, на них припадає 73% транзакцій, тоді як цифрові гаманці використовуються у 12% випадків, а банківські перекази – у 11%.

- Міжнародні покупки. Майже 52% споживачів у Південній Кореї купують товари з-за кордону, хоча транскордонна електронна комерція займає менше 5% від загального обсягу електронних продажів у країні [4].

Такий високий рівень мобільної комерції та активне використання додатків підкреслюють важливість цифрових платформ для розвитку електронної торгівлі в Південній Кореї.

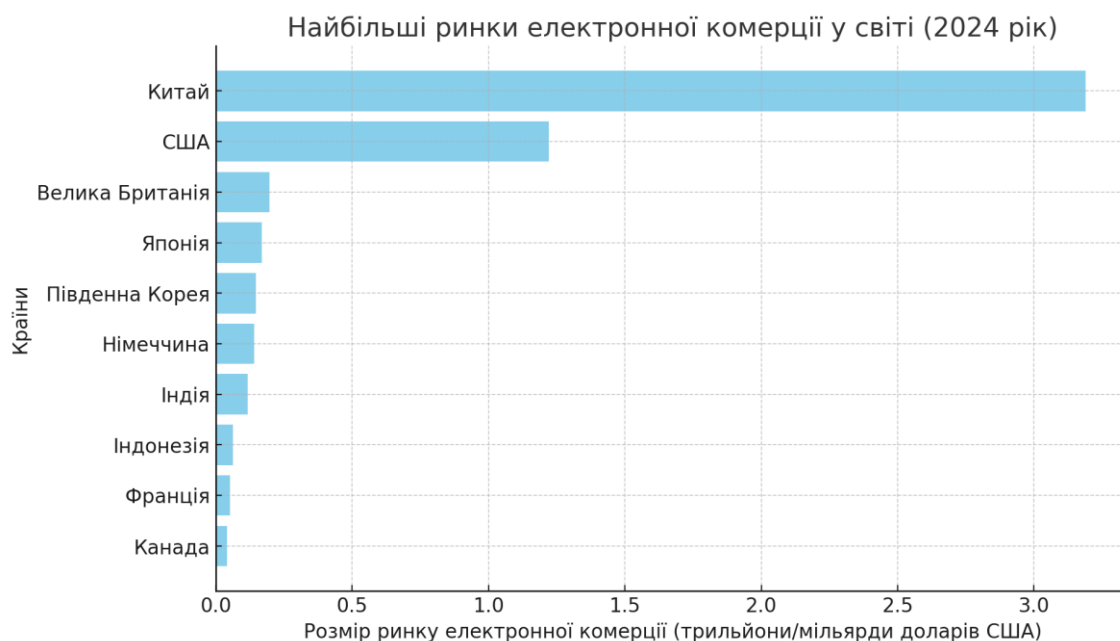
Ринок електронної комерції Німеччини, оцінений у 141,2 мільярда доларів США, є шостим за розміром у світі, з часткою 11,2% від загального обсягу роздрібних продажів. У країні онлайн-покупки здійснює 74% населення (близько 62 мільйонів осіб). Середній покупець витрачає приблизно 1484 євро (1695 доларів) на рік, а популярними категоріями товарів є подорожі, електроніка та мода. Мобільні пристрої використовуються для 35% покупок, при цьому половина з цих операцій проходить через додатки. Значна частина споживачів також взаємодіє із соціальними мережами для здійснення покупок [2].

В Індії ринок електронної комерції оцінюється в 116 мільярдів доларів, що робить її сьомим за розміром ринком у світі. Незважаючи на це, 60% населення ще не здійснили свої перші покупки онлайн, але мобільні пристрої вже домінують, складаючи 80% усіх транзакцій. Цифрові гаманці є основним способом оплати (46%), тоді як 13% покупок здійснюються з оплатою при доставці.

Індонезійський ринок електронної комерції, вартістю 62 мільярди доларів США, є восьмим за розміром у світі, з часткою 5,4% від роздрібною торгівлі. Більшість покупок виконуються через мобільні додатки, а картки, банківські перекази та оплата при доставці розподіляють основні способи оплати між собою.

Ринок електронної комерції Франції, оцінений у 51 мільярд доларів, охоплює 10% від загального обсягу роздрібних продажів. Середній французький покупець витрачає 2450 євро на рік, а більшість мобільних транзакцій виконується через додатки. Соціальні мережі також відіграють важливу роль, особливо Facebook та Instagram. Основним методом оплати залишаються картки, які охоплюють 78% транзакцій.

У Канаді, де ринок електронної комерції оцінений у 40,3 мільярда доларів, онлайн-покупки здійснюють 65% населення. Середній покупець витрачає 2790 доларів на рік, а популярними категоріями є подорожі, електроніка та мода. Безкоштовна доставка є значущим фактором для 84% споживачів, а основними платіжними інструментами є кредитні картки.



**Рис. 1. Найбільші ринки електронної комерції у світі**

*Джерело: сформовано на основі [5]*

Щодо України, міжнародні аналітичні компанії стверджують, що на українському ринку електронної комерції у 2023 році рівень додавання товарів до кошика становить 10,1%, що разом із показником залишення кошика на рівні 81,6% та коефіцієнтом конверсії в 1,9% вказує на рівень залученості користувачів і дає змогу виявити області для оптимізації процесу продажів [6]. Ці показники свідчать про потенційні труднощі, з якими

стикаються споживачі на шляху до завершення покупки, та вказують на можливості для підвищення ефективності взаємодії з клієнтами, зокрема через спрощення інтерфейсу чи покращення роботи з кошиком.

