

РОЗДІЛ 1. СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

ПЕРЕДУМОВИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ У СВІТОВИЙ РИНОК ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ

PREREQUISITES AND PERSPECTIVES OF UKRAINE INTEGRATION INTO THE WORLD MARKET OF ELECTRONIC COMMERCE

Стаття присвячена дослідженню передумов та перспектив інтеграції України у світовий ринок електронної комерції, яка набуває особливого значення як ефективний напрям розвитку комерційної діяльності з використанням новітніх інформаційних технологій, що дозволяють значно раціоналізувати ділові процеси. Проаналізовано переваги та недоліки організації бізнесу у такий спосіб. Визначено особливості розвитку електронної комерції в країнах світу, її вплив на функціональну взаємодію між учасниками ринкових відносин. Доведено, що для України розвиток цього ринку є невід'ємною складовою інтеграції у глобальний господарський простір, створює передумови для підвищення конкурентоспроможності країни на світовому ринку товарів та послуг. Визначено причини, які гальмують розвиток електронної комерції, та обґрунтовано стратегічні орієнтири подальшого розширення ринку електронної комерції в Україні, виокремлено тенденції його розвитку в умовах глобалізації.

Ключові слова: електронна комерція, ринок електронної комерції, інформаційні технології, електронні операції, електронні гроші, світовий ринок електронного бізнесу.

Статья посвящена исследованию предпосылок и перспектив интеграции Украины в мировой рынок электронной коммерции, которая приобретает особое значение как эффективное направление развития коммерческой деятельности с использованием новейших информационных технологий, позволяющих значительно рационализировать деловые процессы. Проанализированы преимущества и недостатки организации бизнеса таким образом. Определены особенности развития электронной коммерции в странах мира, ее влияние на функциональное взаимодействие между участниками рыночных отношений. Дока-

зано, что для Украины развитие этого рынка является неотъемлемой составляющей интеграции в глобальное хозяйственное пространство, создает предпосылки для повышения конкурентоспособности страны на мировом рынке товаров и услуг. Определены причины, которые тормозят развитие электронной коммерции, и обоснованы стратегические ориентиры дальнейшего расширения рынка электронной коммерции в Украине, выделены тенденции его развития в условиях глобализации.

Ключевые слова: электронная коммерция, рынок электронной коммерции, информационные технологии, электронные операции, электронные деньги, мировой рынок электронного бизнеса.

The article is devoted to the study of the prerequisites and prospects of Ukraine's integration into the world market of e-commerce, which becomes of particular importance as an effective development direction of commercial activity with the use of the innovative information technologies that allow to rationalize business processes significantly. The advantages and disadvantages of organizing business in this way are analyzed. The peculiarities of e-commerce development in the countries of the world, its influence on functional interaction between participants of market relations are determined. It is proved that for Ukraine development of this market is an integral part of integration into the global economic space, creates the prerequisites for increasing the country's competitiveness on the world market of goods and services. The reasons which brake the development of e-commerce are determined, and the strategic guidelines for further expansion of the e-commerce market in Ukraine are substantiated, its development tendencies in the conditions of globalization are outlined.

Key words: e-commerce, e-commerce market, information technology, e-operations, e-money, e-business international market.

УДК 339:004.738.5

Засенко О.Ю.

здобувач кафедри світового господарства і міжнародних економічних відносин
Інститут міжнародних відносин
Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Постановка проблеми. Сучасний етап функціонування глобального економічного середовища характеризується закономірним розширенням торговельних та виробничо-комерційних зв'язків, фінансового та інноваційного співробітництва між його суб'єктами. Разом з тим, розвиток науки, техніки, технологій, глобальних інформаційних систем є підґрунтям для запровадження нових методів, способів, інструментів господарської взаємодії у різних сферах. У цьому зв'язку особливого значення набуває електронна комерція як ефективний напрям розвитку комерційної діяльності

з використанням новітніх інформаційних технологій, які дозволяють значно раціоналізувати ділові процеси. Її застосування збільшує оперативність отримання інформації при міжнародних операціях, скорочує цикл виробництва та продажів, знижує витрати, пов'язані з обміном інформацією, сприяє підвищенню рівня конкурентоспроможності суб'єктів ведення міжнародного бізнесу.

