

УДК 339.138:004]:339.9

Демченко О.М.

аспірант НУ «Запорізька політехніка», Україна

РОЛЬ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ У РОЗВИТКУ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Завдяки стрімкому розвитку інформаційних технологій у сучасній економіці відбулося безліч змін, однією з значних, мабуть, стала поява такого явища, як електронна комерція. Електронна комерція в даний час є повноцінним ринком, що розвивається за загальноекономічними принципами і має свою історію. Електронний обмін даними на базі Інтернету в багато разів ефективніший за звичайний як за витратами, так і за швидкістю передачі. Він дозволяє мережевим суб'єктам обмінюватися інформацією, здійснювати транзакції та здійснювати фінансові розрахунки в режимі реального часу. При цьому суб'єктами можуть виступати юридичні та фізичні особи, у тому числі різні фінансові установи, виробники, постачальники та споживачі товарів та послуг. Завдяки всім своїм перевагам Інтернет як нова економічна реальність може значно підвищити ефективність бізнесу на трьох рівнях:

- окремі напрямки бізнесу;
- національні економіки

- усю світову економічну систему.

Кількість можливих напрямів використання Інтернету для господарської діяльності практично необмежена. Серед них такі:

- інтернет-рітейл (бізнес-споживча частина електронної комерції);
- business-to-business commerce (сектор електронної комерції business-to-business);
- фінансові розрахунки (фінансовий сектор електронної комерції);
- торгівля між кінцевими споживачами (споживча сфера електронної комерції)
- організація міжнародних бірж, аукціонів, виставок, тендерів;
- маркетинг, включаючи прямий маркетинг;
- ефективна реклама, що таргетує;
- дистанційний підбір та підбір персоналу;
- віддалена юридична консультація;
- довідково-інформаційні служби;
- бронювання авіаквитків, залізничних квитків, готельних номерів;
- інтерактивне телерадіомовлення;
- дистанційне навчання та ін.

Україна має шанс відновити свою зруйновану економіку і повноцінно брати участь у світовому інформаційному співтоваристві за рахунок своєчасного впровадження інтернет-технологій у діючі бізнес-процеси. Ці технології, поряд із значним підвищенням ефективності економічної діяльності, дають реальну можливість активізувати регіональне та міжнародне співробітництво між різними господарюючими суб'єктами та залучати іноземні інвестиції в українські інтернет-проекти, які вже зараз викликають великий інтерес у венчурних компаній, фонди та банки.

Незважаючи на значну кількість вітчизняних і зарубіжних досліджень та публікацій з тематики електронної комерції, глобальна електронна комерція ще недостатньо вивчена. Деякі її важливі аспекти досі залишаються поза увагою дослідників. У існуючих друкованих виданнях з електронної комерції в центрі уваги, як і раніше, знаходиться аналіз зарубіжного досвіду розвитку електронної комерції, багато аспектів якого не можуть бути сліпо перенесені в існуючу дійсність через свою специфіку та потреби, критично переосмислені та адаптовані.

На початкових етапах вивчення електронної комерції як синонімів цього терміна активно використовувалися терміни «Електронний бізнес» та «Електронна комерція» (кіберторгівля, електронна комерція, електронна

комерція). Проте в даний час більшість фахівців говорять про те, що ці терміни відносяться до різних явищ: найширше поняття з вище перелічених термінів - електронна комерція, воно включає в себе електронну комерцію, окремим випадком якої є електронна комерція, і тому є найвужчим з цієї умови.

Найбільш вдалим визначенням електронного бізнесу є:

- «Електронний бізнес (Електронний бізнес) – це будь-який процес, який бізнес-організація здійснює через комп'ютеризовану мережу» (будь-який процес, який комерційна організація здійснює у комп'ютерних мережах);
- «Електронний бізнес - це сукупність різних бізнес-процесів, у яких використання мережі Інтернет та пов'язаних з нею телекомунікаційних мереж, інформаційно-комп'ютерних технологій є необхідною умовою здійснення та ведення одного чи кількох етапів підприємницької діяльності»;
- «Електронний бізнес - це зв'язок найважливіших систем вирішення комерційних завдань з клієнтами безпосередньо через Інтернет, зовнішні та внутрішні мережі компанії».

Одне з найкоротших визначень електронної комерції можна знайти у Спільній заяві з електронної комерції Рад з торгівлі та промисловості США та Японії, в якій говориться: «Електронна комерція визначається просто як торгівля через механізм електронного зв'язку. ...».

