

УДК 338.64

**Стройко Т.В.**  
*доктор економічних наук, професор,  
завідувач кафедри міжнародних економічних відносин  
та економіки  
Миколаївського національного університету  
імені В.О. Сухомлинського*

**Шевченко С.В.**  
*магістр  
Миколаївського національного університету  
імені В.О. Сухомлинського*

## СУЧАСНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ РИНКУ ІНТЕРНЕТ-ТОРГІВЛІ В ГЛОБАЛІЗОВАНОМУ СВІТІ

### АНОТАЦІЯ

Метою дослідження є виявлення основних тенденцій розвитку Інтернет-торгівлі в умовах глобалізації та його впливу на розвиток національної економіки. На основі проведеного аналізу встановлено основні тенденції розвитку електронної торгівлі. Встановлено, що стрімкий технологічний розвиток у сфері електроніки та кібернетики став передумовою інтенсивного нарощення процесів інформатизації усіх сфер народного господарства.

**Ключові слова:** Інтернет-торгівля, глобалізація, мережа Інтернет, Інтернет-продажі, технологічний розвиток, В2С.

### АННОТАЦИЯ

Целью исследования является выявление основных тенденций развития Интернет-торговли в условиях глобализации и его влияния на развитие национальной экономики. На основе проведенного анализа установлены основные тенденции развития электронной торговли. Установлено, что стремительное технологическое развитие в сфере электроники и кибернетики стало причиной интенсивного наращивания процессов информатизации всех сфер народного хозяйства.

**Ключевые слова:** Интернет-торговля, глобализация, сеть Интернет, Интернет-продажи, технологическое развитие, В2С.

### ANNOTATION

The purpose of the study was to identify the main trends in the development of Internet commerce in the context of globalization and its impact on the development of the national economy. On the basis of the analysis, the main tendencies of e-commerce development were established. It was established that rapid technological development in the field of electronics and cybernetics became a prerequisite for intensive growth of informatization processes in all spheres of the national economy.

**Key words:** internet trade, globalization, Internet, Internet sales, technological development, B2C.

**Постановка проблеми** у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Стрімкий технологічний розвиток у сфері електроніки та кібернетики став передумовою інтенсивного нарощування процесів інформатизації всіх сфер національної економіки. Формування інформаційного суспільства призвело до виходу інформаційно-комунікаційних технологій на новий рівень, що дає змогу вирішувати складні економічні завдання як для окремих комерційних структур, так і в загальнодержавному масштабі. При цьому значна частина бізнесу стає електронною і переміщується у глобальне середовище мережі Internet. Тому формування системи знань та навичок з електронної комерції є важливим завданням підготовки майбутніх висококваліфікованих спеціалістів [1].

**Аналіз останніх досліджень і публікацій**, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спираються автори. Наукові роботи вітчизняних та зарубіжних авторів, серед яких – М. Макарова, А. Береза, І. Балабанов, В. Царьов, А. Кантарович, Д. Козьє, І. Успенський та ін., створили значний теоретичний потенціал для організації та управління підприємствами електронної торгівлі в умовах ринкової економіки. Дослідженню питань, пов'язаних із формуванням систем електронної торгівлі підприємствами України, присвячено роботи В.М. Гужви, О. Данько, В.В. Апопія, Я.А. Гончарука, А.М. Виноградської, Н.С. Меджибовської, Б.М. Мізюка та ін. Водночас у вітчизняній науковій літературі недостатньо чітко сформульовано теоретичні та методологічні основи побудови ефективних систем електронної торгівлі в умовах чинної в Україні законодавчої бази, що й зумовило тематику вибраного дослідження.

**Формулювання цілей статті (постановка завдання).** Метою дослідження є виявлення основних тенденцій розвитку Інтернет-торгівлі в умовах глобалізації та його впливу на розвиток національної економіки.

**Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів.** Онлайн продажі мають сьогодні високий темп росту, який значно випереджає темп росту традиційної торгівлі. JPMorgan констатує в 2017 р. зростання електронної комерції на 19,4%, її обсяг перевищить \$1 трлн. [2].

