

УДК 339.13,339.17

Маловичко С.В.

кандидат економічних наук, доцент,
Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-БарановськогоДОСЛІДЖЕННЯ СТАНУ ТА ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ
ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ

CURRENT STATE AND PROSPECTS FOR DEVELOPMENT OF E-COMMERCE

АНОТАЦІЯ

У статті проведено дослідження стану та перспектив розвитку електронної торгівлі за допомогою визначення країн Європи з найнижчим доступом до Інтернету; визначення обсягів збуту в роздрібній електронній торгівлі у світі; країн Європи, в яких найшвидше розвивається ринок роздрібної електронної торгівлі у 2014 р.; аналізу товарообігу країн та співставлення традиційної та електронної торгівлі у Східній Європі.

Ключові слова: електронна торгівля, електронна комерція, ринок електронної торгівлі, Інтернет, В2С, інформаційно-комунікаційні технології.

АННОТАЦИЯ

В статье проведено исследование состояния и перспектив развития электронной торговли с помощью определения стран Европы с самым низким доступом к Интернету; определения объемов сбыта в розничной электронной торговле в мире; стран Европы, в которых быстрее всего развивается рынок розничной электронной торговли в 2014 г.; анализа товарооборота стран и сопоставления традиционной и электронной торговли в Восточной Европе.

Ключевые слова: электронная торговля, электронная коммерция, рынок электронной торговли, Интернет, В2С, информационно-коммуникационные технологии.

ANNOTATION

The study of the current state and prospects for development of e-commerce was presented in the article. The study was undertaken by determining countries with the lowest in Europe access to the Internet; by determining volumes of sales in retail E-business in the world; by determining European countries with the fastest rate of development of retail E-business in 2014; by analyzing and comparing countries in Eastern Europe by commodity turnover in traditional trade and E-trade sectors.

Keywords: E-commerce, E-trade, market of E-commerce, Internet, B2C, information and communication technologies.

Постановка проблеми. Стрімкий розвиток науки і техніки, поява та розповсюдження Інтернету обумовили значні зміни в економіці. У підприємців з'явилась можливість здійснювати купівлю та продаж товарів із використанням інформаційно-комунікаційних технологій, що, у свою чергу, сформувало нові можливості по отриманню конкурентних переваг, а саме: зменшення витрат на ведення бізнесу, наявність безперервної комунікації з ключовими суб'єктами взаємодії, розширення ринків збуту, підвищення гнучкості ведення бізнесу тощо.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Роботи багатьох науковців присвячені дослідженню різних аспектів здійснення електронної торгівлі. Так, наприклад, Л.В. Некрасова зосереджувала увагу на чинниках зростання і проблемах, що перешкоджають активному розвитку дистанційної торгівлі [1]. Н.А. Кос-

марова, А.Д. Сеїтібраїмов вивчали конкуренцію на електронних ринках, що, на їхню думку, має специфічні відмінності від конкуренції на традиційних ринках [2]. Л.О. Стрій та А.К. Голубев у монографічному дослідженні «Маркетинг XXI століття. Концептуальні зміни та тенденції розвитку» аналізували маркетингові особливості розвитку економіки, сучасні концепції маркетингу, тенденції змін у маркетинговому управлінні, у складових комплексу маркетингу [3]. Дискусійні аспекти сорсингу у сфері електронної комерції розглядаються в роботах Ю.І. Зорькіної, І.В. Калашникової [4] та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. В економічній літературі багато уваги приділено теоретико-методологічному апарату, однак з урахуванням бурхливості та стрімкості розвитку технічної складової здійснення електронної торгівлі доцільно проводити актуальні на певний проміжок часу дослідження її стану та перспектив розвитку.

Мета роботи полягає у визначенні сучасного стану та перспектив розвитку електронної торгівлі у світі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Стрімкий розвиток інформаційно-комунікаційних технологій, розповсюдження та доступність Інтернет створили середовище для миттєвого обміну інформацією, що в соціальному та технічному контексті проявляється в розумінні Всесвітньої мережі як джерела інформації про процеси та явища навколишнього середовища. За даними консалтингової фірми Atkearney, у 2014 р. серед країн Європи з найнижчим доступом до Інтернету опинились Греція, Румунія, Україна, Туреччина та Росія (рис. 1).