Обсяги операцій на ринках електронної комерції мають швидкі темпи зростання в країнах світового співтовариства. Для України розвиток цього ринку є невід'ємною складовою інтеграції у глобаль-

ний господарський простір, створює передумови для підвищення конкурентоспроможності країни на світовому ринку товарів та послуг. Зважаючи на це, особливої актуальності набувають питання ефективного здійснення електронних комерційних операцій, обґрунтування пріоритетних напрямів розширення використання зазначеного способу міжнародної торговельно-економічної взаємодії.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Дослідження особливостей здійснення міжнародних електронних операцій, пріоритетів розвитку світового ринку електронної комерції знайшло відображення в наукових працях таких зарубіжних та вітчизняних вчених, як: М. Возний, К. Гревліч, Д. Еймор, Д. Кір, Д. Козьє, Н. Меджибовська, В. Павлова, В. Плескач, А. Саммер, Т. Тардаскіна, Л. Фрід, Р. Царьов та ін.

Проте, недостатньо висвітленими залишаються питання передумов розвитку ринків електронної комерції країн світової спільноти, пріоритетів формування ринку електронної комерції в Україні та її інтеграції у світовий ринок електронної комерції.

Постановка завдання. Метою статті є визначення передумов розвитку електронної комерції в Україні та виокремлення перспективних напрямів розвитку електронних комерційних операцій з метою подальшої інтеграції у світовий ринок електронної комерції.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Електронна комерція виступає важливою складовою розвитку глобального торговельно-фінансового простору. Вона передбачає використання таких форми операцій, за яких взаємодія сторін здійснюється електронним способом замість фізичного обміну або безпосереднього фізичного контакту, в результаті чого право власності або право користування товаром або послугою передається від однієї особи до іншої [9].

Розвиток електронної комерції в розвинених країнах характеризується інтенсифікацією он-лайн операцій, збільшенням кількості он-лайн покупок,

застосуванням суб'єктами господарювання нових технологій в управлінні та виробництві, модернізацією інформаційних технологій, вдосконаленням маркетингу продукції, розширенням використання електронних грошей та банківських карток при здійсненні розрахунків, збільшенням частки операцій, що здійснюються з використанням мобільних пристроїв. Цьому значною мірою сприяє можливість встановлення відносно низьких цін, зменшення витрат на організацію торговельних процесів. Проте, слід зауважити, що ефективність діяльності підприємств електронної комерції значною мірою залежить від рівня проникнення Інтернету, налагодженості процесу доставки, зручності пропонованих сервісів та ін. Найбільша частка продажів у світі, яка припадає на он-лайн операції, спостерігається в секторах медіа, спортивних товарів, електроніки, меблів, а також одягу, засобів особистого догляду, їжі, напоїв [10].

Система електронної комерції, поєднуючи в собі можливість як дистанційної оплати, так і дистанційної купівлі, набуває останнім часом все більшого поширення, особливо з розвитком Інтернету. За обсягом ринку електронної комерції світовими лідерами є Китай та США. Хоча дані країни характеризуються зростаючими обсягами електронних ринків, більш перспективним вважається китайський ринок. Зважаючи на це, в регіональному аспекті найбільш перспективним ринком є Азіатсько-Тихоокеанський регіон. Обсяги ринків електронної комерції окремих країн світу в 2014 році представлені на рис. 1.

