

УДК 33

DOI: 10.34670/AR.2022.40.96.040

Трансформация отрасли электронной коммерции под влиянием пандемии COVID-19 в 2020-2021 гг.

Ядова Наталья Евгеньевна

Кандидат экономических наук,
доцент кафедры «Экономика и бизнес»,
Московский государственный технический университет им. Н.Э. Баумана,
105005, Российская Федерация, Москва, 2-я Бауманская ул., 5;
e-mail: nyadova@bmstu.ru

Аннотация

Статья посвящена вопросам развития мировой и российской электронной коммерции в современных условиях. Пандемия COVID-19, начавшаяся в 2019 году в КНР, продолжает оказывать серьезное влияние на развитие отраслей, регионов и мировой экономики в целом. В статье сделан обзор изменений в структуре и динамике отрасли электронная коммерция, которые произошли в различных странах. Проанализированы статистические данные за 2020-2021 гг. и спрогнозированы основные тенденции развития отрасли. Пандемия нанесла огромный ущерб промышленным предприятиям, то представители электронной торговли получили дополнительные выгоды от сложившейся ситуации. Разумеется, в самом начале пандемии проявились некоторые недостатки и проблемы организации процесса доставки связанные с неготовностью отрасли к столь масштабному притоку потребителей, но в конечном итоге эти недостатки оказали незначительное влияние на доходы компаний, поскольку у основных покупателей не было выбора, кроме как продолжать совершать покупки через Интернет. Благодаря пандемии раскрылся потенциал отрасли и появился большой интерес со стороны потенциальных инвесторов. Согласно отраслевым прогнозам, рынок электронной коммерции продолжит расти. Увеличение доходов будет продолжаться даже после того, как пандемия COVID-19 закончится, а нормальная жизнь восстановится как прежде.

Для цитирования в научных исследованиях

Ядова Н.Е. Трансформация отрасли электронной коммерции под влиянием пандемии COVID-19 в 2020-2021 гг. // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2022. Том 12. № 3А. С. 336-344. DOI: 10.34670/AR.2022.40.96.040

Ключевые слова

Электронная коммерция, пандемия, COVID-19, трансформация экономики, цифровые технологии, перспективы развития.

Введение

Пандемия COVID-19 внесла существенные изменения в ход экономического развития. Она форсировала Четвертую индустриальную революцию, ускорив внедрение цифровых технологий в процессы взаимодействия между людьми, электронную коммерцию, онлайн-образование и дистанционную занятость. Под индустриальной или цифровой революцией подразумевается, результат «трансформационных эффектов новых технологий общего назначения в области информации и коммуникации, внедрение цифровых технологий создания, обработки, хранения, обмена и передачи информации», которые быстро растут и охватывают практически все секторы экономической и социальной деятельности [Горгодзе, 2020].

Эти преобразования будут модифицировать общество еще долгое время после пандемии и предполагают как негативные, так и позитивные изменения.

Можно сказать, что внезапно разразившаяся Пандемия COVID-19 практически полностью парализовавшая производство и сферу услуг на определенный период времени, вызвавшая целый ряд закрытий и банкротств предприятий, а также полностью изменившая функционирование рынка и модель потребления в современном мире, оказала положительное влияние на онлайн сферу в общем, и на электронную коммерцию, в частности. Такие факторы как карантин, самоизоляция, продолжавшиеся несколько месяцев, стимулировали покупателей использовать онлайн магазины, маркетплейсы и курьерские службы – тем самым ускорили темпы процесса цифровизации экономики.

Основная часть

Электронная коммерция – процесс купли-продажи физических и виртуальных товаров, а также услуг в сети Интернет посредством специализированных электронных площадок, маркетплейсов, которые предоставляют возможность оформления заказа дистанционно.

Сфера электронной коммерции активно развивалась и до 2019 года, демонстрируя достаточно стабильный рост. Однако в 2019-2020 гг. запущенный ранее процесс перехода от традиционного ритейла в онлайн формат ускорился в результате пандемии, и, по мнению экспертов, эта тенденция продолжится в будущем.

В последнем докладе Конференции ООН по развитию торговли (ЮНКТАД) сообщается, что электронная коммерция достигла уже 20% от всей мировой розничной торговли в 2020 году. По прогнозам ООН, этот показатель должен будет расти и в дальнейшем.