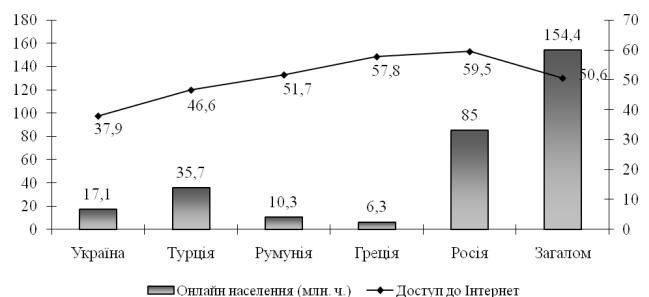


Рис. 1. Країни Європи з найнижчим доступом до Інтернету, 2014 р. [6]

Для приватних споживачів усього світу найвідоміша форма електронної комерції реалізується через онлайн-покупки, тобто електронну торгівлю (B2C). Хоча це зростаючий бізнес у всьому світі з приблизно 41% глобальних користувачів Інтернету, однак норма онлайн-покупки на місяць та проникнення Інтернету відрізняється у розрізі країн світу. Так, у 2015 р. Китай був країною, де найбільше користувачів Інтернету купило продукт в он-лайні в межах попереднього місяця; серед інших країн, що мали успіх в електронній торгівлі, можна виділити Німеччину, Індію, Бразилію і Великобританію [8].

Фактичні та прогнозовані обсяги збуту в роздрібній електронній торгівлі у світі (рис. 2) показують тенденції до уповільненого росту до 2018 р. мінімум на 13%.

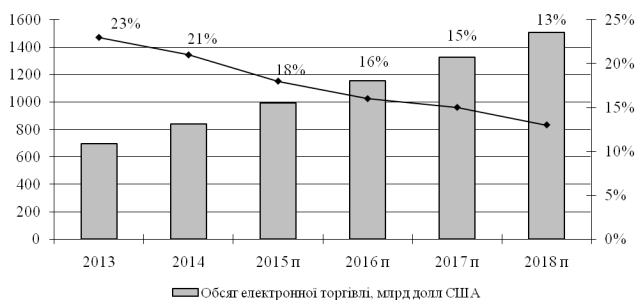


Рис. 2. Обсяги збуту в роздрібній електронній торгівлі у світі [5]

На рис. 3 показані країни Європи, в яких найшвидше розвивається ринок роздрібної електронної торгівлі.

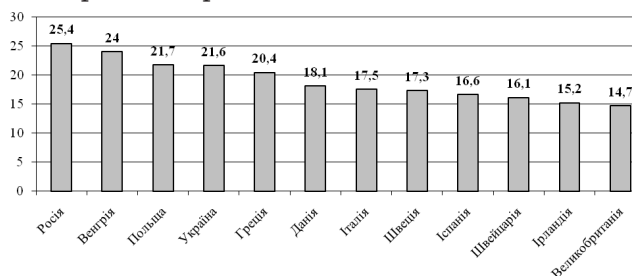


Рис. 3. Країни Європи, в яких найшвидше розвивається ринок роздрібної електронної торгівлі у 2014 р., % [6]

На першому місці серед країн Європи, в яких темпи розвитку ринку роздрібної електронної торгівлі швидкі, знаходиться Росія з нормою у 25,4%. Серед лідерів розвитку також є Угорщина (24%), Польща (21,7%), Україна (21,6%), Греція (20,4%).

З метою більш глибокого розуміння тенденцій розвитку електронної торгівлі проведемо аналіз товарообігу країн та співставлення традиційної та електронної торгівлі у Східній Європі (рис. 4, 5).

Найбільший обсяг збуту товарів через мережу Інтернет у 2014 р. мала Росія – 18,8 млн. євро, найнижчі показники у Албанії, Білорусі, Боснії та Герцеговині, Молдови, Косово та Македонії.

