

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ

I.В. Гамова, кандидат економічних наук, доцент
Державний торговельно-економічний університет

Ключові слова: електронна торгівля, користувачі, соціальні мережі.

Аналіз Керіос показує, що кількість користувачів Інтернет за останні 10 років зростає з 2,18 мільярдів на початку 2012 року до 4,95 мільярдів на початку 2022 року, а рівень проникнення Інтернету становить 62,5% всього населення світу [1]. Дані тенденції можуть спричинити сукупний річний темп зростання (CAGR) у 8,6% за останнє десятиліття в цілому.

Населення світу становить 7,91 мільярда станом на січень 2022 року, при цьому річний приріст 1% свідчить про те, що ця цифра досягне 8 мільярдів у середині 2023 року. Більше половини (57%) населення світу проживає в містах і понад дві третини (67,1%) населення світу користуються мобільними телефонами, а кількість унікальних користувачів досягне 5,31 мільярда до початку 2023 року. Дані показують, що кількість користувачів Інтернет зростає на 192 мільйони (+4%) за останній рік, але постійні обмеження на дослідження та обмеження через COVID-19 спричинили істотні похибки у дослідженнях [2].

Станом на січень 2022 року в усьому світі налічується 4,62 мільярда користувачів соціальних мереж. Дані складають 58,4% усього населення світу, хоча варто зазначити, що користувачі соціальних мереж можуть не представляти унікальних користувачів. Кількість користувачів соціальних мереж у світі за останні 12 місяців зростає більш ніж на 10%, а 424 мільйони нових користувачів зареєструвалися у соціальній мережі протягом 2021 року, що дорівнює в середньому понад 1 мільйон нових користувачів на день або приблизно 13 нових користувачів кожну секунду.

Загальна кількість користувачів соціальних мереж становить 4,62 мільярда, що в 3,1 рази перевищує 1,48 мільярда (2012 рік), і означає, що кількість користувачів соціальних мереж за останнє десятиліття зростає на 12% [3].

Понад 1 мільярд населення у Південній Азії залишаються офлайн, тоді як майже 840 мільйонів чоловік ще не підключені до Інтернет в Африці. Тим часом, незважаючи на те, що в Китаї припадає приблизно 1 із 5 жителів країни підключені до мережі Інтернет.

Дані GWI показують, що майже 6 із 10 користувачів Інтернет працездатного віку (58,4%) щотижня купують щось онлайн, і ці дані продовжуватимуть зростати протягом 2022 року [4].

Статистичні дані з точки зору цифрового ринку Statista показують, що витрати в Інтернет в категоріях продуктів харчування та напоїв зросли більш ніж на 35% протягом 2021 року, а загальний річний дохід у цих двох категоріях досяг 588 мільярдів доларів. Загалом глобальні доходи,

пов'язані з онлайн-покупками споживчих товарів, які включають продукти харчування, моду, електроніку та інші предмети побуту, зросли більш ніж на півтрильйона доларів США протягом 2021 року (+18%), досягнувши загалом 3,85 доларів США. трлн за рік загалом [5].

Отже, електронна торгівля буде розвиватись не такими інтенсивними темпами подальші 10 років. Варто врахувати, що базові інтернет-технології незмінні, але наразі зароджується нове онлайн-середовище, яке включає МЕТА-всесвіт та NFT (сертифікати цифрової власності). У результаті цих перетворень, відбуваються зміни глобалізаційних масштабів на всіх рівнях економічної діяльності.

Список використаних джерел

1. Algorithms: the future of everything. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://kepios.com/blog/2022/7/4/algorithms-the-future-of-everything?rq=social%20media>.
2. Simon Kemp. Digital 2022: global overview report. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-global-overview-report>.
3. Simon Kemp. A decade in digital. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://datareportal.com/reports/a-decade-in-digital>.
4. The biggest US social media trends for 2022. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.gwi.com/reports/us-social-media-trends>.
5. Digital Market Outlook. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.statista.com/outlook/digital-markets?utm_source=kepios_analysis&utm_medium=articles&utm_campaign=accounts&utm_id=kepios.

УДК 338.2

ЦИФРОВІЗАЦІЯ ЕКОНОМІКИ ЯК ПЕРЕДУМОВА РОЗВИТКУ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ

Кирилов І.О., аспірант

Київський національний університет будівництва і архітектури

Ключові слова: креативні індустрії, цифровізація, цифрова трансформація, сталий розвиток, цифрові технології.

У доповіді ООН під «креативними індустріями» розуміють сукупний цикл створення, виробництва і поширення товарів та послуг, заснованих на креативності та інтелектуальному капіталі [1, с.4].

До креативних індустрій відносять такі сектори, як: мода, живопис, музика, антикваріат, кіно, відео, телебачення, радіомовлення, створення комп'ютерних ігор, реклама, архітектура, мистецтво, ремесла, дизайн, продукція програмування. Такі різні види діяльності об'єднує одне – це види діяльності, де функціонування відбувається за рахунок творчості,