Меры социального дистанционирования, которые были введены во время пандемии, спровоцировали катастрофический спад хозяйственной активности в подавляющем большинстве отраслей экономики, но онлайн торговля в этой ситуации получила относительные преимущества перед офлайн-форматами, в первую очередь с точки зрения требований санитарно-эпидемиологической безопасности.

По данным статистики, пандемия COVID-19 не просто повлияла на отрасль электронной коммерции, а коренным образом изменила отношение потребителей к процессу покупок в интернете. Согласно социологическим исследованиям, 52% респондентов стараются не посещать общественные места, в том числе магазины и торговые центры, а 36% покупателей ждут возможности привиться от коронавируса, чтобы ходить по магазинам [FedEx 2021 Trade Trends Report, www].

Так, например, в 2015 году оборот рынка общей электронной коммерции составлял всего 1,4 трлн долларов, а для сравнения в 2020 году эта цифра выросла более чем втрое и составила более 4,2 трлн долларов. Ожидается, что объемы продаж сохранят тенденцию к росту с течением времени. На самом деле эксперты прогнозируют, что годовая выручка отрасли увеличится до 6,5 трлн. долларов за три ближайших года. Если эта тенденция сохранится, продажи электронной коммерции могут достичь 8 триллионов долларов в год к 2025 году [Долгов, Савинов, 2020].

Рынок электронной коммерции демонстрирует устойчивый рост, данную повышательную динамику подтверждают неизменно увеличивающиеся объемы продаж отрасли. В 2021 году под влиянием продолжающейся пандемии COVID-19 аналитики прогнозируют значительный прирост объемов продаж в отрасли.

Объем продаж отрасли электронной торговли с 2019 года и прогнозам до 2023 года должен составить в трлн долларов:

- 2019 год – 3.5 трлн;
- 2020 год – 4.2 трлн;
- 2021 год – 4.9 трлн;
- 2022 год – 5.8 трлн;
- 2023 год – 6.5 трлн.

На конференции AERO 2020, посвященной развитию и особенностям глобального и локального рынка онлайн-торговли, представители крупнейших онлайн- и оффлайн-участников и маркетплейсов заявили, что границы между традиционной торговлей и онлайн-торговлей постепенно исчезают, и потребитель, как и ожидалось, оказался на переднем крае. Он решает самостоятельно, на каких условиях, то есть – где, когда, как и за какие деньги делать покупки [Лебедев, www].

Вполне естественно, что рост объемов продаж в отрасли стимулирует увеличение количества покупок и покупателей. По данным на 2020 год население земного шара насчитывает приблизительно 7,8 миллиарда человек, примерно четверть из них (26,28%) совершает покупки в интернете.

Больше всего онлайн-покупок совершают граждане Южной Кореи. В этой стране в 2020 году интернет-продажи составили уже почти 26 процентов всех розничных продаж. На втором месте – Китай, на третьем – Великобритания, на четвертом – США.

На первом месте среди компаний находится канадская платформа интернет-торговли Shopify, объемы продаж которой увеличились на 95 процентов за год, затем следуют – Walmart американская сеть гипермаркетов, повысившая свой оборот более чем на 72 процента, и китайская платформа Pinduoduo, товарный оборот которой стал больше на 66 процентов [там же].

В соответствии с текущими прогнозами, примерный прирост онлайн-торговли с 2019 по 2024 год составит 33%, то есть вырастет в четыре раза с 1,7 до 7,3 трлн рублей. «В тоже время, мировой рынок e-commerce без учета влияния пандемии показал бы органичный рост до 26%. То есть, при естественном развитии объем рынка интернет-торговли в 2024 году составил бы 5,6 трлн рублей. Получается, что пандемия увеличит онлайн-продажи на дополнительные 1,6 трлн рублей в течение пяти лет» (по данным Data Insight).

Лидерство в мировой электронной торговле безусловно остается за КНР: Китай поставляет до 55% объема онлайн-продаж в мире, США находятся на втором месте с 15% общемирового рынка, то есть 70% рынка интернет торговли занимают всего две страны. Россия, в свою

очередь, (вместе с Англией, Японией, Францией, Германией и т.д.) входит в восьмерку ведущих стран (без КНР и США), которые обеспечивают 18% объема мировой электронной торговли. Однако специалисты говорят о постепенном замедлении темпов роста глобального рынка онлайн-продаж постепенно. Есть предположения, что ситуация может измениться, когда в макроэкономическую гонку включатся Бразилия и Индия [там же].

