

ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ ЯК ДРАЙВЕР ТРАНСФОРМАЦІЇ ІНФРАСТРУКТУРНОГО СЕРЕДОВИЩА

Сьогочасні умови суспільного життя породили активізацію електронної комерції, яка стала своєрідним драйвером трансформації його інфраструктурного середовища. Законом України «Про електронну комерцію» визначено, що «електронна комерція – відносини, спрямовані на отримання прибутку, що виникають під час вчинення правочинів щодо набуття, зміни або припинення цивільних прав та обов'язків, здійснені дистанційно з використанням інформаційно-комунікаційних систем, внаслідок чого в учасників таких відносин виникають права та обов'язки майнового характеру» [1]. У полі таких відносин виділяється електронна торгівля, тобто «господарська діяльність у сфері електронної купівлі-продажу, реалізації товарів дистанційним способом покупцю шляхом вчинення електронних правочинів із використанням інформаційно-комунікаційних систем» [1]. Найчастіше електронну комерцію ми сприймаємо саме як електронну торгівлю, що є природнім в контексті процесів товарообігу, які відбуваються за допомогою електронних комунікацій.

Електронна торгівля як форма торгівлі є частиною складної системи інфраструктурного середовища. Її роль і значення в сучасному суспільному житті стрімко зростає. Це пояснюється значною кількістю переваг, отриманих учасниками процесів купівлі-продажу з використанням електронних комунікацій, тобто через Інтернет. До таких переваг можна віднести, насамперед, швидку доступність магазинів для покупців. Інтернет

дозволяє вивчати значну кількість магазинів, різноманітних товарів у будь-який момент часу. При цьому асортиментних перелік цих товарів значно перевищує той, який можемо спостерігати в закладах *of-line* торгівлі. Такі заклади часто обмежені торговельними площами, наявним обладнанням, чисельністю персоналу і тому не завжди готові надати покупцям максимально можливий асортиментний набір, необхідний для задоволення їх споживчого попиту. Електронна торгівля забезпечує споживачам економію часу через можливість купити товар не виходячи з дому при широкому асортиментному виборі. Цілодобова доступність до асортименту товарів і можливість здійснення покупок у будь-який час, можливість оперативного ознайомлення з характеристиками товарів, їх описом, порівняння цін на товари у різних магазинах також є очевидними перевагами електронної торгівлі.

Поступ електронної комерції світ особливо гостро відчув у період COVID-пандемії у 2019 році. Карантинні обмеження, локдаун, спричинили суттєве зростання купівлі-продажу товарів у роздрібній торгівлі та ресторанному господарстві через мережу Інтернет. Пандемія попри руйнівні наслідки фактично дала світу унікальну можливість сформувати економічно вигідне середовище із застосуванням цифрових технологій. «Інститут McKinsey підрахував, що цифровізація, автоматизація та технології штучного інтелекту можуть сформувати додаткові 13 трлн. Дол. США світового ВВП до 2030 р., а найбільші за ринковою вартістю компанії – Apple, Microsoft, Amazon, Alphabet, Facebook – функціонують сьогодні саме на цифрових ринках [2].

За даними досліджень впродовж 2014–2019 рр. обсяг світової електронної роздрібною торгівлі зріс у понад 2,6 рази, а у 2020 р. понад 2 млрд. людей придбали товари чи послуги через мережу Інтернет, а продажі електронної роздрібною торгівлі перевищили 4,2 трлн. дол. США (зростання

порівняно з 2019 р. на 25,7 %). Є припущення, що у 2040 р. 95 % всіх покупок у світі здійснюватиметься в режимі онлайн [2].

Електронна комерція як окрема сфера інфраструктурного середовища має здатність значно спрощувати процес вибору та придбання товарів і послуг, що також забезпечує і трансформацію всієї сфери торгівлі, переводить її на новий етап власного якісного розвитку [3]. При цьому очевидними є позитивні наслідки розвитку електронної комерції для розвитку національної економіки. Зокрема, для суб'єктів підприємництва вона дає можливість виходу на міжнародні ринки; економію витрат при продажу товарів; розширення асортименту товарів, послуг; можливість поєднання електронної комерції з роботою реальних магазинів та ін.

Таким чином, електронна комерція суттєво впливає на інфраструктурне середовище та стимулює розвиток інших галузей і видів діяльності, насамперед, самого виробництва товарів, упаковки, тари, а також рекламної діяльності, складської і транспортної логістики, зв'язку тощо.

Список використаних джерел

1. Закон України «Про електронну комерцію». 03.09.2015 №675-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19#Text> (дата звернення: 15.05.2022 р.)
2. Маркевич К. Куди йде електронна комерція. Мовою цифр. 21 вересня 2021 року. URL: <https://razumkov.org.ua/statti/kudy-ide-elektronna-komertsiiia-movoiu-tsyfr> (дата звернення: 15.05.2022 р.)
3. Циброва А.В. Роль електронної комерції в розвитку національної економіки. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2019. Вип.26. Ч. 2. С. 143-145. URL: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/26_2_2019ua/28.pdf (дата звернення: 15.05.2022 р.)