

УДК 339.13, 339.17

**ЕКВІФІНАЛЬНІ ПЕРЕТВОРЕННЯ У ЧАСІ ТА ЗМІНА БАЗОВИХ
КОНТУРІВ ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ ПІДПРИЄМСТВ****Маловичко С.В., к.е.н.***Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського*

У статті розглянуті основні етапи розвитку електронної торгівлі підприємств. Актуальність дослідження обумовлена тим, що у зв'язку із стрімким розвитком електронної комерції виникає необхідність дослідження еволюційних трансформацій електронної торгівлі в світі з метою виявлення базових факторів впливу, прогнозування її розвитку в умовах посилення конкуренції та подальшого науково-технічного прогресу. Метою даного дослідження є визначення етапів перетворення у часі електронної торгівлі, визначення їх характерних особливостей. Особлива увага приділена характерним особливостям розвитку електронної торгівлі, що тісно пов'язана із розвитком інформаційних технологій. Проаналізовані сфери використання Інтернет-мережі користувачами, визначено місце електронної торгівлі у загальному обсязі електронних операцій, що здійснюються споживачами. Розглянуті основні форми електронної торгівлі, охарактеризовані їх особливості.

Ключові слова: електронна торгівля, трансформація світової економічної системи, інтернет-магазин, електронний мул, електронний бізнес

UDC 339.13, 339.17

**EQUIFINALITY TRANSFORMATION IN TIME AND CHANGE THE
BASIC CONTOURS OF E-TRADE OF COMPANIES****Malovichki S. V., PhD.***Donetsk National University of Economics and Trade
named after Mikhail Tugan-Baranovsky*

In the article the basic stages of development of electronic trade are presented. Relevance of the study due to the fact that the rapid development of e-commerce it is necessary to study the evolution transformations of electronic trade in the world to identify basic factors of influence, predict its development in the increasingly competitive and further scientific and technological progress. The aim of this study is to determine the stages of electronic trade transformation, determine their characteristics. Special attention is paid to electronic trade development that is closely linked with the development of information technology. It is analyzed scope of Internet network users and the place of electronic trade in total electronic transactions made by consumers. The basic form of electronic trade are presented, it is described their features.

Keywords: electronic trade, the transformation of the world economic system, Internet-shop, e-mule, e-business

Актуальність проблеми. Кінець ХХ – початок ХХІ століття став періодом радикальних змін у світовому господарстві, що спричинили трансформацію традиційних уявлень щодо загальносвітових економічних, політичних та культурних векторів подальшого розвитку. Каталізатором цих змін був стрімкий розвиток інформаційних технологій. Світова економічна система перетворилася на глобальний механізм виробництва та перерозподілу різноманітних ресурсних потоків між країнами, провідну роль у функціонуванні якого відіграють комунікаційні технології та електронні форми ведення бізнесу. Електронна торгівля, як одна з форм економічних відносин, на сьогодні має одні з найбільш динамічних темпів розвитку в світі, а електронний ринок продовжує зростати.

Як форма економічних відносин електронна торгівля почала активний розвиток із виникненням електронних плаїжних систем, фундамент її розвитку був започаткований ще у 80-х роках ХХ століття. Виникає необхідність дослідження еволюційних трансформацій електронної торгівлі в світі з метою виявлення базових факторів впливу, прогнозування її розвитку в умовах посилення конкуренції та подальшого науково-технічного прогресу.

Аналіз останніх наукових досліджень. Серед законрдонних та вітчизняних вчених, що досліджували особливості розвитку електронної торгівлі в світі, можна виділити П. Котлера, Авдокушина Є.Ф. [3], Татарука Ю.О. [4], Соколову А.М., Геращенко Н.І. [9], Мартиновича І.В. [10] та інших. Однак, публікації перерахованих авторів зорієнтовані здебільшого на дослідження понятійного апарату, визначення предмету та об'єктів електронної торгівлі, розробку інструментарію її дослідження та інші питання. Таким чином, не зважаючи на достатню кількість досліджень особливостей електронної торгівлі, еволюційні контури її формування, як сучасної форми економічних відносин, є досить розмитими.

