

ЕЛЕКТРОННА МІЖНАРОДНА ТОРГІВЛЯ ЯК СЕКТОР РОЗВИТКУ НОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Н.В.Притула, к.н.держ.упр.
Одеський національний економічний університет
м. Одеса, Україна

Останні роки ХХ століття ознаменувались тим, що 35-40% економічно активного населення перемістилося з промисловості в сферу послуг, яка перетворилася на домінуючу галузь національної економіки у багатьох державах. Особливе місце в електронній міжнародній торгівлі займає торгівля послугами. Основна причина такого стану полягає в тому, що суспільство стало на шлях нової, постіндустріальної стадії розвитку, на якій головними виробничими ресурсами є знання, інформація і наукові досягнення. Такі зміни, при яких людський капітал і інновації стали головними рушійними силами, призвели до появи у ХХІ столітті такого поняття як «нова економіка».

Як зазначається в роботі [1], поняття «Нова економіка» має безліч різних трактувань. Якщо проаналізувати кожне, узагальнити і спробувати уловити основну суть, то «нова економіка» являє собою синтез декількох найбільш ефективних галузей економіки, націлених на використання інновацій і ґрунтованих на передових досягненнях ІТ- технологій. Таке поняття отримало широке поширення в 90-х роках ХХ століття. Даний період є періодом початку поширеного використання Internet, а також бурхливого розвитку ІТ- компаній [2].

Отже, у основі розвитку «нової економіки» лежать досягнення в області глобальних інформаційно-комунікаційних технологій. Завдяки таким технологіям з'явилась можливість доступу до інформаційних ресурсів в Глобальній мережі - Internet. За даними за 2012 рік в Глобальній мережі налічується близько 2.405 мільярдів користувачів. З них має доступ до Internet (від загальної кількості) 44.8 % населення Азії (1,1 млрд., в т.ч. Китай - 565млн.), 3.7 % (90млн.) - Близького Сходу, 7.0%(167млн.) - Африка 10.4%(255млн.) - країни Латинської Америки, 21.5 % (519млн.) - країни Європи, 1.0%(24,3млн.) - Австралія, 11.4%(274млн.) - Північна Америка. [3], [4].

У 2013 році кількість користувачів Internet збільшилась. Продовжує лідирувати Азія, а Китай є лідером серед країн (604 млн. користувачів).

Порівняно із розвиненими країнами Західної Європи та Північної Америки проникнення Internet в Україні поширюється трохи повільніше. Наприклад, співставний з Україною рівень проникнення Internet (56%) був у США у травні 2013 року, тільки не серед усього дорослого населення, а у віковій групі 65 років та старші. Наразі рівень проникнення Internet серед дорослого населення у Сполучених Штатах у 2013 році складає 85%, 83 % у Великобританії, в Україні лише 49.8%. [5]

А доступ до мережі Internet за допомогою мобільного телефону у проміжок часу між 2010 і 2013 виріс з 24 % до 53 %. Зокрема відсоток китайських користувачів, які отримують доступ до Internet через мобільний телефон зростає до 81 відсотків в 2013 році з 74,5 відсотка в 2012. У 2013 році 72 % всіх дорослих купили товари або послуги он-лайн, в порівнянні з 53 % в 2008 році. Наявність таких можливостей значно розширює межі використання електронної торгівлі, у т.ч. і у міжнародній торгівлі.

У широкому сенсі електронну торгівлю часто сприймають як сучасну методологію ведення бізнесу, яка націлена на скорочення витрат як часу, так і коштів, покращення якості пропонованих товарів і послуг. При такому трактуванні поняття електронної торгівлі вона доволі часто ототожнюється з електронною комерцією і включає в себе електронний обмін даними, використання електронних засобів зв'язку, зокрема, електронної пошти, електронних дощок оголошень, е-каталогів тощо.

На думку окремих дослідників поняття «Електронна комерція» значно ширше і більш містке. Так, вважається, що електронна комерція - це окрема сфера економіки, яка вбирає в себе усі фінансові і торгові операції, які здійснюються за допомогою комп'ютерних мереж, а також усі бізнес-процеси, що пов'язані з проведенням цих операцій. Виходячи з даного розуміння, електронна комерція включає в себе такі поняття як електронний обмін інформацією, електронні гроші, електронний маркетинг, електронні страхові послуги, електронний банкінг, електронний рух капіталу і електронна торгівля. Отже, як бачимо, за таких умов електронна торгівля є лише складовою такого поняття як електронна комерція.

Так, американські вчені А. Саммер та Г. Дункан у своїй роботі “Електронна комерція” розмежовують поняття електронна комерція та електронна торгівля, зазначаючи, що друга є лише категорією першої, так як обмежується безпосередньо операцією купівлі-продажу [6].

Таким чином, на підставі існуючих точок зору дослідників на електронну торгівлю, а також міжнародних правових актів можна визначити основні ознаки електронної торгівлі :

1. Електронна торгівля являє собою різновид підприємницької діяльності, яка відрізняється від інших видів лише особливим способом здійснення, а саме, за допомогою інформаційно-телекомунікаційних технологій.

2. Електронна торгівля вимагає обов'язкової наявності спеціалізованого обладнання і програмного забезпечення, яке має забезпечити безпечний і надійний доступ до інформаційно-телекомунікаційної мережі.

