

Розділ 2. Міжнародні економічні відносини

УДК 339.13, 339.17

СВІТОВА ЕЛЕКТРОННА ТОРГІВЛЯ: АНАЛІЗ ДИНАМІКИ І ТРАНСФОРМАЦІЙ

Дмитрієва Н. О.

старший викладач кафедри міжнародних економічних відносин,

Університету економіки та права «КРОК»

м. Київ, вул. Табірна, 30-32, 03113, Україна,

тел.: (044)-455-57-07, e-mail.: ndmitrik@ukr.net

ORCID: 0000-0001-8717-318X, DOI: <https://doi.org/10.31732/2663-2209-2018-51-19-26>

THE WORLD ELECTRONIC TRADE: ANALYSIS OF DYNAMICS AND TRANSFORMATIONS

N. Dmytriyeva

senior lecturer Faculty of International Relations, “KROK” University

st. Tabirna, 30-32, 03113, Ukraine

tel.: (044)-455-57-07, e-mail.: ndmitrik@ukr.net

ORCID: 0000-0001-8717-318X, DOI: <https://doi.org/10.31732/2663-2209-2018-51-19-26>

Анотація. Міжнародна електронна торгівля є одним із найбільш динамічних та, водночас, найменш передбачуваних секторів світової економіки. Емпіричні дослідження явищ, що відбуваються в цій сфері, дають змогу охарактеризувати та частково спрогнозувати розвиток такої торгівлі в умовах глобальної інформатизації світового господарства. У статті здійснено емпіричний аналіз динаміки розвитку за різними групами товарної структури електронної торгівлі (B2B) у країнах світу, а також в Україні. На основі аналізу широкого масиву науково-теоретичних і статистично-прикладних даних із зарубіжних і вітчизняних джерел узагальнено досвід провідних країн (США, Японія, члени Європейського Союзу та ін.) у подоланні інформаційної та цифрової нерівностей у структурі електронної торгівлі. Виокремлено особливості такої торгівлі залежно від економічного та соціального розвитку країн та обґрунтовано можливість використання цього досвіду країнами, що розвиваються. Виявлено й охарактеризовано неоднорідність впливу міжнародної е-торгівлі на економічне зростання різних регіонів та окремих країн, що дало змогу оцінити її вплив на світову електронну торговельно-економічну діяльність загалом. Розроблено методичний інструментарій оцінювання динаміки розвитку (у просторі й часі) та структурних трансформацій е-торгівлі в окремих країнах, регіонах світу та Україні. Для цього застосовано кілька підходів до класифікації міжнародної електронної торгівлі: по географічних регіонах і по групах країн. Розроблено прогностичні моделі розвитку світового ринку електронної торгівлі та комерції, на їх основі здійснено порівняльний аналіз темпів зростання світового товарообігу, а також його структурний аналіз по окремих регіонах світу, які відображають динаміку зміни основних показників функціонування цієї глобальної сфери електронної економічної діяльності. У результаті спрогнозовано тенденції щодо розвитку світової роздрібно-е-торгівлі по регіонах і країнах світу за різними групами товарів до 2020 року. Запропонований підхід дає змогу комплексно та системно підійти до вирішення проблеми регіонального розвитку е-торгівлі в перспективі та чіткіше визначити її механізми.

Ключові слова: динаміка розвитку; структурні трансформації; міжнародна електронна торгівля; цифрова нерівність; електронна економічна діяльність; Інтернет; інтегральні індекси.

Формули: 0, рис.: 0, табл.: 6, бібл.: 15

Anotation. International e-commerce is one of the most dynamic and, at the same time, least predictable sectors of the world economy. Empirical studies of the phenomena occurring in this field make it possible to characterize and partly predict the development of such trade in the conditions of global informatization of the world economy. The article provides an empirical analysis of the dynamics of development of different groups of commodity structure of e-commerce (B2B) in the countries of the world, as well as in Ukraine. Based on the analysis of a wide range of scientific theoretical and statistical-applied data from foreign and domestic sources, the experience of leading countries (USA, Japan, members of the European Union, etc.) has been generalized in overcoming the information and digital inequities in the structure of e-commerce. The features of such trade are distinguished depending on the economic and social