Прогнозируемая динамика объемов выручки компаний электронной коммерции в различных странах представлены в Таблице 1 [Abdelrhim, www].

Таблица 1 – Увеличение объемов выручки

Компания	Страна происхождения	2020	2021	2022	2023
Amazon	США	330,711	386,746	448,115	505,786
Alibaba	Китай	519,371	671,065	834,509	1,046,942
Rakuten	Япония	1,423,889	1,616,054	2,016,036	2,497,850
Zalando	Германия	7,633	8,905	10,033	11,109
ASOS	Великобритания	31	36	41	46

По мнению специалистов, ожидается устойчивый рост оборота крупнейших компаний сферы электронной коммерции на большинстве мировых рынков.

В таблице выше указаны крупнейшие интернет площадки, отличающиеся по странам происхождения. Так, например, нужно отметить, что рост объемов выручки предполагается как у лидера мирового рынка e-commerce американской компании Amazon, так и у относительно небольшого по объемам продаж английского интернет-магазина ASOS.

В настоящее время статистика изменения количества онлайн покупок выглядит следующим образом.

В США: по данным Digital Commerce 360, в 2020 году в США рынок интернет торговли увеличился на 44%, достигнув \$861,12 млрд. За последние двадцать лет – это самый высокий показатель годового роста отрасли электронной коммерции в США. Часть онлайн-продаж в общем объеме продаж в рознице в 2020 году составила 21,3% по сравнению с 15,8% в 2019 году и 14,3% в 2018 году. Рост интернет заказов, вызванный пандемией COVID-19, принес в 2020 году 174,87 млрд. долларов дополнительно. Именно резкий скачок онлайн-продаж под влиянием пандемии принес результат в размере 861,12 миллиарда долларов, который вряд ли был бы достигнут до 2022 года.

В Великобритании: по данным Industrial Marketing Research Group (IMRG), интернет продажи в Великобритании в 2020 году увеличились на 36%, что является также самым высоким показателем за тринадцать лет. По данным опроса 150 представителей розничной торговли, покупатели тратят то же количество денег, сколько и до начала пандемии. В некоторых отраслях средняя стоимость потребительской корзины во время пандемии выросла на 10-20%. Во второй половине марта 2021 года продажи товаров для дома и сада выросли более чем на 200%, электроника и бытовая техника также сохранила аналогичный уровень.

В Германии: объем рынка электронной коммерции в Германии увеличился в 2020 году на 14,6% и составил €83,3 млрд., согласно данным Федеральной ассоциации электронной

коммерции и почтовых отправок Германии (BEVN). Годовой прирост за 2018-2020 годы составил 11,3%. В 2020 году примерно каждый восьмой евро, потраченный на расходы домашних хозяйств по покупке товаров и услуг, тратился в интернете. Резкое увеличение покупок в интернете было обусловлено пандемией и связанными с ней ограничениями. Один покупатель в среднем потратил за год \$1404.

Во Франции: сектор электронной коммерции во Франции показал рост на 8,5% в годовом исчислении и достиг €112 млрд в 2020 году, как сообщила Федерация электронной коммерции и дистанционных продаж (Fevad). В прошедшем году в секторе насчитывалось 17 400 новых сайтов, на которых было осуществлено более 1,84 миллиарда покупок товаров и услуг, то есть был зафиксирован рост на 5,8%. Средний чек тоже вырос и составил 62 евро в 2020 году по сравнению с 59 евро в 2019 году.

В Нидерландах: рост рынка электронной торговли составил 7% в 2020 году и сегодня он оценивается в 26,6 млрд. евро. Резкое увеличение количества онлайн-заказов потребителями спровоцировано пандемией COVID-19. Жители Нидерландов совершили 335 миллионов покупок в интернете – что на 27% выше, чем в предыдущем году. Количество интернет заказов, которое делал один житель в среднем было 19 в 2019 году, а в 2020 – уже 24. Также увеличилось на 3% количество интернет покупателей и составило 13,8 млн. человек.

В Италии: по информации We Are Social и Hootsuite, число интернет пользователей в январе 2021 года достигло 50,54 миллионов жителей Италии. В 2020 году размер рынка интернет-продаж продуктов потребления увеличился на 23,8%, и достиг в Италии 20,63 млрд. евро. Один пользователь тратил в среднем 619 евро на онлайн-покупки в год.