Метою роботи є визначення етапів перетворення у часі електронної торгівлі, визначення їх характерних особливостей.

Викладення основного матеріалу дослідження. Електронна торгівля займає значне місце у розвитку світової економічної системи.

Вона змінила організаційні принципи функціонування традиційного економічного механізму, відкрила нові можливості щодо шляхів підвищення ефективності не тільки торгівлі, а й фінансів.

Базовим середовищем електронної торгівлі є Інтернет, що за останнє століття з обмеженого засобу інтерактивного спілкування перетворився у важливий інструмент здійснення підприємницької діяльності. Розвиток Інтернету слугував поштовхом для активізації розвитку електронного бізнесу, у т.ч. й електронної торгівлі, що відкривало можливість міжконтинентальних зв'язків між суб'єктами господарської діяльності.

Аналіз існуючих літературних джерел [1-6, 9, 10] дозволив виділити 3 етапи розвитку електронної торгівлі в світі, які відображені в табл. 1.

Таблиця 1 – Основні етапи розвитку електронної торгівлі

Період	Назва етапу	Основні характеристики етапу
I етап (1982-1994рр.)	Етап ініціалізаційних зрушень	- розробка протоколів TCP та IP, що використовували технологію комутації пакетів; - формування основ комунікації через мережу Інтернет з використанням HTTP (HyperText Transfer Protocol); - впровадження World Wide Web; - започаткування основ вільних комунікацій між суб'єктами ринку на основі інформаційних технологій.
II етап (1994р. – початок XXI ст.)	Етап інверсійних метаморфоз	- поява зручних для використання інтернет-браузерів; - впровадження електронних платіжних систем; - збільшення кількості акторів електронного ринку; - поступове збільшення обсягів торгівлі через Інтернет.
III етап (початок XXI ст. - ...)	Етап експліцитного трансформаційного розвитку	- збільшення кількості акторів з різних сфер господарської діяльності; - стрімке зростання обсягів не тільки роздрібної, а й оптової електронної торгівлі; - збільшення ємності електронного ринку; - поява нових форматів електронної торгівлі.

Джерело: розроблено автором

1 етап (1982-1994 рр.) – етап ініціалізаційних зрушень в розвитку електронної торгівлі.

Як вже зазначалося вище, основним середовищем електронної торгівлі є Інтернет. Відомо, що основи Інтернет-бізнесу були сформовані ще у вересні 1969 р., коли в університеті Лос-Анжелесу два комп'ютери були з'єднані в мережу Arpanet. Через деякий час в США з'явилися перші десять сайтів, програмою розвитку яких керувало Управління стратегічних досліджень Пентагону. [1] Мережа користувачів такої системи складалася лише з великих підприємств, таких як банки та військової організації, які використовували її з метою управління командними зв'язками. До 1982 року були розроблені ще кілька протоколів мережі, але їх функціональність була направлена здебільшого на обмін електронними даними та документами для обмеженого кола користувачів [2,3].

У 1982 році були розроблені Transmission Control Protocol (TCP) и Internet Protocol (IP), що є основою сучасної глобальної мережі Інтернет. Цей крок став першим у формування системи передачі інформації з невеликих пакетів даних за різними маршрутами з використанням технології комутації пакетів [1], що підготувало ґрунт для революції в процесі електронних комунікацій та відкрило можливості для розвитку електронної торгівлі не тільки в США, а й в усьому світі.

У цей період також виникає система «Mosaic», що слугувала для розповсюдження ринкової інформації та забезпечувала користувачів базовими послугами. На основі коду «Mosaic» пізніше був заснований Інтернет-браузер «Internet Explorer» [4].

