

- висока ціна нововведень;
- фізичний і моральний знос виробничої бази;
- старіння наукових кадрів, зменшення притоку молодих учених;
- недостатня реалізація технологічних пріоритетів в межах державного фінансування.

Рішення даних проблем буде сприяти подальшому формуванню стійкої економіки держави.

### **Список використаних джерел**

1. Нехорошева Л. Інноваційне розвиток в умовах «нової економіки»/ Л. Нехорошева // Наука і інновації: науково-практичний журнал. – 2008. – № 4 (62). – С. 42–47.
2. Вертакова Ю. В. Управління інноваціями : теорія і практика : навч. посібник / Ю. В. Вертакова, Е. С. Симоненко. – М. : Ексмо, 2008.
3. О Государственной программе инновационного развития Республики Беларусь на 2016–2020 годы : Указ Президента Республики Беларусь от 31.01.2017 г. № 31 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.pravo.by/document/?guid=12551&p0=P31700031> (дата обращения: 01.09.2017 г.)
4. О научной и инновационной деятельности в Республике Беларусь в 2016 году / Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Минск, 2017. – 115 с.

***Іванков Артем Олегович,**  
магістрант,*

*спеціальність «Міжнародний менеджмент».*

*Науковий керівник:*

***Іващенко Оксана Андріївна,***

*кандидат економічних наук, доцент,*

*завідувач кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності;*

*Національна академія статистики, обліку та аудиту*

### **ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ**

Нині поступове зростання довіри до електронної торгівлі спостерігається у всьому світі. Майбутнє електронної торгівлі носить глобальний характер. Якщо сповільнюється розвиток ринку в одній із країн, він може гальмувати розвиток ринку в цілому на континенті і навіть у світі.

Електронні покупки набирають все більшої популярності завдяки притаманним їм швидкості та простоті здійснення для споживачів.

Основними причинами підвищеного інтересу споживачів до он-лайн покупок є:

- свобода вибору, підкріплена величезним асортиментом товарів;

- зручність вибору, придбання можна зробити в будь-який час і в будь-якому місці;
- оцінка вибору, яка можлива завдяки швидкому порівнянню продуктів на декількох сайтах одночасно;
- істотна економія часу і коштів.

За висновками експертів конференції ООН з торгівлі та розвитку (ЮНКТАД) електронна торгівля продовжує зростати як за обсягами, так і за географічним охопленням, тобто збільшується та буде збільшуватись кількість країн – учасників електронних відносин. Створюються нові, більш високі стандарти електронної комерції. Електронна торгівля посилює конкурентну боротьбу на ринках. За рахунок низьких вхідних бар'єрів постійно з'являються та будуть з'являтися нові гравці он-лайн сфери.

Мережа Інтернет все більше проникає у різні регіони світу, що приводить до появи нових ринків електронної торгівлі. Згідно з даними міжнародної організації International Telecommunication Union (ITU), у 2015 році близько 43% населення (3,2 млрд осіб) на планеті мали доступ до мережі Інтернет [1]. Водночас ця цифра становить менше половини всього населення світу, а отже, є значна перспектива зростання кількості користувачів Інтернету у майбутньому, Мережі Інтернет є куди розширюватися, а отже, обсяги світової електронної комерції також будуть зростати.

Зростає вплив соціальних мереж на світовий електронний бізнес, електронна торгівля у соціальних мережах стає досить популярною, майже щоденно в Instagram та Facebook створюються нові сторінки гравців сфери он-лайн бізнесу. Соціальні мережі залучаються до електронної торгівлі, нарощують обсяги продажів. Однак наразі цей вид продажів використовується переважно маленькими компаніями чи приватними підприємцями. Великі компанії будують свої вузькоспеціалізовані ресурси і самі створюють середовище для своїх прихильників. Найбільш популярні соціальні мережі – Facebook, Twitter, Instagram та Pinterest.

Кордони між торгівлею в мережі Інтернет і в реальному світі поступово стираються. Це означає зростання присутності у електронній мережі великих гравців офлайнової торгівлі. Наприклад в США найбільша мережа супермаркетів Wal-Mart запустила однойменний Інтернет магазин, і активно розвиває продажі через всевітню павутину. Деякі американські фермери впроваджують свої продуктивні Інтернет магазини, на сторінках яких можна скласти замовлення зі свіжих і екологічно чистих продуктів, та замовити доставку, або вивезти самостійно.

На думку експертів асоціації Ecommerce Europe, основні фактори, що впливають на майбутнє електронної комерції, є такими [2]:

- постійно зростаюча частка смартфонів і планшетів як інструментів, через які здійснюють кунівлю-продаж;
- поширення як стаціонарного так і мобільного Інтернету, здешевлення вартості підключення до мережі для користувачів;
- охоплення електронною торгівлею не тільки великих міст, але й маленьких міст і навіть села;

- зростання обсягів електронної комерції принаймні удвічі вищими темпами швидше, ніж загальні роздрібні продажі;
- упровадження нових технологій в електронній комерції та розвиток вже існуючих;
- такі пристрої, як смартфони та планшети і технології як 3G, 4G, Wi-Fi збільшення кількості он-лайн клієнтів для фірм з допомогою;
- поліпшення якості доставки товарів, розширення асортименту товарів і послуг он-лайн бізнесу.

Щоб дати відповідь на запитання, на що варто очікувати у сфері електронної комерції в майбутньому, необхідно насамперед визначити, від чого залежить її розвиток. Першим головним фактором розвитку електронної комерції є рівень інформатизації країни, тобто рівень проникнення мережі Інтернет. Другим чинником є відношення уряду держави до розвитку систем електронної комерції. Активне заохочення з боку вищого керівництва країн швидкого впровадження інформаційних технологій сприяє швидкому розвитку електронного бізнесу. Третім достатньо серйозним фактором є забезпечення безпеки систем електронних платежів.

Отже, рівень розвитку мережі Інтернет – це головний фактор активізації електронної комерції. Від показників проникнення мережі Інтернет залежить рівень поширення електронної торгівлі. Частка електронної комерції у світовій економіці найближчим часом зростатиме, як і її позитивний вплив на економіку країн світу та рівень життя суспільства. З моменту появи мережі Інтернет ми спостерігаємо неухильне збільшення її активної аудиторії. Згідно з висновками аналітиків, значні темпи зростання Інтернет аудиторії дозволяють говорити про великі перспективи в галузі електронної комерції.

Зі зростанням ринку електронної торгівлі змінюватимуться і споживчі переваги. Люди все більше довіряють мережі Інтернет і тому частіше та інтенсивніше купують товари он-лайн. Крім того, електронна комерція стала суттєво впливати на традиційні продажі. У свідомості споживачів он-лайн та офлайн торгівля поступово змішуються, перестають конкурувати і стають взаємодоповнюючими елементами процесу покупок. Електронна торгівля, насамперед у соціальних мережах, має перспективне майбутнє.

### **Список використаних джерел**

1. International Telecommunication Union. Facts & Figures. Theworldin 2015. [Electronic resource]. – Access mode : <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/facts/ICTFactsFigures2015.pdf>
2. GlobalE-commerceSummit.Officialsite[Electronic resource]. – Access mode : <http://e-commercesummit.com> –