Найвищі показники проникнення Інтернету понад 80% є характерними для Нідерландів, Німеччини, Великобританії, Франції, саме тому ці країни характеризуються найвищим відсотком споживачів, що здійснюють операції з підприємствами електронної комерції [2]. Середня вартість однієї покупки в мережі залежить від рівня цін на товари та послуги, платоспроможності споживачів і тому є найвищою в розвинених країнах,

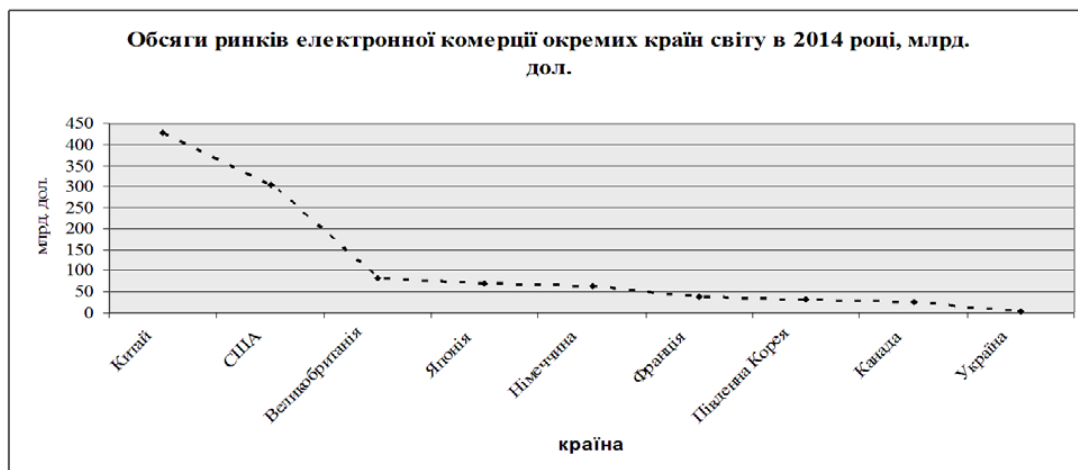


Рис. 1. Обсяги ринків електронної комерції окремих країн світу в 2014 році, млрд дол. [2]

зокрема, в США, Великобританії, Німеччині, Італії. Середня кількість здійснених покупок за рік становила 15,6 разів в США, 18 – у Великобританії, 18,1 – у Німеччині, 10,4 – в Італії. Разом з цим, варто відзначити, що темпи зростання Інтернет-торгівлі в країнах, що розвиваються, є вищими, ніж в розвинених країнах. Така тенденція пов'язана зі швидким розвитком економіки та роздрібною торгівлю. В країнах азіатського регіону стрімкі темпи розвитку он-лайн бізнесу пов'язані з тим, що велика кількість споживачів лише нещодавно отримали доступ до мережі, а відповідно активно почали здійснювати операції на ринку електронної комерції, хоча проникнення Інтернету становить лише близько 17% [2].

Серед основних тенденцій розвитку світового ринку електронної комерції варто виділити стрімке розширення мобільної електронної комерції, тобто здійснення розрахункових операцій з використанням мобільних пристроїв; використання новітніх технологій для реклами продукції в мережі; активний розвиток електронної комерції через соціальні мережі; постійне оновлення та розробка нових інформаційних технологій та комп'ютерної тех-

ніки, що сприяють спрощенню доступу до мережі користувачів, налагодженню їх тісної взаємодії; зацікавленість споживачів у товарах та послугах, виконаних на персональне замовлення.

Ринок електронної комерції в Україні знаходиться на етапі становлення, проте, характеризується стрімким зростанням он-лайн операцій у сфері торгівлі товарами та послугами. Он-лайн торгівля є одним з найбільш динамічних ринків і сегментом економіки, який продовжує зростати, незважаючи на кризові явища, коливання валютних курсів та інші проблеми, з якими Україна зіткнулася в останні роки. Система електронної комерції, поєднуючи в собі можливість як дистанційної оплати, так і дистанційної купівлі, набуває останнім часом все більшого поширення, особливо з розвитком Інтернету (рис. 2).

