

# **РОЗВИТОК ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ ЯК ПЕРСПЕКТИВНА СФЕРА ЕКОНОМІКИ**

**Табацкова Г. В.**

**канд. екон. наук, доцент кафедри економіки підприємств**

**Миколаївський національний аграрний університет**

Електронна торгівля зазвичай розглядається як спосіб ведення бізнесу, який включає низку видів діяльності з основною метою заробляти гроші за допомогою використання цифрової передачі даних для представлення товарів або надання послуг.

Значна частина поточних комерційних операцій включає електронну торгівлю через зростаюче використання Інтернету та інших засобів зв'язку. Як наслідок, великий відсоток комерційної діяльності відбувається в Інтернеті. Електронна торгівля поки що не має узгодженого визначення, і це поняття може означати багато речей залежно від ситуації.

Під електронною торгівлею розуміємо виробництво, маркетинг, продаж і доставку товарів і послуг електронними засобами. Цифрова комерція охоплює електронні закупівлі не тільки матеріальних товарів, а й цифрових товарів або послуг.

Електронна комерція відрізняється від традиційної торгівлі тим, що вона використовує комп'ютерні технології та електронний обмін даними для полегшення операцій.

Основними учасниками електронної торгівлі виступають юридичні особи (компанії, фірми, організації, підприємства), фізичні особи (домашні господарства) і держава. Кожен із цих видів суб'єктів має свою власну назву: business - юридична особа, consumer – фізична особа, government - органи державної влади, уряд. Таким чином, розрізняють наступні форми електронної торгівлі: business to business, business to consumer, business to government.

Вся діяльність відбувається на торговельних платформах, які зазвичай поділяються на категорії залежно від того, чи були вони зроблені продавцями, покупцями чи іншими сторонами.

Електронна комерція дозволяє залучати малі підприємства та істотно економити ресурси учасників торгівлі. Завдяки використанню сучасних інструментів оцінки ризиків обробка даних надає можливість учасникам торгівлі економити час і гроші, одночасно знижуючи ризики.

Електронна торгівля налічує чотири основні етапи: збір інформації, договір, транзакція, доставка. Першим етапом є онлайн-пошук і перевірка пропозицій товарів, які можна замовити поштою. Додатки та електронні методи оплати замінюють похід до магазину чи дзвінок під час оплати готівкою або кредитною картою на другому та третьому етапах.

У сфері освіти цифрові технології створили географічно не прив'язані віртуальні класи, які дозволяють пропонувати масові відкриті онлайн-курси студентам, незалежно від їхнього громадянства. Ці курси включають відеолекції, цифрові слайди, цифрові завдання, онлайн-форуми, конференції тощо.

Цифрові технології постійно розвивають нові методи надання послуг. Багато галузей проходять подібний перехід, коли цифрові завантаження, багато з яких надаються як послуги, витісняють фізичні товари.

Незважаючи на те, що American Airlines і IBM започаткували електронну комерцію ще в 1960 році, перший інтернет-магазин «Amazon», відкрив свої двері в 1994 році. Незважаючи на це, основна частина значних досягнень у сфері електронного бізнесу відбулася за останні 20 років.

Таким чином, важливою віхою у розвитку електронної торгівлі стало створення онлайн-магазинів. Саме з цього моменту великий бізнес почав інвестувати в розвиток електронної комерції. Розвиток інтернет-торгівлі напряму пов'язано з розповсюдженням мережі Інтернет на території країни, розвитком опцій онлайн-сплати банківськими картками, появою електронних

грошей, а також мережевих сервісів, що агрегують різноманітні засоби сплати товарів. Важливу роль також відіграє реклама в Інтернеті.

Розвиток електронної торгівлі, як однієї зі сфер міжнародної економіки, передбачає поступову інтеграцію країн в єдиний торговельний електронний простір. Отже сьогодні електронна торгівля впливає на всі аспекти життя, швидко розширюється, живить національну економіку, сприяє процесу глобалізації та полегшує торговельні зв'язки.

#### Список використаних джерел

1. Краус К.М., Краус Н.М. Стиль поведінки покупців покоління бейбі-бумерів, X, Y, Z в сучасній електронній комерції: XI Міжнародна науково-практ. Конференція «Мережевий бізнес: становлення, проблеми, інновації». Полтава: ПУЕТ, 27-28 квітня 2021.155-159.
2. Retail e-commerce sales worldwide from 2014 to 2023. URL: <https://www.statista.com/statistics/379046/worldwide-retail-e-commerce-sales/>
3. E-commerce, trade and the COVID-19 pandemic. URL: [https://www.wto.org/english//tratop\\_e/covid19\\_e/ecommerce\\_report\\_e.pdf](https://www.wto.org/english//tratop_e/covid19_e/ecommerce_report_e.pdf)