В Польше: польский интернет рынок продемонстрировал самые высокие темпы роста в Европейском сообществе – 2020 на 25% больше 2019 года. Его размер составляет 22 млрд. евро., по информации Statista.

В Республике Корея (Южная Корея): как сообщает Министерства торговли, промышленности и энергетики Южной Кореи, доход крупнейших представителей отрасли розничной торговли в 2020 году увеличился на 5,5%, если сравнивать с 2019 годом. Необходимо отметить, что при этом продажи обычных магазинов (не интернет) уменьшились на 3,6%, а выручка онлайн ритейла выросла на 18,4%. Наибольшим спросом пользовались продукты питания и товары первой необходимости: их рост составил соответственно 55,5% и 25,5%.

В Греции: по последним данным Конфедерации торговли и предпринимательства Греции, оборот интернет торговли в этой стране в 2020 году увеличился в три раза по сравнению с аналогичным периодом прошлого года до 15 млрд. евро. Более чем на 85% увеличился спрос на интернет покупки. С начала пандемии COVID-19 каждый второй потребитель в Греции сделал по крайней мере одну онлайн-покупку в сети. Изменилась динамика покупательского спроса: доля покупателей, осуществляющих покупки онлайн, выросла с 20% в декабре 2019 и 50% в июне 2020 г.г. до 62% в декабре 2020 года.

Главный мировой тренд: согласно Отчету Digital 2021, опубликованному We Are Social и Hootsuite, во всем мире 76,8% пользователей сети Интернет в возрасте от 16 до 64 лет совершали покупки онлайн с различных устройств. По статистике, больше всего потребителей – 90,4% совершали покупки в онлайн магазинах, 81,5% пользователей сети интернет занимались поиском сервисов для покупки продуктов или услуг, 69,4% использовали мобильные приложения для покупок. Самый большой процент онлайн-покупателей среди интернет-пользователей в:

– Индонезии (87,1%);

- Великобритании (85,5%);
- Таиланде (83,6%).

Меньше всего в:

- России (60%);
- Южной Африке (57,7%);
- Египте (56,6%).

Во время пандемии потребители вынуждено сокращают походы в магазины и торговые центры, чтобы снизить риски заражения. Для того чтобы сократить число физических контактов при проведении оплаты, европейские финансовые организации и банки повысили лимиты покупок, доступных для бесконтактной оплаты. Таким образом, компании, которые инвестировали в онлайн-каналы и платежные платформы, извлекают выгоду из того факта, что потенциально долгосрочный переход на цифровые услуги значительно ускорился из-за COVID 19.

Процессы трансформации электронной коммерции, происходящие в нашей стране, также заслуживают внимания. Пандемия стала серьезным стимулом для развития сферы интернет-торговли в России: по информации Data Insight на 2020 год объем российского рынка e-commerce увеличился на 57% по отношению к предыдущему году и составил 2,7 трлн руб.

В то же время все участки интернет-рынка продемонстрировали положительную динамику продаж, а наибольший рост к концу 2020 года (на 172%) наблюдался в товарах первой необходимости, потому что потребители адаптировались к онлайн-покупкам в этом сегменте из-за карантинных мер. Важно то, что несмотря на рост продаж, который наблюдался во всех сегментах, не все интернет товары стали однозначно выгода получателями в результате пандемии: некоторые покупатели вынуждены были отказаться от покупки одежды и дорогостоящего оборудования.

По данным опросов интернет-магазинов и маркетплейсов, зафиксирован рост совокупной выручки от продаж, величины среднего чека, регулярности онлайн-покупок и количества уникальных покупателей. Кроме того, отмечается и общий прирост аудитории онлайн-торговли: за 2020 год она выросла приблизительно на 10 миллионов человек. В то же время большинство опрошенных компаний наблюдали увеличение числа уникальных клиентов также среди возрастной группы 55+, что свидетельствует о расширении аудитории онлайн-продаж. Рост оборота онлайн-продаж был отмечен как во втором, третьем, так и в четвертом квартале 2020 года, что свидетельствует о продолжающейся тенденции расширения и развития онлайн-сегмента [Басаев, 2018]. Важно отметить, что в условиях локдауна и пандемического кризиса органы государственной власти в России обратили внимание на электронную торговлю. По просьбе отраслевых ассоциаций интернет-торговли государственные деятели ускорили принятие законопроекта об торговле лекарственными средствами и медикаментами в сети интернет из-за пандемии COVID-19. В результате уже 1 апреля 2020 года Государственная Дума был принят закон о продаже лекарств в интернете в третьем чтении.