development of the countries and the possibility of using this experience in developing countries is substantiated. The heterogeneity of the influence of international e-trade on the economic growth of different regions and individual countries was revealed and characterized, which made it possible to evaluate its influence on world electronic trade and economic activity in general. The methodical tool for evaluating the dynamics of development (in space and time) and structural transformations of e-trade in some countries, regions of the world and Ukraine has been developed. Several approaches have been applied to the classification of international e-commerce: by geographical region and by country group. Forecast models of the development of the world market of e-trade and commerce are developed, on the basis of which a comparative analysis of the growth rates of world commodity circulation, as well as its structural analysis in separate regions of the world, reflecting the dynamics of changes in the basic indicators of the functioning of this global sphere of electronic economic activity, was carried out. As a result, trends in the development of world retail e-trade across regions and countries across different groups of goods by 2020 are projected. The suggested approach provides a comprehensive and systematic way to deal with the problem of regional e-commerce development in the future and to more clearly define its mechanisms.

Key words: dynamics of development; structural transformations; international electronic trade; digital inequality; electronic business activity; Internet; integral indices.

Formulas: 0, *fig.:* 0, *tabl.:* 6, *bibl.:* 15

Постановка проблеми. Електронна торгівля (е-торгівля, е-комерція) стала закономірним явищем унаслідок інформатизації світового суспільства й популярність її щороку й фактично безконтрольно зростає. Тому всі прогнозні висновки, навіть провідних організацій, доволі відносні. А в країнах, що розвиваються, до яких належить Україна, цей ринок фактично не досліджений, однак саме країни так званого третього світу в найближчому майбутньому матимуть найбільшу тенденцію до розвитку е-торгівлі та структурної трансформації, а її обсяги відчутно впливатимуть на економіку світу загалом [1; 2]. Тому дослідження цих процесів вимагає розробки відповідних методологічних підходів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Явище е-торгівлі, динаміка розвитку та трансформація її структури у світовому масштабі активно досліджуються в розвинених країнах, причому не тільки окремими вченими [3; 4; 5], а й міжнародними організаціями [2; 6], комерційними структурами, зайнятими в цій сфері [7; 8; 9; 10; 11]. Також розроблено й деякі методологічні підходи до аналізу тенденцій динаміки та структури світового ринку е-торгівлі. Натомість у вітчизняній науці дослідження в цьому напрямку тільки розпочинаються. При цьому розглядаються лише окремі аспекти проблематики, переважно практичні: е-торгівля в межах України [12], відносини з деякими країнами в

секторі е-комерції [1; 13], здійснено окремі статистичні дослідження на основі зарубіжних даних [14; 15]. І майже відсутній аналіз трансформації світової е-торгівлі за товарною структурою з урахуванням торговельних особливостей України.

Зважаючи на викладене, для аналізу е-торгівлі з урахуванням вітчизняних тенденцій у цій сфері визначено кілька завдань: дослідити неоднорідність впливу міжнародної електронної торгівлі на економічне зростання різних регіонів та окремих країн світу; проаналізувати динаміку, оцінити структурні трансформації та розробити методичний інструментарій оцінювання розвитку е-торгівлі.

Формулювання цілей статті. Метою статті є аналіз динаміки і трансформацій світової електронної торгівлі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Для виявлення особливостей, які відображають динаміку зміни структурних характеристик функціонування світової е-торгівлі (комерції), здійснено аналіз прогнозних оцінок і трансформацій світового ринку е-торгівлі. У табл. 1 подано результати аналізу товарної структури роздрібною торгівлі в сегменті В2С за різними регіонами світу.

Однак зауважимо, що розподіл країн за групами слугує виключно статистичним цілям і не завжди відображає об'єктивне оцінювання стадій розвитку, яке давало б змогу послідовно описати якісні

досягнення певних країн (регіонів) у процесі їх динамічного розвитку. Наприклад, лідером світової роздрібно-торгівлі є навіть не США, а Китай [5].

