

Юрченко Наталія Борисівна

к. е. н., доцент кафедри економіки природокористування та організації виробництва Інституту економіки та управління в нафтогазовому комплексі Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу,
доцент

ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Створюючи чи розвиваючи комерційну діяльність, підприємець постійно приймає рішення щодо того, які новітні технології можуть вплинути на його діяльність та якими будуть наслідки такого впливу. Часто поняття «електронна комерція» асоціюється безпосередньо з Інтернет торгівлею. Проте, використання електронної комерції для ведення підприємницької діяльності не обмежується лише торгівельними операціями, що здійснюються в мережі.

Електронна комерція – це широкий набір інтерактивних методів ведення діяльності з надання споживачам товарів та послуг [5, с. 17]. Також під електронною комерцією розуміють будь-які форми ділових операцій, де сторони взаємодіють через електронні технології, а не в процесі фізичного обміну чи контакту [6, с. 24]. Загалом же електронна комерція – це використання електронних комунікацій та технологій зберігання та обробки цифрової інформації для встановлення та змін відносин створення вартості між організаціями, між організаціями і індивідами та між індивідами.

Тобто електронна комерція є дієвим інструментом збору, обробки та передачі інформації, провадження маркетингової політики комунікацій, налагодження співпраці з клієнтами та іншими контрагентами, проведення фінансових операцій та безпосередньо купівлі-продажу товарів та послуг. Так що, де-факто, підприємницька діяльність нині тісно пов'язана з електронною комерцією хоча б через електронну звітність органам податкової адміністрації

та проведенням платежів через електронні платіжні системи. Електронна комерція – це ведення бізнесу в режимі реального часу (он-лайн режимі), яке на сьогодні присутнє в чотирьох наступних сферах: прямі продажі товарів і послуг; банківська справа та фактурування (платіжні системи); безпечне розміщення інформації; корпоративні закупівлі [4].

За оцінками аналітиків, ринок електронної комерції через Internet у 2016 році становив 8,7 % об'єму всієї світової роздрібної торгівлі, а у 2017 році досягне 10 % [2]. Проте основною перешкодою більш стрімкого його розвитку є недостатньо високий рівень безпеки даних у мережі. Отже, це зумовлює розробку новітніх технологій аудиту, конфіденційності при максимальній відкритості мережі.

Що стосується, власне, торгівлі через електронні засоби, одним з найпопулярніших он-лайн засобів продажу товарів та послуг є Інтернет-магазин. Світовий обсяг роздрібної глобальної електронної торгівлі досягав 1,55 трлн дол США в 2015 році [1]. Враховуючи недавній вибух цифрового розвитку в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні, не дивно, що найстрімкіше зростають роздрібні он-лайн ринки в Індонезії та Індії, а потім Мексикці і Китаї. Розвиток цифрової роздрібної торгівлі в цих країнах тісно пов'язаний з динамічним розвитком он-лайн доступу, особливо через мобільні додатки, які давно боролися з торгівлею через традиційний фіксований зв'язок.

Вибір способу присутності в Інтернет та видів електронної комерції, яке підприємство використовуватиме – справа індивідуальна і залежить від типу діяльності, яку веде підприємство, його масштабів, специфіки товару та цільової аудиторії, обраної стратегії тощо. Проте, якщо підприємство вирішило створити Інтернет-представництво в одній з форм, то це не означає, що таке представництво залишатиметься незмінним. Динаміка змін в мережі є суттєво вищою, ніж у фізичному офісі. Тому, використовуючи електронну комерцію як інструмент ведення підприємницької діяльності слід бути готовим оперативно реагувати як на зміни у технологіях та засобах такої комерції, так і на відгуки

контактних аудиторій, що розповсюджуються засобами Інтернет-мережі значно швидше, ніж традиційними ЗМІ.

Перелік використаних джерел

1. *Countries with the largest B2C e-commerce markets in 2015 and 2016 (in billion U.S. dollars) // The Statistics Portal. – Available at: <https://www.statista.com/statistics/274493/worldwide-largest-e-commerce-markets-forecast>.*
2. *E-commerce share of total global retail sales from 2015 to 2020 // The Statistics Portal. – Available at: <https://www.statista.com/statistics/534123/e-commerce-share-of-retail-sales-worldwide>.*
3. *Патраманська Л. Ю. Дослідження сучасних тенденцій розвитку світового ринку електронної комерції // Технологический аудит и резервы производства – № 5/3(19), 2014. – С. 67 – 71.*
4. *Тренди e-commerce на світовому ринку // Mind Team. - Режим доступу: <http://mindteam.com.ua/ua/feed/ecommerce-trends>.*
5. *Царьов Р.Ю. Електронна комерція: навчальний посібник з підготовки бакалаврів / Царьов Р.Ю. – Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2010. – 112 с.*
6. *Шалева І. О. Електронна комерція: Навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 216 с.*