Високі темпи зростання в галузі, навіть незважаючи на кризу, пов'язані з багатьма чинниками: значно збільшилася кількість користувачів мережі Інтернет, спростилося програмне забезпечення та підвищилася швидкість його роботи, вдосконалено технологію пошуку і замовлення товарів, збільшилася і розширилася товарна пропозиція, знизилася ціна, підвищився рівень сервісу. Покупець тепер довіряє онлайн продавцям. В Інтернет також з'явилися онлайн представництва великих роздрібних мереж, керівники яких нарешті зрозуміли, що зволікати не можна і треба завойовувати місце на ринку. Очевидно, що електронна комерція має хороші перспективи [3, с. 8].

Таблиця 1

## Ріст ринку електронної торгівлі у світі

Регіон	2014 р. (\$млрд.)	2017 р. (\$млрд.)	Річний приріст (%)
США	165,8	235,3	12,4
Європа	195,2	283,0	13,2
Азія	155,7	323,1	27,5
Решта	55,8	121,7	29,7
Всього	572,5	963,0	19,4

Джерело: складено за [2]

Протягом останніх трьох років кількість користувачів глобальної мережі в США збільшилася на 19,1%, а в Китаї – майже в чотири рази, що свідчить про підвищення інтересу населення країн, що розвиваються, до інноваційних інструментів розповсюдження інформації та до активного залучення інформаційно-комунікаційних технологій у різноманітні сфери власного життя. Необхідно зазначити, що саме країни, що розвиваються, демонструють динамічні темпи збільшення показників розповсюдження Інтернету серед населення. Так, в Алжирі за період 2011–2015 рр. кількість користувачів мережі збільшилася в сім разів, в Єгипті – в чотири рази, в Індії – в три рази [4].

Незважаючи на те що кількість користувачів значної частини країн з економікою, що розвивається, та транзитивною економікою не перевищує 30% від загальної кількості населення, цей показник поступово збільшується, що дає змогу зробити висновок про охоплення глобальною мережею населення всього світу протягом наступних 10–15 років.

Таким чином, масштаби охоплення економічної системи новими формами ведення бізнесу продовжуватимуть збільшуватися, що позитивно відобразиться на обсягах електронної торгівлі та її структурі. Аналіз розвитку електронної торгівлі на міжнародному рівні пов'язаний із певними складнощами, головною з яких є лінгвістичні особливості.

Електронна торгівля, як і електронна комерція та електронний бізнес, сформувалася у США, що послугувало причиною використання в міжнародних актах та угодах, таких як UNCITRAL Model Law on Electronic Commerce, англійського терміна e-commerce. При цьому під поняттям e-commerce розуміють «будь-які торговельні угоди про постачання товарів чи послуг або обмін товарами, або послугами; дистриб'юторські угоди; комерційне представництво та агентські відносини; факторинг; лізинг; будівництво промислових об'єктів; надання консультативних послуг, інжиніринг; купівлю/продаж ліцензій; інвестування; фінансування; банківські послуги; страхування; угоди про експлуатацію або концесії; спільні підприємства та інші форми промислового або підприємницького співробітництва; перевезення товарів і пасажирів повітряним, морським, залізничним або автомобільним транспортом» [5].

Таким чином, на міжнародному рівні не існує визначення поняття електронної торгівлі

як самостійної форми ведення бізнесу, а отже, її аналіз її здійснюється фрагментарно, у межах установлення особливостей розвитку електронної комерції. Електронна торгівля входить до такого сектору електронної комерції, як Business-to-Consumer (B2C), що оцінюється UNCTAD щороку.

UNCTAD B2C e-commerce Index включає оцінку таких показників, як частка населення, що використовує послуги доставки пошти до будинку; частка населення, що користується кредитними картками (15+); частка користувачів мережі Інтернет та кількість безпечних серверів на мільйон населення. У 2017 р. перше місце в рейтингу посів Люксембург, що характеризується найбільш високими показниками безпечності використання глобальної мережі. У першій десятці країн за рівнем розвитку B2C e-commerce також опинилися Швейцарія, Норвегія, Нідерланди, Республіка Корея, Великобританія, Швеція, Японія, Німеччина та Нова Зеландія. США посідають 26-е місце в рейтингу, Росія – 43-є, Україна – 63-є, Китай – 65-е місце [4].