Таблиця 1

Товарна структура роздрібно-торгівлі (B2C) за регіонами світу, 2015 (у % від загального обсягу торгівлі)

Група товару	Азія	Півн. Америка	Серед. Схід та Африка	Латинська Америка	Європа
Одяг	57	42	26	28	34
Електроніка	41	30	26	29	25
Туристичні послуги	53	43	35	32	33
Авіабілет	59	43	39	36	34
Мобільні телефони	44	22	28	27	22
Комп'ютери	36	29	25	20	23
Книги	50	37	22	24	30
Програмне забезпечення	33	27	27	18	19
Електронні книги	43	35	29	23	22
Спортивні товари	42	21	20	19	19
Музика	33	30	21	19	19
Відео, DVD, ігри	32	33	23	21	21
Косметика	43	21	19	20	21
Товари для догляду за обладнанням	43	16	18	14	17
Бакалея	41	14	15	11	14
Іграшки та ляльки	40	24	18	17	16
Машини та мотоцикли	20	15	16	11	13
Товари для тварин	26	19	14	11	15
Товари для дітей	29	12	16	11	12
Квіти	21	21	16	10	11
Алкогольні напої	25	10	11	8	9

Джерело: складено автором на основі [2]

Існує кілька підходів до визначення структури е-торгівлі. Їх критерії виходять з географічної ознаки та передбачають аналіз потоків товарів і послуг з погляду їх розподілу по країнах і регіонах. Відповідно до класифікації UNCTAD вирізняють два класи географічної структури:

1. По географічних регіонах (формальна класифікація, тому що тут ураховується тільки приналежність країни до певного регіону): Азіатсько-Тихоокеанський регіон; Північна Америка; Латинська Америка; Західна Європа; Центральна й Східна Європа; Близький Схід; Африка.

2. По групах країн (з урахуванням економічного становища): розвинені (США, Японія, країни ЄС та ін.); що розвиваються (Латинська Америка, Азія, Африка); з перехідною економікою (Центральна та Східна Європа, Балтійські країни, СНД, Китай та ін.).

Упровадження інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) є одним із головних факторів, який забезпечує перехід суспільства до глобальної

цифрової економіки. Тому для оцінювання стану розвитку такого суспільства деякі міжнародні організації й компанії розробили ряд ІКТ-індексів, кожен з яких відповідає певним пріоритетам. Головна перевага таких індексів – простота використання та зручність інтерпретації результатів (хоча є й методологічні проблеми, пов'язані переважно з вибором індикаторів).

Індексна модель дає можливість оцінити вплив більшості факторів на розвиток інформаційного суспільства і включає в себе понад 20 індикаторів. ІКТ-індекси будуються зазвичай на основі алгоритмів, що визначають їхню функціональну залежність від набору змінних – індикаторів.

Існує чимало міжнародних організацій, які систематично забезпечують моніторинг таких індикаторів для здійснення компаративного аналізу та побудови світових рейтингів країн чи регіонів (UNCTAD, UIS, OECD, UN ICT Task Force, UNESCAP, UNeGovKB, WBG та ін.), а також консалтингових та маркетингових компаній (A.T. Kearney, eMarketer, Deloitte Global, IDC, Forrester Research, WEF, Milken Institute та ін.). Вони займаються оцінюванням переважно кількісних показників розвитку цифрової економіки, періодично розраховують різноманітні системи індикаторів та, на їх основі, окремі світові рейтинги. Ці системи різняться між собою за методологією розрахунку, структурою та співвідношенням використаних кількісних і якісних показників та залежать від пріоритетів дослідження.

На нашу думку, систему цих індикаторів можна представити як пов'язані елементи переліку найпоширеніших індексів. Ці індикатори є складовими авторитетних рейтингів і дають змогу проводити статистичні дослідження рівня інформатизації певних країн та, своєю чергою, визначити кількісні параметри розвитку глобальної цифрової економіки (табл. 2).

Таблиця 2

Міжнародні композитні індекси розвитку глобальної цифрової економіки

Назва індексу		Кількість індик.	Дата прий. на к-ть країн	Виконавці (організації та компанії)
укр.	англ.			
Глобальний рейтинг роздрібної е-торгівлі	Global Retail E-Commerce Index™ (B2C)	4 індикатори	2014 р. 130 країн	UNCTAD; A.T. Kearney
Індекс залучення країн до міжнародної торгівлі	The Global Enabling Trade Index	4 індикатори	2012 р. 136 країн	WEF
Індекс економіки знань	Knowledge Economy Index, KEI	109 структурних показників та 4 індекси	2004 р. 146 країн	WBG
Індекс розвитку ІКТ у країнах світу	The ICT Development Index, IDI	8 індикаторів та 11 показників	2007 р. 180 країн	ITU; UNCTAD
Індекс мережевої готовності	Networked Readiness Index	48 індикаторів та 4 субіндекси	2003 р. 139 країн	WEF; INSEAD
Індекс цифрового доступу	Digital Access Index, DAI	8 індикаторів	2003 р. 179 країн	ITU
Глобальний індекс можливостей ІКТ	Global Opportunity Index	4 субіндекси	2002 р. 143 країн	Milken Institute; ITU
Індекс мобільний зв'язок	The Internet (ITU)	26 індикаторів	2001 р. 170 країн	ITU
Індекс розвитку електронного урядування	E-Government Development Index, EGDI	31 індикатор та 3 індекси	2004 р. 193 країн	UNeGovKB
Індекс інформаційного суспільства	Information Society Index (ISI)	15 індикаторів	2004 р. 53 країни	IDC

