

У якості висновку можна зазначити, що Україна зацікавлена у залученні іноземних ТНК на свій ринок, впроваджуючи відповідні законопроекти. Податкова система ускладнює взаємозв'язки між вітчизняними та закордонними компаніями. Хоч у нашій країні існує велика кількість транснаціональних компаній, обсяг прямих інвестицій є низьким, порівняно із сусідніми країнами. Також наявність іноземного конкурента призводить до створення власних великих корпорацій, що поступово створюються.

Список використаних джерел:

1. Гаврилишин Б. Дороговкази в майбутнє: До ефективніших суспільств. – К.: Основи, 1993. – 238 с.
2. Географічна енциклопедія України: У 3 т. / Відп. ред. О. М. Маринич. – К.: «Укр. рад. Енциклопедія» ім. М. П. Бажана, 1989-1993. -Т. 1: А-Ж. – 416 с; Т. 2: З-О. – 480 с; Т. 3: П-Я. – 480 с.
3. Данилишин Б. М. Чернюк Л. Г., Фащевський М. І. Соціально-економічні проблеми розвитку регіонів: методологія і практика / За ред. проф. Данилишина Б. М. – Черкаси: ЧДТУ, 2006. – 315 с.
4. Денисов Ю. Д., Савельєв Л. А., Шевчук Л. Т. Регіональний дискурс: Сутність, еволюція, сучасні уявлення, перспективи розвитку // Регіональна економіка. – 2003. – М" 1. – С. 179-185.

Канд. екон. наук Михайленко О. Г., Іванова К. О.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

**ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО РИНКУ
ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ**

В даний час майже половина людства користується мережею інтернет і більш ніж кожен четвертий житель Землі є онлайн-покупцем.

Вивчення закономірностей розвитку електронної комерції, застосування методів і прийомів її ведення для досягнення підприємницьких цілей є надзвичайно важливим. Вирішення завдань та проблем економіки України та інтеграції національного ринку у світову економічну систему потребує впровадження сучасних інформаційних систем та технологій у діяльність національних компаній. Стан та розвиток електронної комерції значною мірою визначають рівень інформатизації суспільства країни, створюють підґрунтя для прискорення її інтеграції у світову економіку.

На сучасному розвитку світового господарства відбувається черговий бум – зміна пріоритетів комунікаційної й інформаційної функцій глобальної комп'ютерної мережі інтернет: ведення електронного бізнесу або надання послуг. Комунікаційні технології та інтернет змінюють саму сутність бізнес-моделей: а саме змінення основних процесів створення товарів і послуг виробниками, та надання їх споживачам.

В умовах глобалізації не може не розвиватися і електронна комерція, тому що на сьогоднішній день глобалізація має вплив на кожну сферу. На мою думку, глобалізація має позитивний ефект і на розвиток електронної комерції.

Це поняття виникло і швидко розвивається, тому його відокремили у специфічну сферу економіки – інформаційну. Саме інформаційна сфера зараз є джерелом нових ідей, технологій в організації та веденні бізнесу, менеджменту, нових організаційних рішень тощо.

За темпами зростання та обсягами продажів дана сфера посідає перше місце у світі і, для якої характерне стрімке економічне зростання, нетрадиційні методи та підходи до вирішення різних економічних та соціальних проблем (рис. 1).