Таким чином, частка проникнення Інтернету за період 2010-2015 рр. збільшилася майже в 2,5 рази. Крім того, Україна характеризується швидкими темпами поширення мобільного Інтернету. У 2016 році 44% користувачів використовували мобільні пристрої для виходу в Інтернет. Завдяки цьому Україна випередила інші європей-

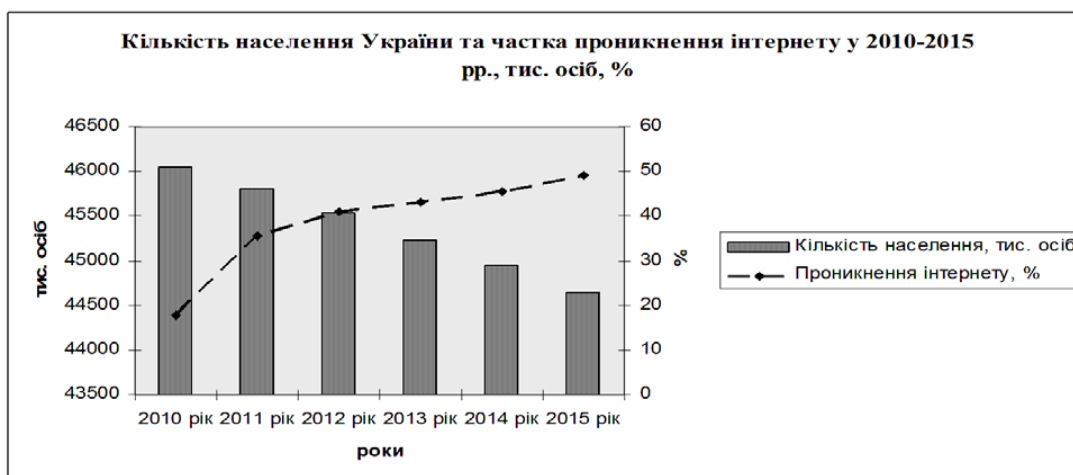


Рис. 2. Кількість населення України та частка проникнення Інтернету в 2010-2015 рр., тис. осіб, % [1, 4]

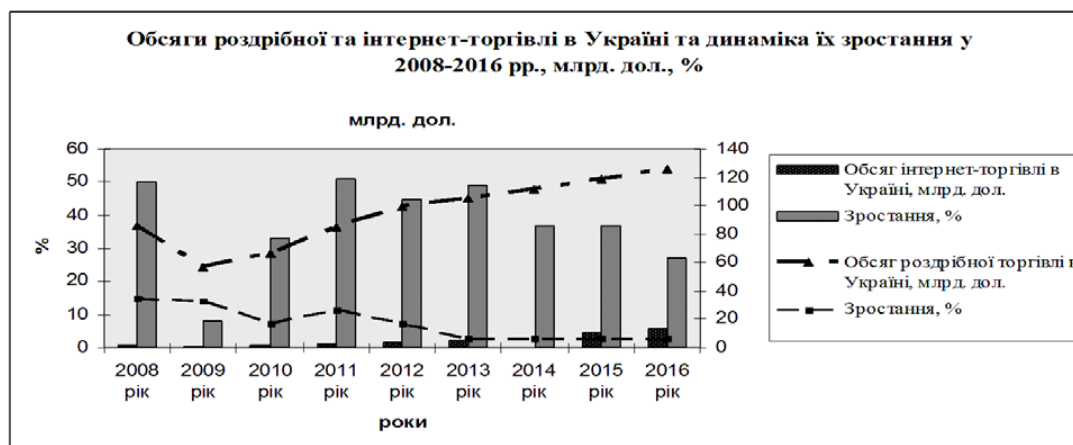


Рис. 3. Обсяги роздрібної та інтернет-торгівлі в Україні та динаміка їх зростання у 2008-2016 рр., млрд. дол., % [1, 3]

ські країни за таким показником, як темпи зростання продажів в Інтернет [6]. Варто відзначити, що в Україні близько 14% населення користуються послугами Інтернет-торгівлі, а в Німеччині та Великобританії частка Інтернет-покупців сягає 80%. Проте, темпи зростання Інтернет-торгівлі в Україні значно перевищують роздрібний сегмент, що свідчить про динамічне зростання вітчизняного ринку електронної комерції (рис. 3).