По статистике, в России летом 2021 года сфера электронной коммерции насчитывала 70240 работников, среди них 18690 зарегистрированы как индивидуальные предприниматели. Количество заказов онлайн в 2020 году достигло цифры 7,7 млн., и в общем – более 2,8 млрд. в год.

По сравнению с 2019 (рост на 28%) годом рынок вырос вдвое. По мнению аналитиков, именно пандемия заставила покупателей сидеть дома и осваивать различные способы совершения покупок в интернете.

В 2020 году в Российской Федерации количество заказов увеличилось до 830 миллионов по сравнению с предыдущим годом – 465 миллионов заказов. Wildberries, Ozon, «Aliexpress Россия» и «Яндекс.Маркет» – основные игроки российского рынка, на которые приходится 50% оборота. 405 миллионов заказов (+78% к 2019 году) на сумму 721 млрд. рублей (+108%) было сделано на этих крупнейших маркетплейсах. А сумма среднего чека на этих площадках оцениваются специалистами в 1780 рублей.

Активно развивается и рынок мобильных приложений. В 2020 году этот сегмент обеспечил уже более 40% совокупного прироста рынка интернет-продаж, в 2021 году этот тренд продолжился. Одновременно с мобильными приложениями на первый план в развитии e-commerce выходят социальные сети, роль которых значительно увеличилась во время пандемии. По статистике, 75% онлайн сервисов уже использовали рекламу в социальных медиа для привлечения клиентов, а 20% стали использовать этот канал во время пандемии.

Заключение

Пандемия нанесла огромный ущерб промышленным предприятиям, то представители электронной торговли получили дополнительные выгоды от сложившейся ситуации. Разумеется, в самом начале пандемии проявились некоторые недостатки и проблемы организации процесса доставки связанные с неготовностью отрасли к столь масштабному притоку потребителей, но в конечном итоге эти недостатки оказали незначительное влияние на доходы компаний, поскольку у основных покупателей не было выбора, кроме как продолжать совершать покупки через Интернет. Благодаря пандемии раскрылся потенциал отрасли и появился большой интерес со стороны потенциальных инвесторов. Согласно отраслевым прогнозам, рынок электронной коммерции продолжит расти. Увеличение доходов будет продолжаться даже после того, как пандемия COVID-19 закончится, а нормальная жизнь восстановится как прежде.

Библиография

1. Басаев З.В. Цифровизация экономики: Россия в контексте глобальной трансформации // Мир новой экономики. 2018. № 4. С. 32-28.
2. Горгодзе Т.Е. Влияние коронавирусной инфекции на развитие электронной торговли // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2020. № 9. С. 66-68.
3. Долгов С.И., Савинов Ю.А. Влияние вспышки нового коронавируса на международную торговлю // Российский внешнеэкономический вестник. 2020. № 2. С. 7-18.
4. Захаров А.Н., Старовая Ю.А. Обзор развития электронной торговли в мировой экономике: вызовы и последствия пандемии // Российский внешнеэкономический вестник. 2020. № 12. С. 18-29.
5. Лебедев С. Влияние коронакризиса на онлайн-торговлю преувеличено. URL: https://expertsouth.ru/comments/vliyanie-koronakrizisa-na-onlayntorgovlyu-preuvelicheno/?sphrase_id=2112328
6. Abdelrhim M., Elsayed A. The Effect of COVID-19 Spread on the e-commerce market: The case of the 5 largest e-commerce companies in the world. URL: <https://www.researchgate.net/publication/343123992>
7. COVID-19 and the future of business. URL: <https://www.ibm.com/thought-leadership/institute-business-value/report/covid-19-future-business>
8. Declaration on Global Electronic Commerce, Adopted on 20 May 1998. URL: http://www.wto.org/english/tratop_e/ecom_e/wkprog_e
9. FedEx 2021 Trade Trends Report. URL: https://www.fedex.com/content/dam/fedex/eu-europe/campaigns/h1-2020/trends-report/fedex_trade_trends_report_en-gb.pdf

E-commerce transformation under the influence of the COVID-19 pandemic in 2020-2021

