

УДК 330

DOI: 10.31891/2307-5740-2021-298-5(2)-38

КОВТУН Е. О.

Вінницького торговельно-економічного інституту ДТЕУ

ЕЛЕКТРОННА ТОРГІВЛЯ В УМОВАХ МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

У статті досліджено сутність, характерні особливості, переваги та проблеми функціонування електронної комерції як нової форми економічних відносин суб'єктів бізнесу в умовах глобальної торговельної системи. Проаналізовано сучасний стан та динаміку розвитку електронної комерції у світі. Визначено провідні глобальні і національні компанії, країни та ринки електронної торгівлі у світі.

Ключові слова: торгова політика; міжнародна торгівля; електронна торгівля; інтернет-мережі; електронний бізнес; ринок електронної торгівлі; торгово-економічна діяльність.

EDUARD KOVTUN

Vinnytsia Trade and Economic Institute of DTEU

ELECTRONIC TRADE IN THE CONDITIONS OF INTERNATIONAL ECONOMIC ACTIVITY

In recent years, global digitalization has led to a fairly active development of e-commerce, which has become an integral part of the global retail system. As in other industries, retail has undergone significant changes since the advent of the World Wide Web, and today's dynamic pace of modern life has benefited consumers from virtually all over the world from the benefits of online transactions.

The article examines the essence, characteristics, advantages and problems of e-commerce as a new form of economic relations of business entities in the global trading system. The current state and dynamics of e-commerce development in the world are analyzed. The world's leading global and national companies, countries and e-commerce markets have been identified.

Key words: trade policy; international trade; e-commerce; internet networks; e-business; e-commerce market; trade and economic activity.

Постановка проблеми у загальному вигляді

та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Впродовж останніх років глобальна цифровізація зумовила доволі активний розвиток електронної торгівлі, яка стала невід'ємною складовою світової системи роздрібною торгівлі. Як і серед інших галузей, так і у роздрібній торгівлі після появи такої глобальної мережі, як Інтернет відбулися значні зміни і завдяки динамічному темпу сучасного життя на момент сьогоднішнього споживачі практично зі всіх країн світу отримують прибуток від привілеїв, які їм забезпечують онлайн-транзакції.

Аналіз досліджень та публікацій

Теоретичною основою дослідження стали праці вітчизняних та зарубіжних науковців з питань розвитку міжнародних торговельно-економічних відносин та питань проблематики електронного бізнесу: О. Гайдукова, Г. Маліцька, В. Лакіза, Р. Бала, О. Яценко, А. Грязина, Т. Дубовик, І. Гамова, Л. Федулова, Д. Кучер, Л. Гармідер, А. Орлова, О. Хижняк, А. Одарченко, К. Сподар та ін.

Виклад основного матеріалу

Початок культурної та економічної глобалізації зумовив бурхливий розвиток інформаційних технологій в кінці ХХ – на початку ХХІ ст. [1]. Поява глобальної мережі Інтернет стала початком періоду, коли комп'ютерні технології здійснили революцію практично у всіх сферах людського життя. Варто зазначити, що в деяких розвинутих країнах світу Інтернет стає досить високоприбутковою формою товарно-грошових відносин, яка активно впроваджується у всі сектори економіки.

Суб'єкти господарювання, які першими почали використовувати глобальну мережу для ведення електронної комерції, отримали ряд конкурентних переваг, а також швидкий доступ до інформації та ресурсів. Однак, незважаючи на стрімкий розвиток мережі Інтернет та зв'язків у ній, сьогодні не існує єдиного визначення, яке б чітко визначало суть поняття «електронна комерція».

У працях науковців «електронна торгівля» розглядається у вигляді складової таких категорій, як «електронна торгівля» та «електронний бізнес». Гайдукова О.О. аргументовано зазначає, що поняття «електронна торгівля (комерція)» є вужчим, аніж поняття «електронний бізнес», так як під видами електронного бізнесу розглядають, наприклад, електронну комерцію, електронні брокерські послуги, електронний банкінг, електронне управління поставками тощо.

Електронною торгівлею називають процес купівлі-продажу товарів і послуг, або передачу коштів чи даних через електронну мережу Інтернет. Така зміна явища торгівлі вплинула як на поведінку компаній та

країн, так і на поведінку споживачів.

Розвиток Інтернет-технологій відбувається так швидко, що більшість великих як світових, так і вітчизняних компаній разом із традиційним offline бізнесом альтернативно уже активно використовує бізнес online. В умовах ринкової конкуренції Інтернет-магазини прагнуть зробити онлайн-покупки максимально комфортними для покупців, і тим самим збільшити кількість повторних покупок на їх майданчиках.

На сьогоднішній день можна виокремити 10 найбільших країн та ринків електронної торгівлі у світі, а саме: Китай, США, Великобританія, Японія, Німеччина, Франція, Південна Корея, Канада, Мексика та Бразилія [3].

