

DOI 10.36074/grail-of-science.23.12.2022.04

СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ У СВІТІ

Вальковець А.С.

викладач кафедри економіки та управління бізнесом

Рівненський державний гуманітарний університет, Україна

Зі стрімким розвитком та проникненням інформаційно-комунікаційних технологій в повсякденне життя виникла ціла сфера ведення бізнес-проектів. Виникнення електронної комерції спростила можливість ведення бізнесу та отримання прибутку. Вона включає в себе всі фінансові та торгові транзакції, які проводяться за допомогою комп'ютерних мереж, та бізнес-процеси, пов'язані з проведенням цих транзакцій. Основними складовими електронної комерції є мобільна комерція, електронний переказ коштів, управління ланцюгами поставок, Інтернет-маркетинг, обробка онлайн-транзакцій, електронний обмін даними (EDI), системи управління запасами та автоматизовані системи збору даних.

Метою роботи є дослідження можливостей та потенціалу електронної комерції в світі.

Теоретичні дослідження, пов'язані з питанням електронної комерції та запровадження її в економічне життя суспільства досліджувалися у працях М. Макарової, Н. Меджибовської, Т. Затонацької, В. Плескач, О. Чубукової, І. Успенського та інших

Найбільшою перевагою електронної комерції є суттєве зниження витрат на оформлення угоди та її подальше обслуговування. Крім того, знижується собівартість одиниці товару або послуги, оскільки ведення інтернет-бізнесу дозволяє зекономити на залученні додаткових площ, оплати орендної плати та заробітної плати тих працівників, які б необхідно було б додатково залучати. Також величезним позитивом є зняття географічних обмежень на ведення бізнесу. Завдяки міжнародним логістичним компаніям допомагає розширити коло споживачів. Для споживачів перевагами електронної комерції є можливість переглядати та купувати товари у будь-який час доби та день тижня, доставка за адресою або до найближчого відділення транспортної служби, детальна інформація про товар/послуги/сервіс. Можна легко порівнювати пропозиції від різних компаній, знаходити найвигідніші, економити час та гроші. Головними завданнями електронної комерції є досягнення наступних цілей (рис.1):

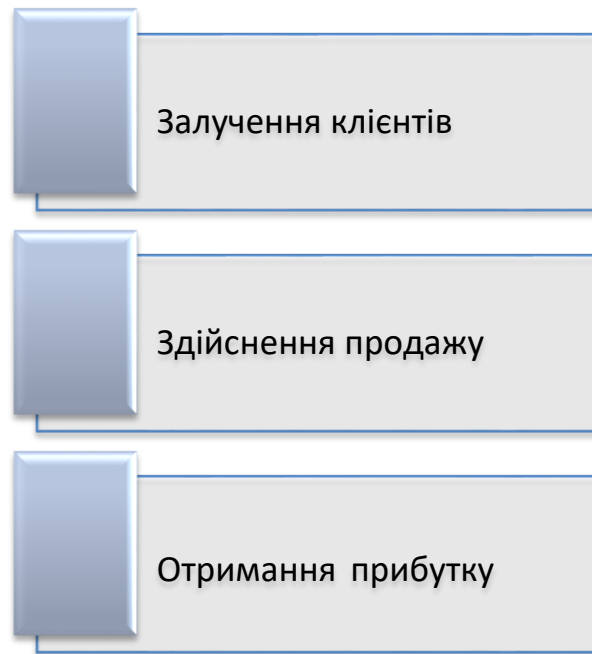


Рис. 1. Головні завдання електронної комерції

Протягом останніх 5 років український ринок електронної комерції показував щорічне зростання на рівні 50%-60 % незалежно від перманентних економічних коливань. При цьому ринок володіє серйозним потенціалом [1].

Незмінним лідером на світовому ринку електронної комерції залишається Китай. Обсяг продажів на цю країну припадає більше ніж 47%. На другому місці є власники інтернет-магазинів з Північної Америки – позитивний приріст для країн цього регіону – становить 15,7% [2].

Експерти вважають, що до 2040 року понад 95% усіх покупок здійснюватимуться саме через Інтернет. Але статистика вражає вже сьогодні. Отже, у 2021 р. ми маємо такі показники у сфері електронної комерції:

- кількість онлайн-покупців у світі – понад 2 мільярди;
- обсяг ринку - понад 37 трильйонів доларів;
- частка роздрібних продажів у світі - 15,5%;
- відсоток інтернет-замовлень через смартфони – понад 70%;
- середній вік активних онлайн-покупців – 20-50 років;
- орієнтовна кількість діючих сайтів електронної комерції у світі – 12–24 млн [3].

Але незважаючи на величезну кількість переваг електронна комерція має також і ряд недоліків. Одним з найбільших є – величезна конкуренція в популярних нішах. Також сюди можна віднести недовіру до нових онлайн-магазинів через велику кількість шахраїв та залежність бізнесу від логістичних компаній, які можуть диктувати свої умови.

Розвиток електронної комерції стабілізуюче впливає на розвиток світової економіки з наступних причин:

- прискорення темпів створення єдиного інформаційного простору: виробляються механізми інформаційної взаємодії практично всіх суб'єктів світового ринку;

- децентралізації ресурсів, стимулюючий незалежний розвиток суб'єктів ринку;
- прискорення обороту грошових ресурсів через використання електронних платіжних систем;
- зменшення обсягу спекулятивного капіталу (у посередників, що не є виробниками) і, отже, збільшення об'ємів інвестицій у виробничу сферу;
- створення умов для відкритої конкуренції на ринках товарів і послуг;
- прискорення процесу просування на ринок нових товарів послуг і доведення їх у зручній формі до споживача.

Розвинути і провадити комерційну онлайн-систему досить важко, оскільки електронна комерція вимагає істотних інвестицій у нові технології, апаратні засоби, програмне забезпечення. Інтернет забезпечує широкий доступ користувачів, тому суб'єкт господарювання має забезпечити повний захист своїх активів від випадкового або навмисного неправильного користування.

Висновки. Неможливо заперечувати, що за електронною комерцією майбутнє. А для головних ніш воно вже настало. Якщо ще 10–20 років тому покупки в інтернеті викликали певні сумніви та недовіру, то зараз вони стали буденністю. Адже так зручніше, дешевше та простіше придбати саме те, що потрібно. І це мова йде тільки про інтернет-магазини, адже популярних ніш в електронній комерції набагато більше.

В умова[постійно зростаючого ринку та конкуренції необхідно бути в курсі всіх тенденцій в галузі, щоб збільшувати продажі і забезпечувати кращі результати свого онлайн-бізнесу.

Список використаних джерел:

- [1] Меджибовська Н. (2003) *Перспективи розвитку електронного бізнесу в Україні. Економіка України*. № 6. С. 36–41
- [2] Плєскач В.Л. (2007) *Електронна комерція: [підручник]* / В.Л. Плєскач, Т.Г.Затонацька. – К.: Знання
- [3] Чучко Н. О. (2021) *Електронна торгівля в системі світогосподарських відносин/ Н. О. Чучко, Г. М. Лозікова // Економіка промисловості*. – № 4. – С. 153–158.