

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ

Орлов В.С., гр. МО-10м

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **О.П. Ткаченко**
Харківський державний університет харчування та торгівлі

Пандемія вивела на перший план проблему цифрового розриву як усередині країн, так і між країнами. Враховуючи ключову роль цифрової економіки під час кризи, необхідність подолання цього розриву стає першорядною. В умовах кризи ефективні і доступні послуги в галузі інформаційно-комунікаційних технологій стають критично важливим фактором. Глобальний характер пандемії і її вплив на світову торгівлю може сприяти зміцненню міжнародного співробітництва і подальшій розробці єдиних регламентів покупок і поставок через Інтернет. Реалії поточної кризи показали, що електронна комерція може бути ефективним інструментом для споживачів, а також може стати економічним двигуном як внутрішнього зростання економіки, так і всього міжнародного товарообігу.

У сучасних умовах експерти констатують ріст масштабів електронної комерції, оскільки споживачі змушені пристосовуватися до карантину та заходів соціального дистанціювання, і розглядають ряд супутніх викликів, таких як, наприклад, необхідність подолання цифрового розриву як усередині країн, так і між ними.

Експерти стверджують, що набутий досвід під час роботи в умовах карантину, може стати додатковим стимулом для глобального співробітництва в області електронної торгівлі, що може суттєво полегшити правила транскордонного переміщення товарів і послуг, скоротити цифровий розрив і створити більш комфортні умови для малого бізнесу.

Пандемія коронавірусу привела до зміни моделей споживчої поведінки, виявивши істотний вплив на структуру споживання. Застосування соціального дистанціювання та інших карантинних заходів привело до того, що споживачі стали частіше робити онлайн-покупки, використовувати соціальні мережі, інтернет-телефонію та ін. Це привело до різкого росту продажів споживачам і збільшенню обсягу електронної комерції між підприємствами. Збільшення обсягів реалізації споживчих продажів особливо помітно в сегментах продажів медичних товарів, товарів для дому, предметів першої необхідності та продуктів харчування. Збільшення частки електронної торгівлі показало необхідність подальшого вдосконалення як її нормативного, так і технічного забезпечення. Інтернет і мобільні послуги передачі даних переживають період підвищеного попиту, що спричинило необхідність їх термінової технічної і нормативної адаптації.