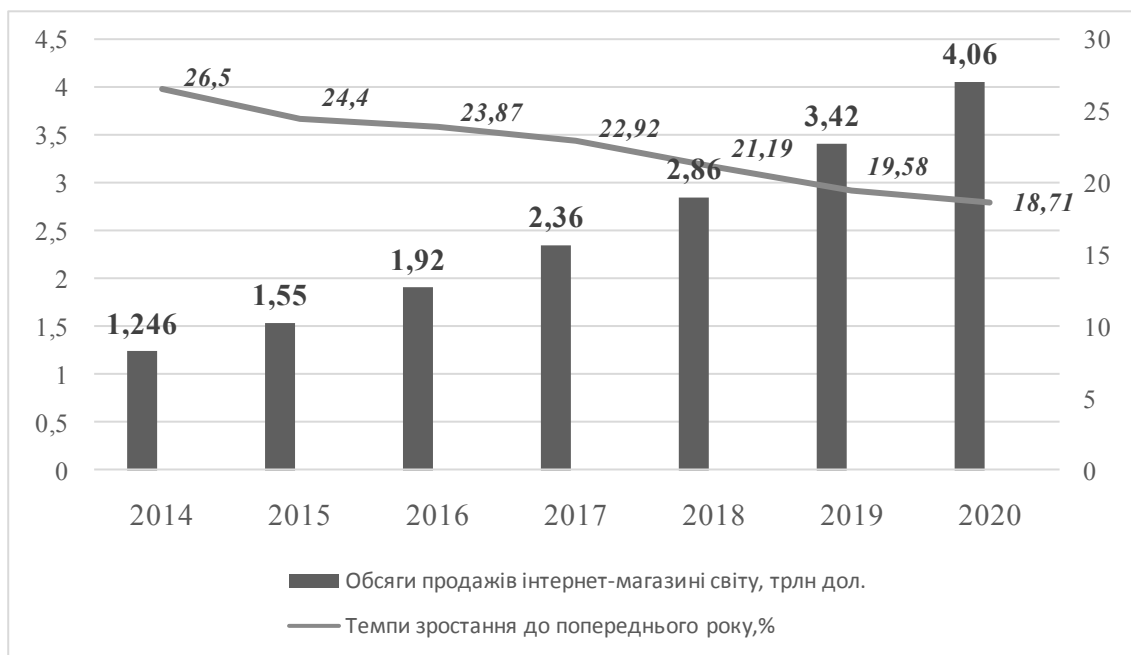


Рис. 1. Світовий ринок електронної комерції*

*Побудовано автором за даними [1,2]

Протягом 2014–2020 рр. світовий ринок електронної комерції збільшився в 3 рази, а за останній рік електронна комерція зросла на 18%. порівняно з 2019 р. Обсяги дуже стрімко зростають, адже люди починають купувати все через онлайн все більше і більше.

Можна побачити, що темпи зростання коливаються з кожним роком, то збільшуються, то зменшуються, адже не кожна економіка може так швидко пристосуватися і застосувати інновації в цю сферу. Ця сфера потребує багато зусиль не тільки з боку держави, але і з боку населення (особливо люди похилого віку).

Азіатсько-Тихоокеанський регіон і Північна Америка лідирують по регіональним показникам в продажах електронної комерції. Обсяги Азії більші за обсяги Північної Америки на 1699,33 трлн дол. США. На третьому місці знаходиться Західна Європа, на четвертому Східна та Центральна Європа і їхні обсяги дуже відрізняються – обсяги Західної Європи більші на 405,4 трлн дол. США, ніж обсяги

**« ЕКОНОМІКА І МЕНЕДЖМЕНТ 2021 :
 ПЕРСПЕКТИВИ ІНТЕГРАЦІЇ ТА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ »**

Східної та Центральної Європи. Можна зробити висновок, що хоч це один регіон, але Західна Європа більш розвинена у цій сфері (рис. 2).

На сьогоднішній день у світі лідирують Китай, США, Великобританія, Японія та Німеччина за часткою електронної комерції. Саме найвищі позиції займають розвинені країни, де швидка пристосованість до інновацій та технологій, високий рівень економічного потенціалу.