3. У електронній торгівлі приймають участі три типи суб'єктів: компанії, організації, підприємства - тобто бізнес – Business (B), окремі громадяни (тобто фізичні особи – Consumer (C)) і держава – Government (G).

Визначають декілька основних моделей взаємодії цих суб'єктів електронної торгівлі:

- B2B (англ. Business to Business) - електронна торгівля здійснюється між компаніями, тобто юридичними особами;
- B2C (англ. Business to Consumer) - електронна торгівля, яка передбачає продаж товарів і надання послуг компанією (тобто юридичною особою) споживачеві, який є фізичною особою;
- C2C (англ. Consumer to Consumer) - електронна торгівля, що здійснюється між двома суб'єктами, кожен з яких є фізичною особою.
- B2G, G2B, G2C, C2G, G2G - моделі взаємодії в процесі електронної торгівлі, де одним з суб'єктів виступає держава. Вона може виконувати як роль продавця, так і роль покупця.

За даними Саміту «Global E - commerce» у п'ятірку країн з найбільш широким товарообігом в галузі електронної торгівлі увійшли Великобританія, Німеччина, Франція, Іспанія і Росія. Як з'ясувалося, жителі Великобританії більше за усіх інших витрачаються на здійснення електронних покупок. Так, кожен з жителів за 2012 рік витратив близько 2466 євро. З числа користувачів Internet в Німеччині (68,9 млн.чел.) он-лайн покупців налічується близько 37 млн., тобто більше ніж 50% [7].

В матеріалах Саміту визначена четвірка європейських країн, в яких найшвидшими темпами розвивається е-торгівля. До них увійшли такі країни як Туреччина, Греція, Україна і Угорщина. Окрім цього вказується, що завдяки розвитку мобільних технологій об'єм ринку мобільної комерції в Європі в 2012 році виріс до 17 млрд. євро і склав близько 5,5% загального об'єму електронних продажів [7].

За даними Forrester Research очікується що сума продажів в електронній торгівлі для Європи збільшиться з \$146 млрд. в 2012 р. до \$249 млрд. у 2017 році [8]. Завдяки збільшенню використання мобільних пристроїв і збільшенню магазинами інвестицій у свої віртуальні підрозділи до 2017 року прогнозується збільшення на 9% долі Internet-продажів і у США в порівнянні з 2009 роком [9].

Згідно з програмою Міністерства промисловості і інформатизації Китаю в 2015 р. об'єм роздрібних он-лайн продажів повинен скласти 9% від усього роздрібно обороту в Китаї і досягти відмітки в 3 трлн. юанів (біля \$470 млрд.). У тій же програмі ставиться завдання по збільшенню загального об'єму ринку e-commerce з 4,5 трлн. юанів в 2011 р. до 18 трлн. юанів в 2015 р., в основному за рахунок подальшого розвитку оптової Internet-торгівлі між середніми і малими компаніями [10].

Таким чином, можна зробити висновок стосовно того, що електронна міжнародна торгівля демонструє значні темпи розвитку і високий рівень прибутковості, а європейські країни залишаються лідерами в здійсненні електронної торгівлі в довгостроковій перспективі.

Література

1. Білоцерківець В.В., Завгородня О.О. Екогенетичні засади визначення сутності нової економіки як інноваційної / Бюлетень Міжнародного Нобелівського економічного форуму. 2010. № 1 (3). Том 1.с.29-37. – Режим доступу: <http://old.duep.edu/res/files/1235/St.4.pdf>
2. Серикова Н.К. Управление бизнес процессами торгового предприятия в Интернете – Режим доступу: <http://wiasite.com/kommertsii-elektronnoy-osnovy/upravlenie-biznes-protsessami-torgovogo.html>
3. Internet 2012 in numbers. – 2013. – Режим доступу: <http://royal.pingdom.com/2013/01/16/internet-2012-in-numbers/>
4. Internet Users in the World, Distribution by World Regions – 2012/ – Режим доступу: http://websearch.about.com/gi/o.htm?zi=1/XJ&zTi=1&sdn=websearch&cdn=compute&tm=367&f=00&su=p284.13.342.ip_&tt=3&bt=2&bts=10&zuh=http%3A//www.internetworldstats.com/sta.htm
5. В 2013 році кількість Інтернет-користувачів в Україні склала половину населення – Режим доступу: <http://www.unian.ua/society/846299-v-2013-rotsi-kilkist-internet-koristuvachiv-v-ukrajini-sklala-polovinu-naselennya.html>
6. Summer A., Dunkan Gr. E-Commerce // NIX Publishing. – 1999. – 263 p.
7. Саммит «Global E-commerce»: инфографика и цифры. – Режим доступу: http://www.shopolog.ru/news/cammit-global-e-commerce-infografika-i-tsifry?is_mobile=N
8. European Online Retail Forecast 2012 to 2017: Online growth will begin to polarize across Europe – Режим доступу: http://blogs.forrester.com/martin_gill/13-0313european_online_retail_forecast_2012_to_2017_online_growth_will_begin_to_polarize_across_europe
9. Mulpuru S. US Online Retail Forecast, 2012 To 2017 -Режим доступу: <http://www.forrester.com/US+Online+Retail+Forecast+2012+To+2017/fulltext/-/E-RES93281?docid=93281>
10. China aims for €2.14 trillion in e – commerce sales by 2015. – Режим доступу: <http://www.e-commercefacts.com/news/2012/03/chinas-e-commerce-growth/>