

*Вадим Горбатюк,
студент 1 СТН курсу спеціальності 208 «Агроінженерія»
Науковий керівник: Мушеник Ірина Миколаївна,
канд. екон. наук, доцент кафедри математичних дисциплін,
інформатики і моделювання,
Подільський державний аграрно-технічний університет,
м. Кам'янець-Подільський*

МІЖНАРОДНА ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ

Сьогодні функціонування єдиної інформаційної мережі – Інтернет – обумовлює утворення мережевих співтовариств, що значно впливає на економічне життя суспільства: настає ера міжнародної електронної торгівлі. Міжнародна електронна торгівля – це один з новітніх феноменів у світовій економіці: перші акти купівлі-продажу через Інтернет, - а на нього нині припадає більше 90% угод у сфері електронної торгівлі, - відбулися в 1996 р.

Завдяки своїм перевагам, у порівнянні із традиційними формами обміну для всіх контрагентів торгівлі, електронна торгівля з моменту свого зародження переживає процес бурхливого росту й уже зайняла видне місце в системі світогосподарських відносин, сприяючи глобалізації економіки, підвищенню ефективності національних господарств і більш повному задоволенню потреб споживачів. Авторитетні українські й закордонні експерти практично одноголосно визнають за нею значні перспективи подальшого розвитку [3].

Сучасний ринок Інтернет-розрахунків розширюється з дивовижною швидкістю все більшого значення набуває електронна комерція. Проте праці більшості вчених присвячені переважно електронній комерції як інструменту підприємницької діяльності або розвитку електронного бізнесу в Україні.

Електронна комерція – це ведення бізнесу в Інтернеті та за допомогою Інтернет. Тобто це сфера більш широка і складна, ніж просто бізнес в Інтернеті. Це зав'язка цілком і повністю на Інтернеті, починаючи від знайомства клієнта з товаром і закінчуючи придбанням та оплатою цього товару, а в деяких випадках

і отриманням товару. Таким чином, електронна комерція – повністю «онлайнова» форма ведення бізнесу, яка не потребує традиційних форм [2].

Пропонуючи усе більш різноманітний асортимент товарів і послуг, електронна комерція стає інструментом інтеграції окремих облич, підприємств, галузей, державних установ і держав у єдине співтовариство, усередині якого взаємодія партнерів ефективно і безперешкодно реалізується засобами інформаційних телекомунікаційних технологій [4].

Разом з тим, в Україні міжнародна електронна торгівля – на відміну від розвинених країн – тільки переходить від зародження до початкового етапу свого розвитку, що вимагає поглибленого вивчення закордонного досвіду в даній області для стимулювання її розвитку. Оскільки проблематика електронної торгівлі дійсно нова й уже тому недостатньо досліджена, а трактування цілого ряду її аспектів різними українськими й закордонними вченими часом помітно розходяться між собою, для розробки такої концепції необхідне більше глибоке проникнення в сутність міжнародної електронної торгівлі, адекватна оцінка її ролі у світовій економіці й процесі її глобалізації.

До основних ознак електронної комерції можна віднести:

- факт здійснення операції електронним шляхом, тобто з використанням комп'ютерно-мережових технологій;
- поширення права власності на активи, які продаються або купуються, включаючи як традиційні, так і принципово нові;
- частота вчинення однорідних операцій, яка може бути об'єктивно виміряна провайдером і підтверджена незалежними аудиторами;
- обставини реалізації активу, в тому числі і електронним способом.

Якщо розглядати електронну торгівлю в усьому її багатогранному змісті, то варто виділити шість головних каналів (інструментів) її реалізації:

- інтернет (включаючи електронну пошту);
- інтерактивне телебачення;
- телефон (при цьому в області електронної торгівлі останнім часом усе більш активно використовується технологія IP-телефонії);

- факс;
- електронний обмін даними (EDI, Electronic Data Interchange);
- системи електронних платежів і переказів коштів [1].

Електронна торгівля втілює в собі особливий, сформований на основі інформаційно-комунікативних технологій (ІКТ), тип інфраструктури ринку товарів у формі матеріального продукту й послуг [4].

В Україні електронна комерція розвивається по сценарію, багато в чому подібному з новими індустриальними країнами другого покоління (Бразилія, Мексика, Аргентина, Малайзія, Індонезія й ін.). Для цього сценарію насамперед характерно бурхливе, стрибкоподібне формування й розвиток національної мережі Інтернету як найважливішого елемента матеріально-технічної бази й інфраструктури електронної торгівлі, а також інших інформаційно-комунікаційних засобів і технологій, застосовуваних у даній сфері.

Проблем і питань в українському секторі міжнародної електронної комерції поки що більше, ніж відповідей і готових схем та рішень, що працюють на практиці. Можна сказати, що міжнародна електронна комерція в Україні (як і багато інші економічні, правові, політичні та інші реалії) описується і виявляється через свою проблематичність, тоді як на Заході, зокрема в США, опис йде в контексті досвіду та досягнень [3].

Серйозною проблемою, що асоціюються з міжнародною електронною комерцією в Україні, став неякісний сервіс в українських Інтернет магазинах. Нездатність надавати якісні послуги багато в чому стала наслідком ажіотажу. В Інтернет компаній немає часу (та й необхідності), щоб замислитися над перспективами бізнесу та потребами споживачів. Більшість компаній прагне скоріше "застовпити ринок", не зволікати, зробити хоч якийсь проект і хоч якось його запустити. Компанії витрачаються на розкручуванні Інтернет магазину, не займаючись серйозними вкладеннями в відповідну інфраструктуру.

Міжнародна електронна торгівля не являє собою нічого принципово нового, а є лише найбільш утилітарною формою торгівлі. Всі її переваги – наслідок використання Інтернету, а не нової торговельної концепції. У той же

час, саме завдяки своїй утилітарності перед електронною торгівлею відкриваються найбільш значні перспективи в столітті глобалізації й високих технологій.

Глобалізація ринків неможлива без електронної торгівлі як сполучного інструмента. А технологічний розвиток поступово приведе до витиснення електронною торгівлею більшості видів традиційної торгівлі в усьому світі. Безсумнівно, у міжнародній електронній торгівлі в Україні є майбутнє. Більш того, у сучасного бізнесу без активного використання Інтернету майбутнього просто немає. І українські компанії це розуміють.

Список використаних джерел:

1. Semenushyna I., Haibura Y., Mushenyk I., Sklyarenko I. Development of the method for structural-parametric optimization in order to improve the efficiency of transition processes in periodic systems. *Eastern-European Journal of Enterprise Technologies*. 2018. Vol. 94(4). P. 29-36.

2. Береза А. М., Козак І. А., Левченко Ф. А. Електронна комерція: навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. Київ : КНЕУ, 2004. 108 с.

3. Горбуль Д. В., Мушеник І. М. Сучасні електронні технології як інструменти формування інформаційно-освітнього середовища. *Інформаційне суспільство в умовах глобалізації* : зб. наукових праць Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції, м. Кам'янець-Подільський, 12 травня 2020 р. Кам'янець-Подільський, 2020. С. 152-157.

4. Макарова М. В. Інформаційне забезпечення запровадження систем електронної комерції і електронного бізнесу з урахуванням ризикованості їх розвитку. *Економіко-математичне моделювання соціально-економічних систем*. 2015. Вип. 20. С. 48-65.