Однак необхідно відзначити, що цей індекс охоплює здебільшого інфраструктурний аспект розвитку електронної торгівлі й не дає змоги визначити подальші тенденції її розвитку як економічного явища. Виникає необхідність запровадження науково-методичного підходу до дослідження траєкторії та особливостей розвитку електронної торгівлі на міжнародному рівні. Такий підхід запропоновано групою дослідників [6], які пропонують здійснювати аналіз показників за трьома блоками:

1) інфраструктурним (показники забезпеченості населення та господарських одиниць комунікаційними технологіями та доступом до глобальної мережі);

2) економічним (оцінка обсягів електронної торгівлі, кількість покупців через Інтернет, асортимент);

3) правовим (рівень нормативно-правового забезпечення функціонування суб'єктів ринку електронної торгівлі, наявність правил, що регламентують права й обов'язки сторін угоди, яку укладено в режимі online).

Особливістю електронної торгівлі є її масштабність: на міжнародному електронному ринку здійснюється значна кількість торговельних угод та різноманітних торговельних процедур в умовах відсутності фізичних обмежень. Такі умови вимагають від підприємців підвищеного

рівня контролю власної діяльності, що може бути реалізовано лише за рахунок упровадження інноваційних комп'ютерних технологій та автоматизованих інструментів аудиту [6].

Сьогодні у світі 74,7% країн мають законодавчу базу, що регулює здійснення електронних транзакцій, 55,2% країн мають законодавство, яке забезпечує охорону приватності та захист особистих даних користувачів, та лише 47,4% країн послуговуються нормативно-правовими актами, в яких закріплено права та особливості юридичного захисту споживачів у разі порушення угоди електронної торгівлі.

У розвинутих країнах законодавча база функціонування електронної торгівлі є найбільш розвинутою: у 97,6% країн існують необхідні нормативно-правові акти, що регулюють здійснення електронних операцій та забезпечують захист персональних даних, а 85,7% країн мають необхідне правове підґрунтя для захисту прав споживачів на електронному ринку.

Найменші показники щодо правового забезпечення функціонування електронної торгівлі мають країни Африки (лише 40% країн мають необхідну законодавчу базу) та країни Азії, де 72,9% країн мають нормативно-правові акти, що регламентують здійснення електронних операцій, однак лише 37,5% держав можуть гарантувати захист прав споживачів та 29,2% – захист персональних даних [9].

Двигуном зростання світового ринку Інтернет-торгівлі стала Азія. Китай почав випереджати всі країни світу, і до 2020 р. на нього припадатиме 60% глобального e-commerce, тоді як на Заході відзначається рекордна кількість закритих магазинів роздрібних торговців. Очікується, що до 2030 р. до числа китайських споживачів середнього класу додасться близько 800 млн. осіб. Для порівняння: прогнозується, що у цей же період Європа збільшить свій се-

редній клас споживачів тільки на 16 млн. споживачів, а у США споживання становитиме в 2,5 рази менше, ніж у Китаї [7].

Китай зростає так швидко, що глобальний обсяг Інтернет-продажів може подвоїтися до 2019 р. порівняно з показником 2016 р. У грошовому вираженні це означає додатковий трильйон доларів від нових продажів усього за три роки (рис. 1) [8].

Проведений аналіз стану електронної торгівлі дає можливість установити такі тенденції:

- подальше активне проникнення інформаційно-комунікаційних технологій та розповсюдження глобальної мережі Інтернет серед населення Земної кулі;
- підвищення ролі Інтернету та комп'ютерних технологій в управлінні господарською діяльністю підприємств;
- динамічне збільшення обсягів електронної торгівлі, збільшення її питомої ваги в загальному обсязі торгівлі;
- необхідність активізації створення нормативно-правового забезпечення функціонування електронної торгівлі для її ефективного впровадження.