Авторська розробка на основі джерел: [1; 2; 12; 13]

Як видно з табл. 2, найпоширенішими серед композитних індексів є: можливості ІКТ, мережева готовність, залучення країн до е-торгівлі.

Від 2008 р. WEF теж став публікувати глобальні дослідження й рейтинг країн щодо їх участі у міжнародній торгівлі (The Global Enabling Trade Index). Звіт складається на основі аналізу показників відкритості національних економік, адміністрування на кордоні, комунікаційної інфраструктури, а також ділового клімату. Відтоді рейтинг було опубліковано тричі (2012, 2014, 2016). Україна посіла 95-ту сходинку з-поміж 136 країн, опустившись за два роки на 9 позицій.

Складання типології країн за рівнем розвитку е-торгівлі вимагає аналізу глобального рейтингу роздрібної е-торгівлі в сегменті B2C (підприємство – споживач). Згідно з оцінками А.Т. Kearney, 2015 р. в цьому рейтингу (30 країн) перше місце посідали США, друге – Китай. Країни, що розвиваються, розмістилися з 10 по 30 позицію [11].

Остання доповідь UNCTAD «Про інформаційну економіку 2015 року.

Вивільнення потенціалу електронної комерції в інтересах країн, що розвиваються» готувалася протягом 2014–2015 рр. і *вперше* була присвячена оцінюванню е-торгівлі для сегмента B2C у 130 країнах світу. У згодом сформованому на основі доповіді рейтингу враховувалося чотири основні показники: використання Інтернету, рівень безпеки, застосування кредитних карток і якість роботи поштових служб (табл. 3 та 4).

Україна в цьому рейтингу посіла 58-е місце – між Домініканською республікою й Вірменією.

Таблиця 3

Топ-10 країн за глобальним індексом е-торгівлі UNCTAD (B2C), 2016 р.

2014	Країна	Населення, якому пошта доставляється щодому (2013–2014, %)	Частка населення, яка має кредитні картки (2014, %)	Населення, що користується Інтернетом (2014 р. або пізніше, %)	Безпечний інтернет – серверів на 1 млн осіб (2014, %)	Значення індексу UNCTAD B2C е-комерції (2016, %)	2016
1	Люксембург	97	69	95	98	89,7	1
2	Ісландія	81	77	98	100	89,0	Н/у
3	Норвегія	89	67	96	96	87,1	2
4	Канада	89	77	87	92	86,3	4
5	Японія	99	66	91	89	86,1	12
6	Фінляндія	87	63	92	95	84,3	3
7	Півд. Корея	100	56	84	97	84,3	8
8	Велика Британія	89	62	92	92	83,7	9
9	Швейцарія	93	54	87	99	83,3	14
10	Нова Зеландія	93	61	86	92	82,9	13

Джерело: авторська розробка на основі [6]

Таблиця 4
**ТОП-10 країн за індексом е-торгівлі
 UNCTAD (B2C), 2016 р. (по регіонах)**

ТОП-10 країн світу та їх місце у рейтингах	Країни, що розвиваються	Країни Африки	Країни Азії та Океанії
1. Люксембург	Республіка Корея	Півд. Африка	Республіка Корея
2. Ісландія	Гонконг (Китай)	Маврикій	Гонконг (Китай)
3. Норвегія	Сінгапур	Туніс	Сінгапур
4. Канада	Об'єднанні Арабські Емірати	Марокко	Малайзія
5. Японія	Катар	Єгипет	Китай
6. Фінляндія	Бахрейн	Ботсвана	Таїланд
7. Республіка Корея	Уругвай	Кенія	В'єтнам
8. Велика Британія	Кувейт	Сенегал	Іран
9. Швейцарія	Чилі	Алжир	Філіппіни
10. Нова Зеландія	Малайзія	Гана	Індія

Джерело: авторська розробка на основі [6, с. 4–28].