Після розробки у 1991 році спеціального протоколу НТТР - Hyper Text Transfer Protocol (Протокол передачі гіпертексту, тобто великої кількості окремих текстів, що мають посилання один на одний) зв'явилася основа для розробки Всесвітнього павутиння - WWW-World Wide Web. [1] У результаті розробок WWW стала можливою взаємодія користувачів, здійснення базових комунікацій між компаніями, реалізація простих трансакцій.

Таким чином, на підготовчому етапі розвитку електронної торгівлі були сформовані базові основи вільних комунікацій між суб'єктами ринку на основі інформаційних технологій, що є прообразами сучасної мережі Інтернет, але спектр охоплення підприємств цією формою ведення бізнесу був незначним.

II етап (1994р – початок ХХІ ст.) – етап інверсійних метаморфоз в електронній торгівлі.

Поява у 1994 році першого зручного браузера з вбудованим протоколом безпеки для захисту персональних даних клієнтів, що значно збільшило кількість користувачів мережі, започаткувала новий етап у розвитку електронної торгівлі [1].

У 1995 році із впровадженням онлайн-технологій оплати, на світовому електронному ринку зв'явилися такі великі компанії, як 'Amazon' та 'Ebay', що на сьогодні є одними з найбільш великих та успішних підприємств галузі електронного бізнесу. Підприємства на власному досвіді продемонстрували, що саме електронна торгівля, як форма ведення бізнесу, дозволяє швидко та легко обробляти замовлення, а також реалізувати прибуткову схему «продавати та нічого при цьому не купувати» [1].

Електронна торгівля стала найбільш швидко зростаючим напрямом діяльності. Науково-технічний розвиток сприяв її розповсюдженню та підвищенню доступності для людей з різних прошарків суспільства та підприємців різноманітних сфер діяльності.

У зв'язку з динамічними обсягами зростання електронної торгівлі та розвитку нових можливостей для економічних відносин в цілому, у 1998 році Світовою організацією торгівлі (СОТ) була прийнята Декларація щодо глобальної електронної комерції. У вересні цього ж року відповідно до положень Декларації була прийнята Робоча програма щодо електронної комерції, що включала розгляд питань виробництва, розподілу, маркетингу, продажу та постачання товарів і послуг за допомогою електронних засобів [5].

Робоча програма ставила перед департаментами СОТ завдання щодо дослідження впливу електронної комерції, в т.ч. і торгівлі, на економіку країн, що розвиваються, виявлення загальних наслідків використання інформаційних технологій в багатосторонній торговельній системі та особливостей їх впливу на процеси інтеграції. Особлива увага була приділена розгляду торгових та економічних наслідків розвитку електронної торгівлі для функціонування малих та середніх підприємств, і особливостей максимізації можливих прибутків [6].

Однак, необхідно відзначити, що не зважаючи на активізацію підприємств щодо впровадження електронних форм ведення бізнесу, посилення контролю та удосконалення механізмів регулювання електронної комерції в цілому, електронна торгівля являла собою лише 21,3% від загального обсягу користування інтернетом у 1998 році, і 26,6% - у 2003 році. Пріоритетними напрямками використання інтернет технологій залишалися користування електронною поштою та інтернет-банкінг (рис. 1). Значний відсоток користувачів Інтернет приділяє увагу пошуку в мережі інформації щодо товарів та послуг, у той час, як продовжем займаються лише від 4% до 6% населення.

Таким чином, другий етап розвитку електронної торгівлі підприємств характеризується підвищенням інтересу суб'єктів господарювання всіх рівнів до електронної форми ведення бізнесу. З'являються великі гравці електронного ринку, що викликає необхідність його регулювання на глобальному рівні. Подальший розвиток інформаційних технологій відкриває можливість доступу по

мережі Інтернет та отримання переваг від електронної торгівлі для широко кола користувачів (як фізичних, так і юридичних осіб). Додатковим стимулом розвитку стає розповсюдження електронних платіжних систем, однак торгівля через Інтернет все ще викликає у населення недовіру – інформаційні технології використовуються здебільшого для пошуку інформації щодо необхідного товару або послуги, а не їх купівлі. Тим не менш, електронна торгівля активно розвивається: збільшується кількість акторів, розширюється асортимент продукції та послуг, що доступні на електронному ринку, збільшуються і загальні обсяги продажів.