**Висновки** з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Стрімкий технологічний розвиток у сфері електроніки та кібернетики став передумовою інтенсивного нарощення процесів інформатизації всіх сфер народного господарства. Електронна комерція – швидкозростаюча галузь, яка миттєво реагує на найостанніші тенденції. Низький поріг для входу в бізнес і легкий перехід від одного продавця до іншого означає, що якщо ви програєте в якості обслуговування і стратегії ціноутворення, то можете швидко вийти з гри. Ось чому ті, хто відповідає за маркетингову стратегію компаній, повинні звернути пильну увагу на перераховані нами тенденції.

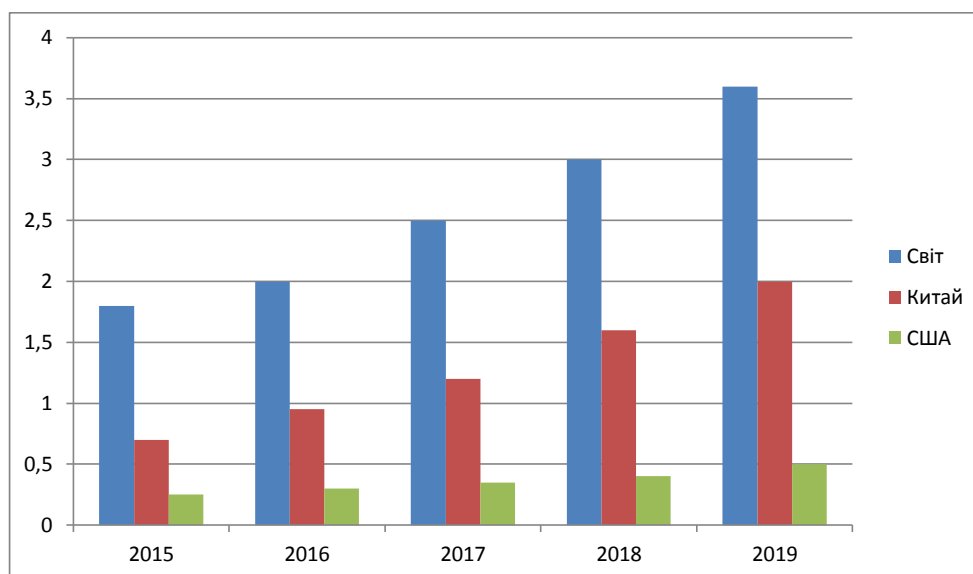


Рис. 1. Прогноз обсягів Інтернет-продажів, трлн. дол. США

**БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:**

1. Теоретичні основи електронної комерції. URL: [http://pidruchniki.com/17550707/informatika/teoretichni\\_osnovi\\_elektronnoi\\_komertsiyi](http://pidruchniki.com/17550707/informatika/teoretichni_osnovi_elektronnoi_komertsiyi).
2. Офіційний сайт J.P. Morgan. URL: <https://www.jpmorgan.com/global/jpmorgan>.
3. Дразниця С.А. Електронна комерція: навч. посіб. Львів: Новий Світ-2000, 2013. 182 с.
4. Information economy report 2015. Report of United Nations Conference on Trade and Development. URL: <http://unctad.org/en/pages/PublicationWebflyer.aspx?publicationid=1146>.
5. Типовой закон об электронной торговле Комиссии Организации Объединенных Наций по праву международной торговли. URL: [http://www.uncitral.org/uncitral/ru/uncitral\\_texts/electronic\\_commerce.html](http://www.uncitral.org/uncitral/ru/uncitral_texts/electronic_commerce.html).
6. Formal Analysis of Auditing Principles for Electronic Trade Procedures / W.H. Bons Roger, Frank Dignum, Ronald M. Lee, Yao-Hua Tan. URL: <https://www.uu.nl/en/organisation/department-of-information-and-computing-sciences>.
7. Михно В. КPMG: к 2020 году на Китай будет приходиться 60% глобального e-commerce. URL: <https://rau.ua/analytics/kpmg-2020/>.
8. Глобальні тренди в Ecommerce на 2017 год. URL: <http://emagnat.ru/trendy-elektronnoj-kommercii-dlya-marketingovoj-strategii.html>.
9. UNCTAD B2C E-commerce Index. UNCTAD Technical Notes on ICT for Development. URL: [https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/tn\\_unctad\\_ict4d09\\_en.pdf](https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/tn_unctad_ict4d09_en.pdf).