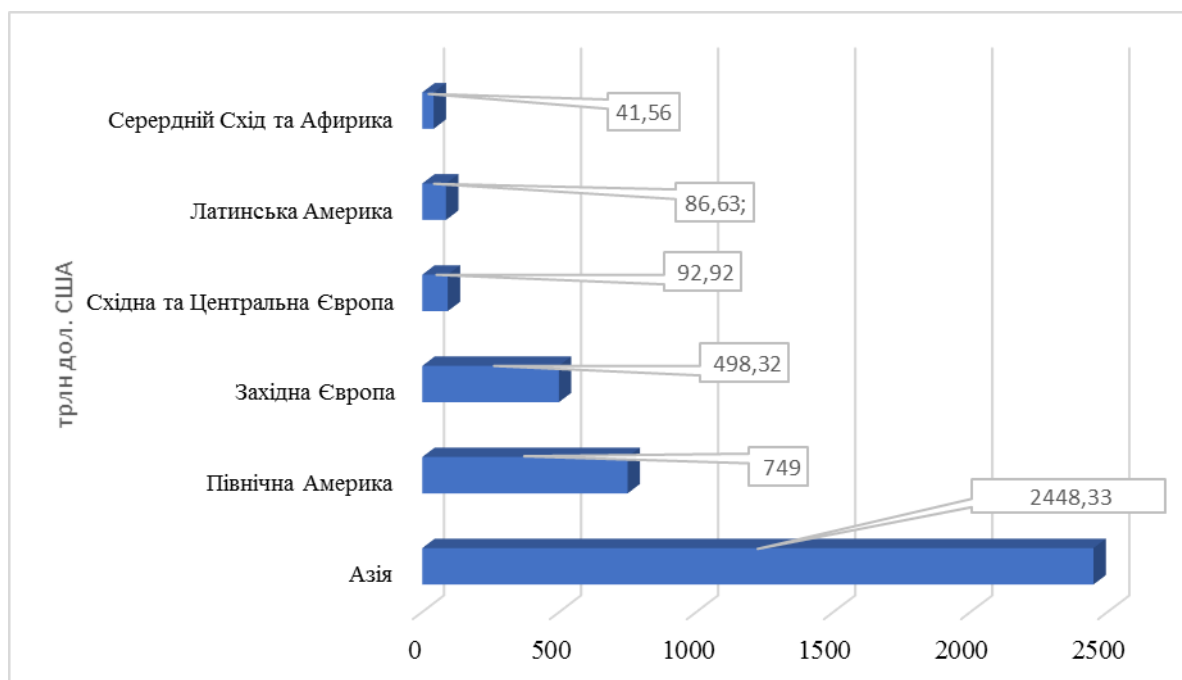


Рис. 2. Обсяги продажів електронної комерції за регіонами світу, трлн дол. США*

*Побудовано автором за даними [3]

Таблиця 1. Розвиток ринку онлайн-торгівлі в країнах лідерах*

Країна	Частка електронної комерції в загальному обсязі ритейлу, %		Частка онлайн-покупців, % від населення країни		Частка онлайн-покупців, % від населення світу	
	2015 р.	2019 р.	2015 р.	2019 р.	2015 р.	2019 р.
Китай	17	35	38	53	29	30
США	7,3	10,3	66	72	10	13
Великобританія	16	19,4	76	79,8	-	-
Японія	-	-	69,5	74	5	6
Німеччина	-	-	67,7	71	-	-

*Складено автором за даними [3].

Можна зробити висновки, що частка онлайн-покупців від кількості населення країни зросло у всіх п'ятьох країнах протягом 2015-2019рр. У Китаї на 39%, США- на 9%, Великобританія на 5%, Японія – на 6% та Німеччина на 4%. Відсотки на великі, але все ж таки зрушення видно. Щодо частки онлайн покупців від кількості

населення світу, то Китай збільшив обсяги на 3%, а США аж на 30% і Японія на 20% збільшила обсяги.

Спалахи КОВІД-19 по всьому світу підштовхнули споживачів здійснювати операції в Інтернеті. До травня 2020 року об'єм угод електронної комерції досяг 82,5 мільярдів доларів США, що на 77% більше, ніж в 2019 році. Знадобилося б від чотирьох до шести років, щоб досягти цього показника, якщо дивитися на традиційне щорічне збільшення.

За прогнозом статистичного сайту Statista у 2022 році продажі електронної торгівлі становитимуть 5695 трлн дол. США, а у 2023 році – 6542 трлн дол. США, тобто обсяги збільшаться на 35 %. Треба зауважити, що обсяги у 2020 році становили 4006 трлн дол. США, а у 2019 р. 3420 трлн дол. США.

За прогнозами з 2020 р. по 2022 р. обсяг продажів електронної торгівлі збільшиться на 42 %, тоді як з 2019 р. на 2020 р. обсяги збільшилися на 17 % [4].

Отже, на основі досліджень можемо стверджувати, що ринок електронної комерції показує позитивну динаміку до зростання на рівні світу 10-20%. Світовий ринок електронної комерції є одним з найбільш динамічних і стабільно зростаючих ринків. Розвиток інтернет-комерції у світі є надзвичайно важливим, оскільки це ефективний засіб, який дозволить вийти на світовий ринок багатьом компаніям з різних країн як розвинених, так і не розвинених, у першу чергу, фірмам, що надають комерційні послуги, і фірмам-розробникам програмного забезпечення. У кінцевому підсумку, електронна комерція дасть поштовх до подальшого розвитку як інтернет-технологій, так і всій фінансовій інфраструктурі.

Список використаних джерел:

1. Eurostat data: Share of enterprises' turnover on e-commerce. URL: <http://ec.europa.eu/eurostat/tgm/table.do?tab=table&init=1&language=en&pcode=tin00110&plugin=1>
2. B2C e-commerce as percentage of global GDP from 2009 to 2018. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.statista.com/statistics/324582/b2c-e-commerce-as-percentage-of-gdp/>
3. Emarketer.com: Ecommerce Decelerates amid Global Retail Contraction but Remains a Bright Spot. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.emarketer.com/content/global-ecommerce-2020>
4. Statista.com: Retail e-commerce sales worldwide from 2014 to 2023. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.statista.com/statistics/379046/worldwide-retail-e-commerce-sales/>