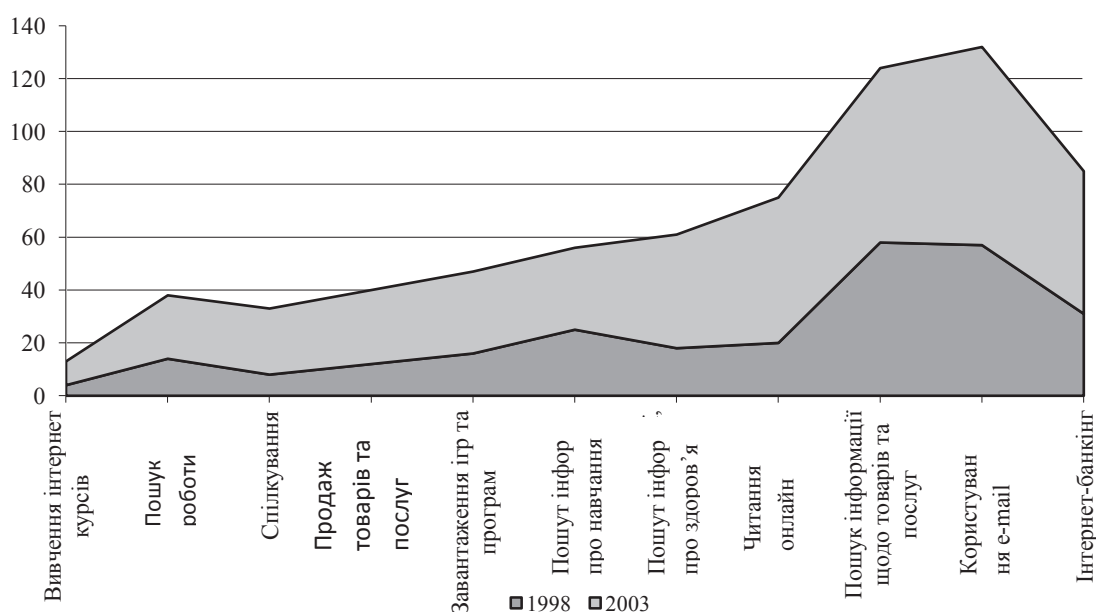


Рис. 1 – Сфери використання Інтернет населенням старше 16 років у 1998 і 2003 роках, млрд. осіб

Джерело: складено автором на основі [7]

III етап (початок XXI ст. - до цього часу) – сучасний етап експліцитного трансформаційного розвитку електронної торгівлі.

Головним завданням електронної торгівлі на сучасному етапі свого розвитку є зміна традиційного механізму торгівлі між продавцем та споживачем. В розвинутих країнах з початку XXI століття електронна торгівлі починає використовуватися підприємствами паралельно з фізичними бізнес-процесами, а деякі компанії повністю переводять роботу окремих підрозділів на електронну платформу, що знижує рівень суб'єктивної оцінки, покращує якість інформації та підвищує ефективність діяльності підприємства в цілому.

У 2003 році кількість користувачів мережі Інтернет за даними Computer Industry Almanac перебільшила 600 млн. осіб. [8] Відкритість доступу до ресурсів усього світу в умовах глобалізації призвела до значного збільшення обсягів електронної торгівлі. Якщо на попередньому етапі розвитку торгівлі через електронні ресурси передбачалося, що споживач попередньо вже обрав необхідний товар або послугу, а за допомогою комп'ютерної мережі лише здійснюється операція продажу, то на сьогодні принципи електронної торгівлі використовуються для дослідження потреб та змін уподобань постійних клієнтів, а також для створення та просування нових торгових марок [9].