Результати дослідження регіональної структури світового ринку роздрібної е-торгівлі виду B2C представлено в табл. 5.

Таблиця 5
**Обсяг роздрібної е-торгівлі (B2C) у
 2012–2017 рр. (млрд дол. США)**

Регіони світу	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Азіатсько-Тихоокеанський	301,2	383,9	525,2	681,2	855,7	1052,9
Північна Америка	379,8	431,0	482,6	538,3	597,9	660,4
Західна Європа	277,5	312,0	347,4	382,7	414,2	445,0
Центр. і Сх. Європа	41,5	49,5	58,0	64,4	68,9	73,1
Латинська Америка	37,6	48,1	57,7	64,9	70,6	74,6
Бл. Схід та Африка	20,6	27,0	33,8	39,6	45,5	51,4
Всього по світу	1058,2	1251,4	1504,6	1771,0	2052,7	2357,4

Джерело: авторська розробка на основі [10]

2013 р. обсяг операцій е-торгівлі B2C оцінювався в 1,2 трлн дол. США. Однак особливістю світової е-торгівлі є, по перше, швидке зростання в сегменті B2C країн, що розвиваються, а по-друге, перетворення Китаю на найбільший глобальний ринок роздрібної е-торгівлі. Очікується (за прогнозами UNCTAD), що до 2019 р. на країни, що розвиваються, а також із перехідною економікою, припадатиме майже 40 % глобальної роздрібної е-торгівлі B2C, натомість частка розвинених країн спаде з понад 70 % до приблизно 60 % [2].

Згідно з оцінками фахівців «eМаркетер», загальний обсяг роздрібної світової е-торгівлі до 2020 р. зросте до 4,058 трлн дол. США, однак уже зараз найперспективнішим ринком для її розвитку є Азіатсько-Тихоокеанський регіон (АТР) завдяки стрімкому зростанню середнього класу в цих країнах та масштабній інформатизації. Від 2014 р. АТР також очолює перелік регіонів з найвищими витратами на онлайн-покупки в мережі Інтернет, а темпи зростання роздрібних онлайн-продажів в АТР вищі, ніж у будь-якому іншому регіоні, та більш ніж на 10 % перевищують середній світовий показник [15].

Особливе місце в АТР належить Китаю. Уже 2014 р. імпорт і експорт країни досяг 4,16 трлн дол. США, з яких 0,59 трлн припали на міжнародну е-торгівлю. Аналітики прогнозують, що при збереженні таких темпів зростання загальні обсяги міжнародної е-торгівлі Китаю до 2020 р. досягнуть приблизно 1,4 трлн дол. США. Отже, Піднебесна до 2020 р. стане найбільшим міжнародним ринком онлайн-платежів [4; 5; 9].

Окрім географічної складової, також доволі різняться масштаби, в яких споживачі різних країн роблять покупки через Інтернет. За оцінками Forrester Research, у США до 2020 р. обсяг онлайн-продажів збільшиться на 56 % і становитиме 523 млрд дол. США, а кількість онлайн-споживачів (що здійснюють покупки за допомогою смартфонів і планшетів) сягне 270 млн. У країнах, що розвиваються, частка таких користувачів суттєво нижча. На нашу думку, це свідчить про насамперед обмежену купівельну спроможність.

Активне використання е-торгівлі дає значний вигравш не тільки онлайн-споживачам, а й ритейлерам, що продають товари та послуги через Інтернет [2]. 2017 р. компанія Deloitte у своєму звіті, де представлено результати аналізу діяльності 250 глобальних онлайн-ритейлерів, зазначила, що е-торгівля виступає основним фактором зростання виручки для більшості ритейлерів [7].

Серед проблем, з якими можуть зіткнутися національні виробники, аналітики UNCTAD називають недостатню конкурентоспроможність внутрішніх ринків. Також названо недовіру споживачів до е-торгівлі, поганий розвиток інфраструктури на місцевому рівні, вразливість інтернет-систем. На нашу думку, одним зі стримуючих факторів також є доступ споживачів до Інтернету. У табл. 6 наведено середні значення індексу е-торгівлі UNCTAD (B2C) за географічними регіонами, що свідчить про суттєві відмінності. Наприклад, у доступі до Інтернету африканський регіон значно відстає, натомість у Західній Азії цей показник вищий.