**REFERENCES:**

1. The theoretical basis of e-commerce. [Electronic resource]. – Access mode: [http://pidruchniki.com/17550707/informatika/teoretichni\\_osnovi\\_elektronnoi\\_komertsiyi](http://pidruchniki.com/17550707/informatika/teoretichni_osnovi_elektronnoi_komertsiyi)
2. Official site of J.P. Morgan [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.jpmorgan.com/global/jpmorgan>
3. Dragonzha S.A. E-commerce. Textbook / S.A. Drazhnitsa. – Lviv: New World-2000, 2013- 182c
4. Information economy report 2015. Report of the United Nations Conference on Trade and Development. [Electronic resource]. – Access mode: <http://unctad.org/en/pages/PublicationWebflyer.aspx?publicationid=1146>
5. Model Law on Electronic Commerce of the United Nations Commission on International Trade Law [Electronic resource]. – Access mode: [http://www.uncitral.org/uncitral/en/uncitral\\_texts/electronic\\_commerce.html](http://www.uncitral.org/uncitral/en/uncitral_texts/electronic_commerce.html)
6. Roger W. H. B. Formal Analysis of Auditing Principles for Electronic Trade Procedures / W. H. Bons Roger, Frank Dignum, Ronald M. Lee, Yao-Hua Tan [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.uu.nl/en/organisation/department-of-information-and-computing-sciences>
7. Mikhno V. KPMG: By 2020 China will account for 60% of global e-commerce / V. Mikhno [Electronic resource]. – Access mode: <https://rau.ua/analytics/kpmg-2020/>
8. Global trends in Ecommerce for 2017. [Electronic resource]. – Access mode: <http://emagnat.ru/trendy-elektronnoj-kommercii-dlya-marketingovoj-strategii.html>
9. UNCTAD B2C E-commerce Index. UNCTAD Technical Notes for ICT for Development. [Electronic resource]. – Access mode: [https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/tn\\_unctad\\_ict4d09\\_en.pdf](https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/tn_unctad_ict4d09_en.pdf)

**Stroiko T.V.***Doctor of Economic Sciences, Professor,  
Head of International Economic Relations  
and Economics Department,**V.O. Sukhomlynskyi National University of Mykolaiv***Shevchenko S.V.***Master,**V.O. Sukhomlynskyi National University of Mykolaiv***THE CURRENT ASPECTS OF THE DEVELOPMENT  
OF INTERNET TRADE MARKET IN GLOBALIZED WORLD**

The purpose of the study was to identify the main trends in the development of Internet commerce in the context of globalization and its impact on the development of the national economy. It is proved that the scope of the economic system for new forms of business will continue to increase, which will positively affect the volume of e-commerce and its structure. An analysis of the development of e-commerce at the international level is associated with certain difficulties, the main of which are linguistic features.

On the basis of the analysis, the following trends in e-commerce development were established: further active penetration of information and communication technologies and distribution of the global Internet among the population of the globe; increasing the role of the Internet and computer technologies in the management of business activities of enterprises; a dynamic increase in the volume of e-commerce, an increase in its share in the total volume of trade; the need to intensify the creation of a legal and regulatory framework for the functioning of e-commerce for its effective implementation.

The rapid technological development in the field of electronics and cybernetics has become a prerequisite for intensive growth of the informatisation processes in all spheres of the national economy. E-commerce is a fast-growing industry that responds instantly to the latest trends. The low entry threshold and easy switch from one seller to another means that if you lose as a service and pricing strategy, you can quickly quit the game. That is why those who are responsible for the marketing strategy of companies should pay close attention to the trends we have listed.