Електронна комерція - фінансові операції та угоди, що здійснюються через Інтернет та приватні мережі зв'язку, пов'язані з купівлею та продажем товарів та послуг та переказом коштів. Транзакція електронної комерції може бути такою ж простою, як цифрова передача даних, телефон, телебачення, інформаційні мережі.

Отже, з урахуванням аналізу дефініції терміну електронна комерція можна дати таке визначення сутності цього явища: електронна комерція – це діяльність підприємств із проведення комерційних угод з допомогою електронних засобів обміну даними. При цьому можна наголосити, що торгівля може відбуватися як товарами (матеріальними/нематеріальними), так і послугами (страхування, банки тощо). Під електронними засобами обміну даними розуміються всі електронні засоби обміну даними (мережі ЕДО, телефон, телеграф тощо), а не лише Інтернет.

Використання Інтернету дозволило багатьом компаніям самостійно розмішувати замовлення та доставляти товари, а не передавати ці функції роздрібним торговцям, які самі використовують «віртуальне середовище», замінюючи фізичне розміщення товарів на складах та їхнє переміщення інтернет-фахівцями. В даний час близько 90% найбільших українських

компаній мають доступ до мережі Інтернет, на ринку працює понад 150 електронних торгових майданчиків.

Електронні корпоративні платформи та ринки та електронні біржі стають важливими елементами інфраструктури ринку. Вони служать для підтримки торгівлі сировиною, продуктами харчування, промисловими та фармацевтичними товарами, різними послугами, а також торгівлі цінними паперами та іноземною валютою.

Деякі автори стверджують, що перші системи електронної комерції у своїй найпростішій формі з'явилися у 1960-х роках минулого століття в США та використовувались головним чином у транспортних компаніях для замовлення білетів та обміну інформацією між транспортними службами перед підготовкою до рейсів. Компанія American Airlines впровадила систему автоматизації процедури резервування місць на авіарейс. Сумісна з IBM розробка отримала назву SABRE (SemiAutomatic Business Research Environment, Sabre) та почала працювати повною мірою у 1964 році. Так великі організації почали використовувати електронні технології для здійснення угод між собою, а банки використовувати електронні грошові перекази. З розвитком Інтернету у 1990-х роках виникла відповідна форма електронної комерції у формі Інтернет-магазинів, де користувачі могли замовляти товари та послуги з оплатою за допомогою банківських карток. Розвиток Інтернету став чинником значного зниження витрат використання електронної комерції завдяки низькій вартості обміну інформацією. Перші українські інтернет-магазини з'явилися наприкінці 90-х років.

Нині є серйозні передумови розвитку електронної комерції в Україні. Це твердження ґрунтується на тому, що у нас традиційно високий рівень освіти і, крім того, попит та пропозиція у українській сфері інформаційних технологій постійно збільшується. Цей сектор довів свій високий потенціал і останні п'ять років став значним ринковим чинником з темпами зростання продажів 15-25% на рік.

Україна з її територією і тенденціями просто приречена на широке використання веб-практик у всіх сферах життя, пов'язаних із забезпеченням державної ідентичності. У той самий час потрібно чітко розуміти консерватизм і нечисленність сучасного українського ринку електроніки, що створює труднощі у впровадженні інновацій і ставить перед Україною глобальний виклик – знайти місце у глобальній системі поділу праці галузі інформаційних технологій.

Істотним проривом у питанні щодо врегулювання діяльності підприємств на ринку Інтернет-послуг є прийняття закону «Про електронну комерцію». Закон визначає організаційно-правові засади діяльності у сфері електронної комерції в Україні, встановлює порядок здійснення електронних угод з використанням інформаційно-телекомунікаційних систем, визначає

права та обов'язки учасників відносин у сфері електронної комерції та декларує чимало новацій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Гармідер Л. Д., Орлова А.В. Особливості розвитку вітчизняної електронної комерції Європейський вектор економічного розвитку, 2015. № 1 (18). С. 58-65.

2. Уклінова Т.В. Інтернет-торгівля як засіб підвищення конкурентоспроможності підприємств в умовах глобалізації. URL: <http://surl.li/svvuz> (дата звернення: 22.04.2024).

3. Мочерний С.В., Устенко О.А., Чоботар С.І. Основи підприємницької діяльності: Посібник.- К.: ВЦ «Академія». 2003. 280 с.

4. Соболев В. О. Сутність основних понять Інтернет-торгівлі. URL: http://www.rusnauka.com/15_DNI_2008/Economics/33645.doc.htm (дата звернення: 22.04.2024).