

## ***СУЧАСНІ ТРЕНДИ ТА ЧИННИКИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОЇ ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ***

**Гордєєва Т. Ф.**

к.е.н., доц., доцент кафедри міжнародної торгівлі і маркетингу,  
Київський національний економічний університет  
імені Вадима Гетьмана

Діджиталізація міжнародної торгівлі як однієї з найважливіших форм міжнародних економічних відносин проявляється у застосуванні технологій електронної комерції (е-комерції) компаніями або окремими фізичними особами для купівлі-продажу товарів та/або послуг на закордонних ринках. За своєю суттю е-комерція має глобальну природу, оскільки цифрове середовище, в якому вона реалізується, не має кордонів. Суб'єкти торговельних відносин, що знаходяться у різних країнах світу, отримують можливість вивчати і порівнювати товари, ціни, постачальників, споживачів, проводити перемовин, укладати контракти, здійснювати розрахунки з зарубіжними партнерами, доставляти цифрові продукти та інформацію за допомогою глобальної електронної мережі.

Прискорене проникнення цифрових технологій у міжнародну торговельну діяльність країн світу сприяє відповідному зростанню електронних торговельних транзакцій.

Оцінюючи розмір е-комерції, Міжнародна конференція торгівлі і розвитку (ЮНКТАД) бере до уваги вартість товарів і послуг, що були продані та куплені онлайн, включаючи такі транзакції через створені електронні платформи, як надання транспортних послуг та румшерінг (room-sharing). За оцінками цієї організації вартість глобальної е-комерції у 2017 р. досягла \$29 трлн. і склала 36% від глобального ВВП. Майже 87% глобальної е-комерції припадає на сегмент В2В [1].

До переліку ТОП-10 країн з найбільшими обсягами е-комерції станом на 2017 р. увійшли країни Північної Америки (США, Канада), азійські країни (Японія, Китай, Республіка Корея, Індія) та європейські країни (Німеччина, Великобританія, Франція, Італія). Вони разом забезпечують 66% глобальної е-комерції. У переважній більшості країн з цього переліку частка В2В у сукупній вартості е-комерції перевищує 90% (Японія-95%, Республіка Корея-95%, Італія-93%, Німеччина 92%, Індія-91%, США та Канада – по 90%). Найнижчу питому вагу В2В е-комерції серед першої десятки країн зафіксовано у Китаї (49%) [1].

Найбільшими ринками е-комерції наразі вважаються ринки США та Китаю, причому США лідирують за сукупною вартістю е-комерції та у сегменті B2B, Китай займає провідні позиції у сегменті B2C.

Найвищі річні темпи зростання е-комерції зафіксовані у Індії (майже 18%). За прогнозами експертів ця тенденція збережеться і у наступні 5 років, причому темпи зростання е-комерції у країнах, що розвиваються, перевищуватимуть аналогічні темпи у розвинутих країнах майже удвічі.

Транскордонна електронна торгівля розвивається дещо повільніше внутрішньої, оскільки суб'єкти торгівлі частіше віддають перевагу партнерам у власній країні. Питома вага транскордонних потоків е-комерції B2C у 2017 р. склала 10,7% від сукупних онлайн продажів товарів та послуг і всього 2,3% від світового експорту товарів [1].

Лідерами за обсягами транскордонної електронної торгівлі у сегменті B2C стали США, Китай та Великобританія. У 2017 р. близько 277 млн. осіб зробили покупки за кордоном, що становило 21% від загальної кількості онлайн покупців у світі. Це на 6% більше, ніж у 2015 р.

Рівень розвитку е-комерції взагалі, та міжнародної електронної торгівлі, зокрема, по країнах світу суттєво різняться і визначається численними умовами і чинниками, зокрема:

- наявністю технологічної інфраструктури у країні для забезпечення якісного цифрового зв'язку та діяльності у сфері е-комерції;
- рівнем проникнення сучасних пристроїв та технологій (мобільних пристроїв, Інтернету, хмарних технологій тощо);
- ступенем техніко-технологічної освіченості та навичок населення, спроможністю опановувати нові знання і навички у сфері цифрових технологій;
- масштабами державних і приватних інвестицій у сферу високих технологій;
- фінансовою доступністю техніко-технологічного забезпечення для потенційних онлайн покупців і продавців;
- сприятливістю умов для започаткування і розвитку бізнес-діяльності.

Компанія Cisco Corporate спільно з Gartner Inc. розробили модель оцінювання ступеня цифрової готовності країни на основі численних факторів. Це дозволило поділити всі країни на три групи за стадією розвитку цифрової економіки:

- активна (найнижчий рівень, 40 країн з низьким рівнем розвитку, переважно африканських);
- прискорена (середній рівень, 52 країни, переважно східноєвропейські та латиноамериканські);

– посилена (найвищий рівень, 26 переважно розвинутих країн) [2].

Зростає проникнення Інтернету по регіонах і країнах світу. Якщо в 2015 р. тільки 49% осіб на планеті користувалися Інтернетом, то у 2019 р. цей показник сягнув 58,8% . Природно, що найвищий рівень проникнення Інтернету (близько 90%) у розвинутих країнах Північної Америки та Західної Європи, а найнижчий – у країнах Африки (близько 40%) [3].

Найбільша кількість Інтернет-користувачів мешкає у Азії (майже 51%), що робить цей регіон потенційно привабливим ринком для розвитку е-комерції. Проте існує велика диференціація країн за рівнем проникнення Інтернету, доходами, ступенем освіченості населення тощо. Якщо середній рівень проникнення Інтернету становить у Азії 54,2%, то у деяких країнах цей показник сягає значно вищого рівня: Республіка Корея – 95,6%, Японія – 93,5%, Тайвань – 92,8%. Країни Близького і Середнього Сходу мають ще вищі рівні проникнення: Катар і Кувейт – 99,6%, Бахрейн – 98,6, Об'єднані Арабські Емірати – 98,5%. У той же час у Афганістані рівень проникнення менше 20%, а у Північній Кореї – 0,1%. Уряди країн Близького і Середнього Сходу активно розвивають цифрову інфраструктуру з метою розвитку електронної торгівлі. Оскільки місцева промисловість не може задовольнити зростаючі потреби населення і підприємців у якісних товарах та послугах, покупці країн цього регіону здійснюють онлайн закупівлі за кордоном. Так, у ОАЕ таких онлайн покупців 60%, у Катарі – 67%. Частіше товари замовляються у Китаї, але останнім часом мешканці регіону починають віддавати перевагу товарам з Європи та США [3].

Частка населення, що використовує Інтернет для онлайн покупок у країнах з високим рівнем доходу на душу населення (за класифікацією Світового банку) складає майже 60%. У країнах з доходом вище і нижче середнього рівня – близько 30% та 5% відповідно. У країнах з низьким рівнем доходу на душу населення цей показник становить близько 2%.

### **Список використаних джерел:**

1. Digital Economy Report 2019. Value Creation And Capture: Implications for Developing Countries / UNCTAD. 2019. URL: [https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/der2019\\_en.pdf](https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/der2019_en.pdf).

2. Yoo T. Country Digital Readiness: Research to Determine a Country's Digital Readiness and Key Interventions / T. Yoo, M. de Wysocki, A. Cumberland // Cisco Corporate Affairs. May 2018. URL: <https://www.cisco.com/c/dam/assets/csr/pdf/Country-Digital-Readiness-White-Paper-US.pdf>.

3. Internet World Stats – Usage and Population Statistics. URL: <https://www.internetworldstats.com/stats.htm/>.