Середня вартість замовлення (AOV) у 56 доларів США у поєднанні зі ставкою дисконту 14,3% та відсотком повернення товарів на рівні 8,6% дозволяє оцінити купівельну спроможність та поведінку споживачів. Ці показники також вказують на ефективність цінових стратегій та маркетингових кампаній, а також на здатність бізнесу реагувати на післяпродажний досвід клієнтів. Низький рівень повернень може свідчити про відповідність очікувань покупців щодо якості товару, тоді як значні знижки можуть як стимулювати попит, так і впливати на прибутковість.

Загалом, ці метрики формують комплексний погляд на продуктивність електронної комерції в Україні та вказують на ключові аспекти, що потребують удосконалення для підвищення рівня конверсій і задоволеності клієнтів.

### ***Висновки та перспективи подальших розвідок у даному напрямі.***

Аналіз найбільших ринків електронної комерції демонструє, що електронна комерція стає ключовим елементом глобальної економіки. Лідерами галузі є Китай та США, що сукупно забезпечують значну частку світових продажів. Китайський ринок із обсягом понад 3 трильйони доларів США виділяється найбільшим рівнем інтеграції мобільних платформ та цифрових гаманців, тоді як у США розвиток підтримується активним використанням соціальної комерції та інноваційних платіжних інструментів.

В той же час європейські країни, такі як Велика Британія та Німеччина, демонструють потенціал для зростання за рахунок розширення частки онлайн-продажів у загальній структурі роздрібної торгівлі. У Південній Кореї та Японії мобільна комерція відіграє ключову роль, з часткою мобільних транзакцій, яка досягає 70%. У той же час, Індія та Індонезія мають значні перспективи для подальшого розвитку, оскільки велика частина населення ще не здійснила свої перші онлайн-покупки.

Незважаючи на успіх, ринки електронної комерції стикаються з викликами, серед яких складнощі з безпекою даних, логістичними ланцюгами та адаптацією до зміни споживчих потреб. Транскордонна електронна комерція зростає повільними темпами, що свідчить про потенціал для її подальшого розвитку.

Отже, успіх електронної комерції в Україні значною мірою залежить від впровадження сучасних технологій, зокрема мобільної комерції та цифрових платежів. Досвід провідних країн може стати корисним для інших ринків, включно з Україною, яка може використовувати глобальні тенденції для розвитку власної електронної торгівлі. Важливою залишається інтеграція онлайн- та офлайн-каналів продажу, а також створення комфортного та безпечного середовища для покупців, що сприятиме стійкому зростанню галузі.

### **Література**

1. Chen, Y., & Wei, S. E-commerce Growth and Digital Transformation: Case Studies from Leading Markets. *Electronic Markets*, 2022, 32(3), 379-394. URL: <https://link.springer.com/>
2. eMarketer. Global E-commerce Forecast: Trends to Watch in 2024. URL: <https://www.emarketer.com>.
3. Kumar, V., & Gupta, S. Global Trends in E-Commerce: A Study of Market Dynamics and Consumer Behavior. *Journal of Business Research*, 2022, 135, 215-229. URL: <https://www.mdpi.com/2071-1050/14/15/9455>
4. Zhang, X., & Zhou, L. The Role of Mobile Commerce in Shaping Global Retail Markets. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 2023, 51(1), 45-62. URL: <https://www.emerald.com/insight/publication/issn/0959-0552>
5. SellersCommerce. Largest E-commerce Markets Worldwide: Trends and Forecasts. URL: <https://www.sellerscommerce.com/blog/largest-ecommerce-markets/>
6. Statista. Global E-commerce Market Size Forecast 2023-2028. URL: <https://www.statista.com>.

## References

1. Chen, Y., & Wei, S. (2022), "E-commerce Growth and Digital Transformation: Case Studies from Leading Markets", *Electronic Markets*, vol. 32(3), pp. 379–394.
2. eMarketer. (2024), "Global E-commerce Forecast: Trends to Watch in 2024", available at: <https://www.emarketer.com> (Accessed 10 Oct 2024).
3. Kumar, V., & Gupta, S. (2022), "Global Trends in E-Commerce: A Study of Market Dynamics and Consumer Behavior", *Journal of Business Research*, vol. 135, pp. 215–229.
4. Zhang, X., & Zhou, L. (2023), "The Role of Mobile Commerce in Shaping Global Retail Markets", *International Journal of Retail & Distribution Management*, vol. 51(1), pp. 45–62.
5. SellersCommerce. (2024), "Largest E-commerce Markets Worldwide: Trends and Forecasts", available at: <https://www.sellerscommerce.com/blog/largest-ecommerce-markets/> (Accessed 10 Oct 2024).
6. Statista. (2023), "Global E-commerce Market Size Forecast 2023-2028", available at: <https://www.statista.com> (Accessed 10 Oct 2024).

*Стаття надійшла до редакції 15.10.2024 р.*