Natal'ya E. Yadova

PhD in Economics,
Associate Professor of the Department of Economics and Business,
Bauman Moscow State Technical University,
105005, 1, 5, Vtoraya Baumanskaya str., Moscow, Russian Federation;
e-mail: nyadova@bmstu.ru

Abstract

The article is devoted to the development of global and Russian e-commerce in modern conditions. The COVID-19 pandemic, which began in China in 2019, continues to have a serious impact on the development of industries, regions and the global economy as a whole. The article provides an overview of the changes in the structure and dynamics of the e-commerce industry that have taken place in various countries. The author has analyzed statistical data for 2020-2021 and predicted the main trends in the development of the industry. The pandemic has caused enormous damage to industrial enterprises, and e-commerce representatives have received additional benefits from the current situation. Of course, at the very beginning of the pandemic, there were some shortcomings and problems in the organization of the delivery process associated with the unpreparedness of the industry for such a large influx of consumers, but in the end, these shortcomings had little effect on companies' revenues, since the main buyers had no choice but to continue shopping through the Internet. Thanks to the pandemic, the potential of the industry was revealed and there was great interest from potential investors. According to industry forecasts, the e-commerce market will continue to grow. The increase in income will continue even after the COVID-19 pandemic is over, and normal life is restored as before.

For citation

Yadova N.E. (2022) Transformatsiya otrasli elektronnoi kommertsii pod vliyaniem pandemii COVID-19 v 2020-2021 gg. [E-commerce transformation under the influence of the COVID-19 pandemic in 2020-2021]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 12 (3A), pp. 336-344. DOI: 10.34670/AR.2022.40.96.040

Keywords

E-commerce, pandemic, COVID-19, economic transformation, digital technologies, development prospects.

References

1. Abdelrhim M., Elsayed A. The Effect of COVID-19 Spread on the e-commerce market: The case of the 5 largest e-commerce companies in the world. Available at: <https://www.researchgate.net/publication/343123992> [Accessed 03/03/2022]
2. Basaev Z.V. (2018) Tsifrovizatsiya ekonomiki: Rossiya v kontekste global'noi transformatsii [Digitization of the Economy: Russia in the Context of Global Transformation]. *Mir novoi ekonomiki* [World of the New Economy], 4, pp. 32-28.
3. COVID-19 and the future of business. Available at: <https://www.ibm.com/thought-leadership/institute-business->

- value/report/covid-19-future-business [Accessed 03/03/2022]
4. Declaration on Global Electronic Commerce, Adopted on 20 May 1998. Available at: http://www.wto.org/english/tratop_e/ecom_e/wkprog_e [Accessed 03/03/2022]
 5. Dolgov S.I., Savinov Yu.A. (2020) Vliyanie vspyshki novogo koronavirusa na mezhdunarodnuyu trgovlyu [Impact of the novel coronavirus outbreak on international trade]. Rossiiskii vneshneekonomicheskii vestnik [Russian Foreign Economic Bulletin], 2, pp. 7-18.
 6. FedEx 2021 Trade Trends Report. Available at: https://www.fedex.com/content/dam/fedex/eu-europe/campaigns/h1-2020/trends-report/fedex_trade_trends_report_en-gb.pdf [Accessed 03/03/2022]
 7. Gorgodze T.E. (2020) Vliyanie koronavirusnoi infektsii na razvitie elektronnoi trgovli [The impact of coronavirus infection on the development of e-commerce]. Vestnik Samarskogo gosudarstvennogo ekonomicheskogo universiteta [Bulletin of the Samara State University of Economics], 9, pp. 66-68.
 8. Lebedev S. Vliyanie koronakrizisa na onlain-torgovlyu preuvelicheno [The impact of the coronavirus crisis on online trading is exaggerated]. Available at: https://expertsouth.ru/comments/vliyanie-koronakrizisa-na-onlayntorgovlyu-preuvelicheno/?sphrase_id=2112328 [Accessed 03/03/2022]
 9. Zakharov A.N., Starovaya Yu.A. (2020) Obzor razvitiya elektronnoi trgovli v mirovoi ekonomike: vyzovy i posledstviya pandemii [Overview of the development of e-commerce in the global economy: challenges and consequences of the pandemic]. Rossiiskii vneshneekonomicheskii vestnik [Russian Foreign Economic Bulletin], 12, pp. 18-29.