



Савчук Оксана

асистент

Науковий керівник: д-р екон. наук, професор Юхименко П.І.

Білоцерківський національний аграрний університет

Біла Церква, Україна

ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ: ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ В СВІТІ ТА УКРАЇНІ

Електронна комерція у всьому світі наразі активно зростає та удосконалення. В основному під цим поняттям розуміють роздрібну торгівлю через мережу Інтернет і найчастіше асоціюється це з інтернет магазинами. Саме за показниками роздрібної торгівлі, здійсненої в онлайн режимі, досліджується розвиток електронної комерції. Як правило збором статистичних даних електронної комерції займаються незалежні аналітичні компанії, та експерти, показники яких можуть різнитися, але загальну тенденцію можна прстежити. За даними аналітичної компанії eMarketer електронна комерція і в подальшому буде зростати.

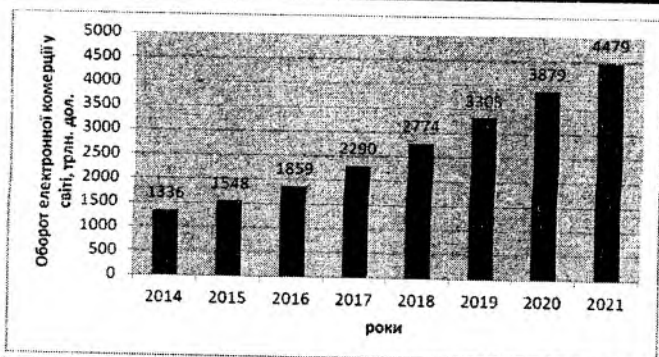


Рис. 1. Глобальна роздрібна торгівля електронної комерції 2014-2021рр.
Джерело: <https://www.statista.com>

Так очікується, що об'єм продажів роздрібною електронною комерцією зросте майже до \$ 4,5 трлн. у 2021р., що збільшить майже втричі доходи від електронної комерції [1].

Найбільшим ринком роздрібною електронною комерцією прогнозується буде Азійсько-Тихоокеанський регіон, де значна доля відводиться Китаю та США.

Що стосується України, то не дивлячись на те, що тут галузь електронної комерції зростає дуже швидкими темпами, за останні декілька років можна спостерігати щорічне його зростання на 25-35%, проникнення електронної роздрібною торгівлі в загальний роздріб займає лише 3% [2].

Основні фактори, що впливають на розвиток електронної комерції є платіжні системи, логістика та проникнення Інтернет. Тому, розуміючи важливість сектору електронної комерції для майбутнього розвитку економіки, політика КНР спрямовувалась на заохочення сумісного розвитку логістики, галузі експрес доставки та інтернет-торгівлі. За рахунок чого ми зараз спостерігаємо і надалі будемо спостерігати експансію китайських товарів через електронну комерцію. Висока конкуренція, в китайському секторі електронної комерції призводить до зменшення ціни, налагодження логістики (багато товарів доставляються безкоштовно в різні куточки світу), а також достатньої урегульованості. Такий торговий майданчик як, наприклад aliexpress демонструє досить високу ступінь захисту та врегулювання інтересів як покупця так і продавця. Все це значно сприяє розвитку галузі. В Україні аналог aliexpress виконує торговельний майданчик Prom.ua.

Також можна констатувати, що змінюється технологічна складова ринку електронної комерції, де зростає роль мобільного пристрою, а саме смартфонів. Збільшення користувачів смартфонів та поява 3G,4G Інтернету сприяли створенню мобільних комерційних додатків. Загалом у 2016р. 44% користувачів використовували мобільні пристрої для входу в Інтернет. Експерти стверджують, що два з п'яти он лайн продажів приходяться на продажі, що здійснюються через мобільні пристрої, тож річний приріст долі мобільних транзакцій сягає близько 17% [3].

Позитивною тенденцією є те, що й надалі Інтернет проникає в сільську

місцевість і стирається межа між містом та селом.

Збільшення кількості електронних платежів серед населення, коли люди відносяться до таких операцій не як до чогось нового, а як до буденної та зручної послуги також впливає на користь електронної комерції.

І наразті прийняття 3 вересня 2015 року Закону України «Про електронну комерцію», дає підставу розглядати угоду укладену електронним шляхом як юридично правомірну.

Окремо треба виділити онлайн платежі. Методи онлайн-платежів в значній мірі залежать від рішення здійснити покупку. Тому спосіб оплати може варіюватися в залежності від культурного середовища в якому споживачі звикли функціонувати. Наприклад, в Північній Америці найпоширенішим засобом розрахунку є кредитні картки (53%). Цифрові платіжні системи, такі як PayPal та Apple Pay (43%) займають друге місце [4]. Що стосується Східної Європи, Індії, Африки, найбільш поширеною формою є розрахунок після оплатою за доставлений товар. На жаль використання платіжних систем не надто популярне серед наших співвітчизників, хоч вони (платіжні системи) несуть ряд переваг, насамперед для українського середнього класу – малого та середнього бізнесу, так як дозволяють просто і зручно продавати свої товари та послуги за кордон. Важливе значення в функціонуванні вітчизняної електронної комерції відводиться як локальним так і міжнародним сервісам кур'єрської доставки товару. Тому в Україні з'являються нові (наприклад міст експрес, поштомати приват банка), та планують змінювати технологію своєї роботи і розширювати коло задач старі сервіси.

Не дивлячись на швидке зростання та позитивні моменти розвитку електронної комерції, в Україні вона знаходиться лише в початковому стані. Адже доля електронної комерції в структурі роздрібної торгівлі України складає лише 3%, для порівняння в США - 14,8%, Німечції – 15,1%, Англії – 17,8% [5].

Незадовільним також є те, що майже відсутня конкуренція, що призводить до нічим не підтвердженого, крім не добросовісності інтернет-продавців завищення цін на вітчизняні товари.

Наші продавці не мають виходу на зовнішні ринки.

Всі ці проблеми актуальні і потребують подальшого дослідження та вирішення.

Список використаних джерел

1. Роздрібна торгівля електронною торгівлею в усьому світі з 2014 до 2021 рік. URL: <https://www.statista.com/statistics/379046/worldwide-retail-e-commerce-sales/> (дата звернення 26.01.2018).
2. Всесвітня роздрібна торгівля. Електронний маркетинг. Оцінки і прогноз. URL: http://www.emarketer.com/public_media/docs/eMarketer_eTailWest2016_Worldwide_ECommerce_Report.pdf (дата звернення 26.01.2018).
3. Електронная коммерция в Украине 2016: цифры и факты. URL: <https://webexpert.com.ua/e-commerce-in-ukraine-2016> (дата звернення 26.01.2018).
4. Статистика глобальної електронної комерції та 10 міжнародних тенденцій зростання, які вам потрібно знати. URL : <https://www.shopify.com/enterprise/global-commerce-statistics> (дата звернення 26.01.2018).
5. Доля роздрібної торгівлі в загальному об'ємі роздрібної торгівлі в окремих країнах 2017 р. URL: <https://www.statista.com/statistics/281241/online-share-of-retail>