Міжнародний рейтинг не змінюється протягом багатьох років, і лідером в електронній торгівлі залишається Китай з оборотом в 562,7 млрд. доларів, на другому місці США з оборотом 341,1 млрд. доларів. Україна, незважаючи на кризові явища в економіці, не є виключенням із світових тенденцій розвитку електронної торгівлі, де даний спосіб ведення бізнесу також розвивається.

Наразі Сполучені Штати є другою за величиною країною електронної торгівлі в світі, на чолі з гігантами електронної комерції Amazon і eBay. Amazon свою чергу є однією з найдорожчих компаній у світі, другою за величиною технологічною компанією світу за доходами, а також другим за величиною роботодавцем у Сполучених Штатах Америки.

Незважаючи на невеликий розмір держави, Сполучене Королівство Великобританії є однією з провідних країн у сфері електронної комерції і займає третє місце в цьому списку [2]. Amazon UK, Argos і Play.com є найбільшими веб-сайтами електронної комерції Великобританії, а країна має один з найвищих відсотків продажу через електронну торгівлю від загального обсягу роздрібних продажів.

Четверте місце в рейтингу займає Японія, яка є провідним гравцем e-commerce у світі. Rakuten стала провідною платформою електронної комерції Японії, що за багато років придбала вагомий кількість веб-сайтів електронної комерції по всьому світу.

Цікавим є той факт, що станом на початок 2020 р. у першу трійку найбільш популярних серед українців закордонних Інтернет-магазинів входять Amazon, eBay та AliExpress [4]. Що стосується найпопулярніших вітчизняних онлайн-майданчиків, пов'язаних із Інтернет-торгівлею, то до них можна віднести OLX.ua, Rozetka.com.ua та Prom.ua.

Станом на початок 2020 р. у Центральній Україні сконцентровано 24% вітчизняних Інтернет-покупців, у Західній Україні - 23%, у Південній Україні - 17%, у Східній Україні - 13%, у Північній Україні - 12%, а в м. Києві - 10%. Віковий ценз середньостатистичного Інтернет-покупця становить 25-36 років. При цьому орієнтовно 51% онлайн-покупок здійснюється із використанням телефонів чи планшетів за допомогою спеціального додатку.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Отже, електронна торгівля дає сучасному бізнесу надзвичайні можливості заробити на хвилі попиту, що зі сторони споживачів, які цікавляться покупками в Інтернеті, постійно зростає. Зрозуміло, що ринок електронної торгівлі й надалі продовжить збільшуватись, адже в усьому світі як у розвинутих країнах, так і у країнах, що розвиваються, він демонструє лише позитивну динаміку та неймовірний потенціал для того щоб далі розвиватися. В усьому світі головними викликами для основної частки гравців електронної торгівлі являється: потреба мультимедійного просування товарів (робіт, послуг), нарощування вимог до технологічної складової інтернет-магазинів, забезпечення високого рівня безпеки особистих та платіжних даних покупців.

Головним питанням до вивчення електронної комерції залишається її подальший розвиток як на локальному рівні кожної держави, так і в межах світового співтовариства.

Література

1. Гайдукова О. О. Теоретичні аспекти поняття «Електронна торгівля». *Ефективна економіка*. 2019. №8. С. 101-105.
2. Маліцька Г. Г., Мельник О. І. Особливості економічної комерції та стан її розвитку в сучасних економічних умовах України. *Ефективна економіка*. 2018. № 12. С. 83-90.
3. Одарченко А. М., Сподар К. В. Особливості електронної комерції та перспективи її розвитку в Україні. *Бізнес Інформ*. 2017. № 1. С. 342-346.
4. Яценко О. М., Грязина А. С. Електронна комерція як елемент глобальної торговельної системи. *Актуальні проблеми економіки*. 2019. №8. С. 4-15.

References

1. Haidukova O. O. Teoretychni aspekty poniattia «Elektronna torhivlia». *Efektivna ekonomika*. 2019. №8. S. 101-105.
2. Malitska H. H., Melnyk O. I. Osoblyvosti ekonomichnoi komertsii ta stan yii rozvytku v suchasnykh ekonomichnykh umovakh Ukrainy. *Efektivna ekonomika*. 2018. № 12. S. 83-90.
3. Odarchenko A. M., Spodar K. V. Osoblyvosti elektronnoi komertsii ta perspektyvy yii rozvytku v Ukraini. *Biznes Inform*. 2017. № 1. S. 342-346.
4. Yatsenko O. M., Hriazyna A. S. Elektronna komertsiiia yak element hlobalnoi torhovelnoi systemy. *Aktualni problemy ekonomiky*. 2019. №8. S. 4-15.