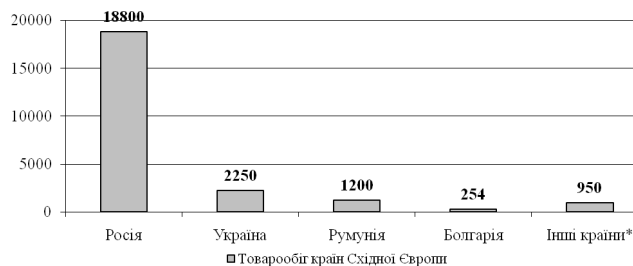


Рис. 4. Товарообіг країн Східної Європи у секторі B2C, млн. євро [6]

Найбільша різниця між обсягами традиційної та електронної торгівлі у Східній Європі за 2014 р. спостерігається в таких країнах, як Італія, Бельгія, Іспанія.

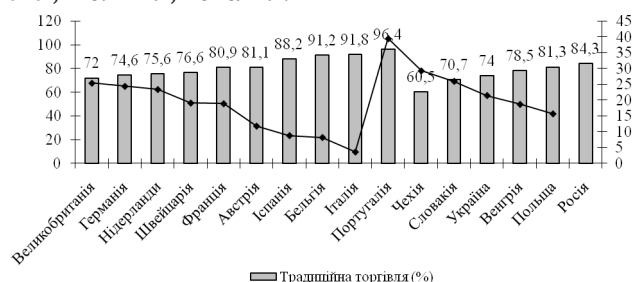


Рис. 5. Співставлення традиційної та електронної торгівлі у Східній Європі за 2014 р. [6]

Поточна статистика електронної комерції заявляє, що 40% всесвітніх користувачів Інтернету купило продукцію або товари в он-лайні через робочий стіл, телефон, блокнот або інші онлайн-пристрої [7].

Зростає популярність мобільної торгівлі – інша захоплююча тенденція, щоб спостерігати в термінах статистики електронної комерції, розглядаючи популярність і широко поширене використання смартфонів і зростаюче використання блокнотів. У 2013 р. дохід мобільної торгівлі США дорівнював 38 млрд. дол. [7].

Висновки. Прослідковуються ріст та розвиток ринку електронної торгівлі у світі; до країн, що мають найнижчий доступ до мережі Інтернет у Східній Європі, відноситься Греція; електронна торгівля поступово витісняє традиційну; Росія є країною, де найшвидше розвивається ринок роздрібної електронної торгівлі серед країн Європи. Перспективами подальших наукових розробок у даному напрямі є оцінка ефективності інституційного механізму українського ринку електронної торгівлі, оцінка рівню безпеки електронної торгівлі тощо.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Некрасова Л.В. Электронная торговля как индикатор перемен в потребительских предпочтениях граждан Российской Федерации / Л.В. Некрасова // Актуальные проблемы социальной политики и экономики. – 2012. – № 2. – С. 31–34.
2. Космарова Н.А., Сеитибаимов А.Д. Поиск системы и несовершенная конкуренция на электронном рынке /

- Н.А. Космарова, А.Д. Сеитибраимов // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2010. – № 29. – С. 111–114.
3. Стрій Л.О. Маркетинг XXI століття. Концептуальні зміни та тенденції розвитку: [монографія] / Л.О. Стрій; за наук. ред. проф. А.К. Голубєва. – Одеса: ВМВ, 2010. – 320 с.
 4. Зорькина Ю.И., Калашникова И.В. Дискуссионные аспекты сорсинга в сфере электронной коммерции / Ю.И. Зорькина, И.В. Калашникова // Экономический журнал. – 2015. – № 1(37) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/diskusсионnye-aspekty-sorsinga-v-sfere-elektronnoy-kommertsii>.
 5. Global Retail E-Commerce Keeps On Clicking The 2015 Global Retail E-Commerce Index™ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.atkearney.com/consumer-products-retail/e-commerce-index/full-report/-/asset_publisher/87xbENNHPZ3D/content/global-retail-e-commerce-keeps-on-clicking/10192?_101_INSTANCE_87xbENNHPZ3D_redirect=%2Fconsumer-products-retail%2Fe-commerce-index.
 6. European B2C E-commerce Reports 2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://nrw.nl/wp-content/uploads/2015/07/European-b2c-e-commerce-report-2015.pdf>.
 7. Statistics and Market Data about E-commerce [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.statista.com/markets/413/e-commerce/>.
 8. Statistics and facts about global e-commerce [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.statista.com/topics/871/online-shopping/>.