Таблиця 6
Регіональні значення індексу е-торгівлі UNCTAD (B2C)

Регіони	Номер економіки у глобальному рейтингу	Частка населення, що користується Інтернетом (2014 р. або пізніше, %)	Частка населення, яка має кредитні картки (2014 р., %)	Безпечні інтернет – сервери на 1 млн населення (2014 р., %)	Частка населення, якому пошта доставляється щодня (2013-2014 рр., %)	Значення індексу UNCTAD B2C е-комерції (2016 р., %)
Африка	34	18	3	39	37	24
Східна, Південна і Півд.-Сх. Азія	21	36	14	54	47	38
Західна Азія	10	54	17	66	74	53
Латинська Америка і Карибський басейн	20	43	11	59	56	42
Країни з перехідною економікою	15	46	12	59	54	43
Розвинені країни	37	77	38	84	84	71
Світ загалом	137	49	19	62	59	47

Джерело: авторська розробка на основі [6]

За оцінками Ecommerce Europe, обсяг роздрібних онлайн-продажів у ЄС до кінця 2016 р. сягнув близько 510 млрд євро (2015 р. цей показник становив 455,3 млрд). І майже половина з них припадає на Західну Європу. Україна ж упродовж 2015–2016 рр. стала активним учасником ринку е-комерції в регіоні: її торгівля зросла на 35 % порівняно з 2014 р. [8]

Проте Ecommerce Europe загалом незадоволена станом е-торгівлі в регіоні. Єврокомісія провела перевірку 697 сайтів е-торгівлі країн ЄС і виявила, що 63 % з

них порушують права споживачів. Також нині перед онлайн-торговцями ЄС стоять такі головні завдання: фрагментація, оподаткування (ПДВ) е-торгівлі та розвиток супутньої логістики [8].

Висновки. Найбільш затребуваними при дослідженні явищ і тенденцій е-торгівлі є індексні моделі. Найпоширенішими ж серед композитних індексів є: можливості ІКТ, мережева готовність, логістична мобільність, залучення до е-торгівлі. Однак систему індикаторів можна представити як пов'язані елементи переліку найпоширеніших індексів. Структурний аналіз із таких позицій по окремих регіонах світу, які відображають динаміку зміни основних показників функціонування глобальної сфери е-діяльності, дасть змогу системно підійти до вирішення проблеми регіонального розвитку е-торгівлі та чіткіше визначити відповідні механізми.

Нині передові позиції за індексами е-комерції посідають розвинені країни. Однак уже зараз найперспективнішим ринком для її розвитку є АТР. Так, цей регіон перебуває серед лідерів за загальними обсягами е-торгівлі в сегменті B2C, крім того, до десятки перших входять: Центральна і Східна Європа (включно з Україною), Близький Схід і Африка.

Таким чином, неоднорідність е-торгівлі, а також структурні трансформації в ній свідчать, що країнам із перехідною економікою властиві тенденції найдинамічнішого розвитку е-торгівлі в найближчі 10 років.

Література:

1. Рівень розвитку інформаційно-комунікаційних технологій в Україні та світі. *Економічний дискусійний клуб*. URL: <http://edclub.com.ua/analityka/riven-rozvytku-informaciyno-komunikaciy-nyh-tehnologiy-v-ukrayini-ta-sviti> (дата звернення 10.08.2018).
2. Information Economy Report 2015: Unlocking the Potential of E-commerce for Developing Countries. *United Nations publication*. New York ; Geneva, 2015. UNCTAD/IER/2015. Sales No. E.15.P.D.1. 136 p. URL: http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/ier2015_en.pdf (дата звернення 10.08.2018).

3. Boden R. Global mobile payment market to hit \$620bn in 2016. *NFC World*. 4.02.2016. URL: <https://www.nfcworld.com/2016/02/04/341939/global-mobile-payment-revenue-to-hit-620bn-in-2016/> (дата звернення 10.08.2018).

4. Strang R. E-commerce without borders. How top merchants are successfully selling to consumers worldwide : A Special Report prepared by Internet Retailer / United Problem Solvers. 2014. URL: <https://solvers.ups.com/assets/E-commerce-Without-Borders-Internet-Retailer-UPS-whitepaper.pdf> (дата звернення 10.08.2018).