Збільшення кількості акторів електронного ринку призвело до посилення конкуренції. Підприємства електронної торгівлі підвищують якість свого сервісу обслуговування та намагаються впровадити нові механізми його здійснення. Увага компаній зосереджується на маркетингових дослідженнях та відповідних маркетингових заходах з метою залучення нових споживачів та утримання постійних клієнтів.

На початку ХХІ активно почитають розвиватися такі форми електронної торгівлі, як Інтернет-магазини та електронні моли.

Інтернет-магазин представляє собою програмний комплекс, який дозволяє реалізовувати товари чи послуги через мережу Інтернет та автоматизувати управління економічною діяльністю. Основними відмінностями Інтернет-магазину від традиційного супермаркету є активна взаємодія між продавцем і споживачем, велика кількість інформації щодо асортименту продукції та персоналізований підхід до кожного відвідувача [10].

На сьогодні в світі виокремлюють 5-ть найкращих підприємств електронної торгівлі (Інтернет-магазинів), що представлені в табл. 2. Це найбільші електронні торговельні площі в світі, що пропонують споживачам високий рівень обслуговування та надійність. Варто відзначити, що саме ці підприємства здебільшого є «першопроходцями» в розвитку електронної торгівлі, а їх успішна діяльність стимулювала розовсюдження цієї форми організації бізнесу по всьому світові.

Досвід представлених у табл. 2 акторів електронного ринку показує, що електронна торгівля має значний потенціал економії та збільшення можливостей збуту за допомогою електронних ресурсів для підприємств не залежно від форми організації або масштабів діяльності. Електронна

торгівля надає підприємству широке коло можливостей щодо дослідження ринку при незначних фінансових витратах: сучасні веб-технології дозволяють відстежувати вподобання клієнтів, пошукові системи Інтернет надають найбільш простий спосіб пошуку клієнтів без значних витрат на рекламні компанії та ін.

Таблиця 2 – ТОП 5 найкращих Інтернет-магазинів світу

Найменування магазину	Засновник	Середньорічний дохід	Загальна характеристика
Amazon (http://www.amazon.com/)	Джефф Безос	34 204 млн. дол.	Amazon був представлений в 1994 році як Cadabra Inc, але пізніше був перейменований. Зараз сервіс охоплює вже більше тридцяти категорій різних товарів, серед них побутова техніка, електроніка, товари для спорту, товари для дітей, господарські товари і навіть продукти харчування.
Ebay (http://www.ebay.com/)	Пьер Омидьяр Морад	9 156 млн. дол.	Ебай був заснований в 1995 році, і пропонує своїм користувачам гнучкий спосіб оплати за допомогою системи PayPal. Через Ebay можна продавати і продукцію колишнього вживання. Магазин має представництва в тридцяти країнах.
Alibaba (http://www.alibaba.com/)	Джек Ма	-	Сервіс охоплює більше 250 країн світу. Асортиментні групи: електроніка, одяг, весільні сукні, вечірні наряди, продукти харчування, автокрісла, навігатори, товари для автомобілів, товари для дому, товари для спорту та інше.
Walmart (http://www.walmart.com/)	С. Робсон Уолтон	421 849 млн. дол.	Мережа однотипних універсальних магазинів, де продаються товари за цінами, нижчими середніх. Представлений різноманітній асортимент: електроніка, товари для дітей, спортивний інвентар, товари для домашніх тварин, одяг, товари для автомобіля, побутова техніка, меблі, товари для дозвілля, продукти харчування та інше.
Bestbuy (http://www.bestbuy.com/)	Ричард М. Шульц	50,3 млрд. дол.	Електронний магазин роздрібної торгівлі, має найширший асортимент смартфонів, DVD-програвачів, плеєрів, ноутбуків, записних книжки і т.д.