В Україні розвивається ринок товарів і послуг, для оплати яких електронна комерція є зручним платіжним інструментом [5]. Близько 67% українських інтернет-користувачів відвідують сайти, що працюють в сфері електронної комерції. Серед них пріоритетне значення мають OLX.ua (40,4% користувачів), Rozetka.com.ua (32,5%), Prom.ua (26,5%), Aliexpress.com (15,5%), Ria.com (12,4%). До п'ятірки найпопулярніших категорій товарів слід віднести одяг, взуття, аксесуари, дім і сад, краса і здоров'я, техніка і електроніка, подарунки, книги, хобі. Слід зауважити, що обсяги Інтернет-продажів мають стійку тенденцію до зростання (рис. 4).

Слід відзначити, що вітчизняні електронні магазини стикаються з рядом проблем, серед яких варто виділити недостатню розвиненість системи електронних платежів; відсутність практичних рекомендацій, пов'язаних із забезпеченням доцільного поєднання у використанні українських та зарубіжних платіжних систем; відсутність необхідної масштабної підтримки з боку держави в становленні сучасної інфраструктури систем електронної комерції; неможливість забезпечення досить високого рівня безпеки обміну даними між учасниками електронної торгівлі та ін.

Причини, які гальмують розвиток електронної комерції в Україні, слід вбачати в низькій платоспроможності населення, що не сприяє збільшенню користувачів мережі; недостатньому рівні розвитку телекомунікаційної інфраструктури, що не дозволяє надавати споживачам сучасні види послуг; значній різниці у рівні інформатизації великих міст та регіонів країни та ін. [7]. Важливим

позитивним кроком у напрямі розвитку ринку електронної комерції стало прийняття Закону України «Про електронну комерцію», який визначає організаційно-правові засади діяльності у сфері електронної комерції в Україні, встановлює порядок вчинення електронних правочинів із застосуванням інформаційно-телекомунікаційних систем та визначає права і обов'язки учасників відносин у сфері електронної комерції, а також описує порядок укладання угод у цій сфері [8].

Суттєве значення для розвитку ринку електронної комерції має чітке визначення в Законі сутності понять електронна комерція, електронна торгівля. Так електронною комерцією вважаються відносини, спрямовані на отримання прибутку, що виникають під час вчинення правочинів щодо набуття, зміни або припинення цивільних прав та обов'язків, здійснені дистанційно з використанням інформаційно-телекомунікаційних систем, внаслідок чого в учасників таких відносин виникають права та обов'язки майнового характеру. У свою чергу, електронна торгівля визначена, як господарська діяльність у сфері електронної купівлі-продажу, реалізації товарів дистанційним способом покупцю шляхом вчинення електронних правочинів із використанням інформаційно-телекомунікаційних систем. Відповідно до зазначеного закону суб'єктом електронної комерції є суб'єкт господарювання будь-якої організаційно-правової форми, що реалізує товари, виконує роботи, надає послуги з використанням інформаційно-телекомунікаційних систем, або особа, яка придбаває, замовляє, використовує зазначені товари, роботи, послуги шляхом вчинення електронного правочину. Варто зауважити, що в законі визначено також основні принципи правового регулювання у сфері електронної комерції, порядок укладення електронного договору, специфіка здійснення розрахунків у сфері електронної комерції, основи захисту персональних даних у сфері електронної комерції, особливості зберігання електронних документів [8].