5. Long S. The Chinese are coming. *The Economist. The World in 2019*. 2018. С. 116–117 (дата звернення 10.08.2018).

6. UNCTAD B2C E-Commerce Index 2016. *UNCTAD Technical Notes on ICT for Development*. 2016. №. 7. 30 p. URL: http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/tn_unctad_ict4d07_en.pdf (дата звернення 10.08.2018).

7. Deloitte. Global Powers of Retailing 2016 Navigating the new digital divide / Deloitte Touche Tohmatsu Limited. 47 p. URL: <http://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/global/Documents/Consumer-Business/gx-cb-global-powers-of-retailing-2016.pdf> (дата звернення 10.08.2018).

8. European B2C E-commerce Report 2016 / ed.: J. Abraham, R. Willemsen, Fr. Momboisse. Brussels : Ecommerce Europe. 129 p. URL: https://www.ecommercewiki.org/wikis/www.ecommercewiki.org/images/2/25/European_B2C_Ecommerce_Report_2016.pdf (дата звернення 10.08.2018).

9. Global B2C cross-border ecommerce to skyrocket: USD 1 trillion in 2020. *The Paypers : Insights into Paypers*. 15.06.2015. URL: <http://thepaypers.com/ecommerce/global-b2c-cross-border-ecommerce-to-skyrocket-usd-1-trillion-in-2020/760244-25> (дата звернення 10.08.2018).

10. Global B2C Ecommerce Sales to Hit \$1.5 Trillion This Year Driven by Growth in Emerging Markets. *e-Marketer inc.*: інформаційний веб-сайт. February 3, 2014. URL: <http://www.emarketer.com/Article/Global-B2C-Ecommerce-Sales-Hit-1.5-Trillion-This-Year-Driven-by-Growth-Emerging-Markets/1010575#sthash.Jxc5cQo7.dpuf>.

11. Global Retail E-Commerce. Keeps on Clicking / H. Ben-Shabat, M. Moriarty, P. Nilfroushan et al. / A.T. Kearney inc., 2015. 13 p. URL: <https://www.atkearney.com/documents/10192/5691153/Global+Retail+E-Commerce+Keeps+On+Clicking.pdf/abe38776-2669-47ba-9387-5d1653e40409> (дата звернення 10.08.2018).

12. Рейтингові оцінки України за індексом мережевої готовності 2016. *Економічний дискусійний клуб*. 13.07.2016. URL: <http://edclub.com.ua/analitika/rejtingovi-ocinky-ukrayiny-za-indeksom-merezhevoi-gotovnosti-2016> (дата звернення 10.08.2018).

13. Україна в рейтингу за індексом залучення країн світу до міжнародної торгівлі 2016.

Економічний дискусійний клуб. 8.12.2016. URL: <http://edclub.com.ua/analitika/ukrayina-v-reytingu-za-indeksom-zaluchennya-krayin-svitu-domizhnarodnoyi-torgivli-2016> (дата звернення 10.08.2018).

14. Електронна комерція в Німеччині: підсумки і прогнози. *Fi.Новини* : інформаційний ресурс. 27.02.2017. URL: <http://news.finance.ua/ua/news/-/395864/elektronna-komertsiya-v-nimechchini-pidsumky-i-prognozy> (дата звернення 10.08.2018).

15. Яка країна об'єжено США у сфері електронної комерції. *Fi.Новини* : інформ. ресурс. 30.10.2016. URL: <https://news.finance.ua/ua/news/-/387570/yaka-krayina-obzhene-ssha-u-sferi-elektronnoyi-komertsiyi> (дата звернення 10.08.2018).

References:

1. Riven rozvytku informatsiino-komunikatsiinykh tehnolohii v Ukraini ta sviti. *Ekonomichnyi dyskusiyni klub*. URL: <http://edclub.com.ua/analitika/riven-rozvytku-informatsiino-komunikatsiinykh-tehnologiy-v-ukrayini-ta-sviti> (дата звернення 10.08.2018).

2. Information Economy Report 2015: Unlocking the Potential of E-commerce for Developing Countries. United Nations publication. New York ; Geneva, 2015. UNCTAD/IER/2015. Sales No. E.15.II.D.1. 136 p. URL: http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/ier2015_en.pdf (дата звернення 10.08.2018).