Джерело: складено автором на основі [11,12]

Ще однією формою електронної торгівлі є електронний мол, тобто електронний торговельний центр, що представляє собою накопичення в одній веб-системі великої кількості різноманітних торгових організацій. Важливу роль в електронному молі відіграє провайдер (оператор системи), який здає в оренду свої программно-технічні потужності, забезпечує роботу електронного молу, але не бере участі у бізнесі електронних магазинів [10].

Отже, третій, сучасний, етап розвитку електронної торгівлі характеризується глобальною трансформацією бізнес-процесів. Завдяки використанню провідних Інтернет технологій, що постійно

удосконалюються розвивається електронна торгівля, що дозволяє оптимізувати бізнес-процеси на підприємстві, повністю або частково їх автоматизувати, а крім того спростити пошук необхідних ресурсів. Збільшується інтерес споживачів до купівлі товарів та послуг через мережу Інтернет. Електронний ринок продовжує зростати та залучати нових постачальників та споживачів.

Висновки. Таким чином, еволюція електронної торгівлі охоплює досить незначний проміжок часу, а остаточні риси форми економічних відносин набуває лише наприкінці ХХ - початку ХХІ ст., що відзначені стрімкими змінами у світовій економіці. Новий якісний стан світової економіки проявляється як результат перетворення індустріального суспільства в постіндустріальне, яке, в свою чергу, все більш і більш чітко оформляється як інформаційне суспільство, набуваючи нових, властивих тільки йому параметрів і характеристик. Значну роль у цьому процесі відіграє електронна торгівля, як інструмент здійснення підприємницької діяльності, що охоплює все більші простори глобального ринку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Vaquero A. History of E-commerce, the early years. [Electronic recourse] – Access mode : <http://www.study mode.com/essays/History-Of-e-Commerce-1540919.html>;
2. Commerce électronique: Une nouvelle donne pour les consommateurs, les entreprises, les citoyens et les pouvoirs publics, Rapport Du Groupe De Travail Preside Par M. Francis Lorentz, Ministere de l'Economie, des Finances et de l'Industrie. 1998 [Electronic recourse] – Access mode : http://www.finances.gouv.fr/commerce_electronique/lorentz;
3. Авдокушин Е.Ф. «Новая экономика»: сущность и структура - «Экономическая теория на пороге ХХІ века», т.5. Неэкономика / Под ред. Осипова Ю.М., Белолиницкого В.Г., Зотовой Е.С. - М.: Юристъ, 2001. - с.55-60;
4. Таратук Ю.О. Электронная коммерция. [Электронный ресурс] / Ю.О. Таратук. – М: ФПУ «Синергия» - 2011 – Режим доступа : http://www.e-biblio.ru/book/bib/05_finansy/electron_kommerc/sg.html#_Тoc336865784;
5. The Geneva Ministerial Declaration on global electronic commerce. Official site of World trade organization [Electronic recourse] – Access mode : https://www.wto.org/english/tratop_e/ecom_e/mindecl_e.htm;

6. Work programme on electronic commerce. Adopted by the General Council on 25 September 1998 Official site of World trade organization [Electronic recourse] – Access mode : https://www.wto.org/english/tratop_e/ecom_e/wkprog_e.htm;
7. Selling on the Internet: Some Internet Statistics [Electronic recourse] – Access mode : http://www.internetbasedmoms.com/net_selling.htm;
8. Official site of Computer Industry Almanac [Electronic recourse] – Access mode : <http://www.c-i-a.com>;
9. Соколова А. Н., Геращенко Н. И. Электронная коммерция: мировой и российский опыт. – М.: Открытые системы, 2000. – 224 с.;
10. Мартинович І.В. Розвиток форм електронної торгівлі на світовому ринку / І.В. Мартинович // Соціально-економічні трансформації в епоху глобалізації: мат. всеукр. наук.-прак. конференції. - Т.1 – Полтава, 2005. – с. 202-206;
11. Интернет-журнал о зарубежном шоппинге Zhorozone [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://shopozona.ru>;
12. The top 500 sites on the web. Official site of Alexa [Electronic recourse] – Access mode : <http://www.alexa.com/topsites>.