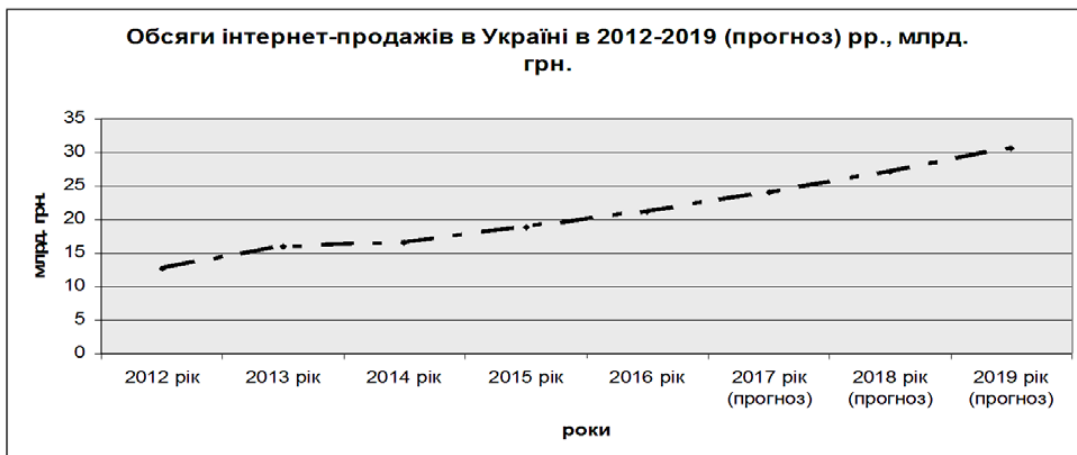


Рис. 4. Обсяги Інтернет-продажів в Україні в 2012-2019 рр. (прогноз), млрд грн. [1]

До основних напрямів стимулювання розвитку вітчизняного ринку електронної комерції варто віднести: узгодження правових норм укладення угод в електронному вигляді; забезпечення державного сприяння розвитку електронної комерції для усунення перешкод здійснення електронних операцій, недопущення будь-яких форм дискримінації, надання учасникам рівних прав на судовий захист; поширення інформації та набуття знань суб'єктами господарювання про можливості Інтернет-комерції та переваги для бізнесу при їх впровадженні; розбудова інфраструктури ринку електронної комерції.

Висновки з проведеного дослідження. Новітні технологи поступово трансформують основні принципи традиційної ринкової економіки у напрямі використання сучасних зручних підходів до здійснення міжнародних операцій. Важливого значення у розвитку глобального ринку набула міжнародна інформаційна мережа Інтернет. Це зумовило можливість використання нових способів ведення бізнесу, зокрема, у вигляді он-лайн операцій. В Україні електронна комерція відіграє важливу роль в розвитку комерційно-економічного простору, знижуючи витрати на здійснення окремих операцій та стимулюючи розширення бізнес-співробітництва. Подальший розвиток електронної комерції в Україні є ефективним способом виходу на світовий ринок для вітчизняних підприємств та підвищення рівня їх конкурентоспроможності.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Електронна комерція в Україні 2016: цифри і факти. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://webexpert.com.ua/ua/elektronna-komertsiya-v-ukrayini-2016>
2. E-Commerce Europe. European B2C E-commerce Report 2014 [Electronic resource]. Available at: <http://www.ecommerce-europe.eu/facts-figures>
3. Інтернет-дослідження: компанія Gemius Ukraine // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://gemius.com.ua>
4. Исследование рынка электронной коммерции в Украине [Электронный ресурс]. – Режим доступу: <http://ain.ua/2013/04/11/120835>
5. Меджибовська Н. Перспективи розвитку електронного бізнесу в Україні / Н. Меджибовська // Економіка України. – 2003. – № 6. – С. 36-41.
6. Офіційний сайт Асоціації Учасників Електронного Бізнесу України // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://uelbu.org/>
7. Павлова В. А. О проблемах развития онлайн-торговли в Украине / В. А. Павлова // Економічний нобелевський вісник. – 2014. – № 1(7) – С. 349-354.
8. Про електронну комерцію: Закон України № 675-VIII від 3 вересня 2015 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/675-19>
9. Summer A. E-Commerce / A. Summer, Gr. Dunkan. – NYH Publishing. – 1999. – 263 p.
10. Чучко Н. О. Електронна торгівля в системі світогосподарських відносин / Н. О. Чучко, Г. М. Лозікова // Економіка промисловості. – 2011. – № 4. – С. 153-158.