3. Boden R. Global mobile payment market to hit \$620bn in 2016. *NFC World*. 4.02.2016. URL: <https://www.nfcworld.com/2016/02/04/341939/global-mobile-payment-revenue-to-hit-620bn-in-2016/> (дата звернення 10.08.2018).

4. Strang R. E-commerce without borders. How top merchants are successfully selling to consumers worldwide : A Special Report prepared by Internet Retailer / United Problem Solvers. 2014. URL: <https://solvers.ups.com/assets/E-commerce-Without-Borders-Internet-Retailer-UPS-whitepaper.pdf> (дата звернення 10.08.2018).

5. Long S. The Chinese are coming. *The Economist. The World in 2019*. 2018. С. 116–117 (дата звернення 10.08.2018).

6. UNCTAD B2C E-Commerce Index 2016. *UNCTAD Technical Notes on ICT for Development*. 2016. №. 7. 30 p. URL: http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/tn_unctad_ict4d07_en.pdf (дата звернення 10.08.2018).

7. Deloitte. Global Powers of Retailing 2016 Navigating the new digital divide / Deloitte Touche Tohmatsu Limited. 47 p. URL: <http://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/global/Documents/Consumer-Business/gx-cb-global-powers-of-retailing-2016.pdf> (дата звернення 10.08.2018).

8. European B2C E-commerce Report 2016 / ed.: J. Abraham, R. Willemsen, Fr. Momboisse. Brussels : Ecommerce Europe. 129 p. URL: https://www.ecommercewiki.org/wikis/www.ecommercewiki.org/images/2/25/European_B2C_Ecommerce_Report_2016.pdf (дата звернення 10.08.2018).

9. Global B2C cross-border ecommerce to skyrocket: USD 1 trillion in 2020. The Paypers : Insights into Paypers. 15.06.2015. URL: <http://thepappers.com/ecommerce/global-b2c-cross-border-ecommerce-to-skyrocket-usd-1-trillion-in-2020/760244-25> (data zvernennia 10.08.2018).

10. Global B2C Ecommerce Sales to Hit \$1.5 Trillion This Year Driven by Growth in Emerging Markets. e-Marketer inc.: informatsiyni veb-sait. February 3, 2014. URL: <http://www.emarketer.com/Article/Global-B2C-Ecommerce-Sales-Hit-15-Trillion-This-Year-Driven-by-Growth-Emerging-Markets/1010575#sthash.Jxc5cQo7.dpuf>.

11. Global Retail E-Commerce. Keeps on Clicking / H. Ben-Shabat, M. Moriarty, P. Nilforoushan et al. / A.T. Kearney inc., 2015. 13 p. URL: <https://www.atkearney.com/documents/10192/5691153/Global+Retail+E-Commerce+Keeps+On+Clicking.pdf/abe38776-2669-47ba-9387-5d1653e40409> (data zvernennia 10.08.2018).

12. Reitynhovi otsinky Ukrainy za indeksom merezhevoi hotovnosti 2016. Ekonomichnyi dyskusiyni klub. 13.07.2016. URL: <http://edclub.com.ua/analitika/reityngovi-ocinky-ukrayiny-za-indeksom-merezhevoyi-gotovnosti-2016> (data zvernennia 10.08.2018).

13. Ukraina v reitynhu za indeksom zaluchennia krain svitu do mizhnarodnoi torhivli 2016. Ekonomichnyi dyskusiyni klub. 8.12.2016. URL: <http://edclub.com.ua/analitika/ukrayina-v-reityngu-za-indeksom-zaluchennya-krayin-svitu-do-mizhnarodnoyi-torgivli-2016> (data zvernennia 10.08.2018).

14. Elektronna komertsiiia v Nimechchyni: pidsumky i prohnozy. Fi.Novyny : informatsiyni resurs. 27.02.2017. URL: <http://news.finance.ua/ua/news/-/395864/elektronna-komertsiya-v-nimechchyni-pidsumky-i-prohnozy> (data zvernennia 10.08.2018).

15. Yaka kraina obzhene SShA u sferi elektronnoi komertsii. Fi.Novyny : inform. resurs. 30.10.2016. URL: <https://news.finance.ua/ua/news/-/387570/yaka-krayina-obzhene-ssha-u-sferi-elektronnoyi-komertsii> (data zvernennia 10.08.2018).

Стаття надійшла до редакції 13.08.2018 р.