

ЕЛЕКТРОННАТА ТЪРГОВИЯ В БЪЛГАРИЯ И ЕВРОПЕЙСКИЯ СЪЮЗ

*Веско Василев, Магдалена Минева, Габриел Георгиев**



Въведение

Дигиталните технологии са основна част от съвременния свят. Тяхното бързо навлизане и използване във всички области на живота допринася за промяна на бизнес средата и обществото. В Европейския съюз целите в областта на информационните и комуникационните технологии (ИКТ) са заложили в Цифровата програма за Европа и Стратегията за цифров единен пазар. В България основният документ е Национална програма „Цифрова България“.

Едно от проявленията на дигиталните технологии в икономиката е електронната търговия. Според българското законодателство електронната търговия е предоставянето на възмездни услуги, които се осъществяват чрез електронни средства. Електронната търговия е и рекламирането на предлаганите от фирмата продукти и/или услуги чрез фирмен уебсайт. В сайта се презентира компанията и се представят продуктови каталози и евентуално цени. Фирмените уебсайтове предоставят възможност на клиентите да правят онлайн поръчки и понякога да извършват плащания онлайн, което за потребителите е по-удобно и достъпно. Обратната връзка с клиентите, чрез която се обменят въпроси и мнения, се счита за по-висок стандарт на електронната търговия. Предимствата на електронната търговия са, че има положителен имиджов ефект за фирмата и е възможност портфолиото ѝ да достигне до повече потребители, с което да се увеличи обхватът на пазара.

Изложение

В анализа на електронната търговия в България и Европейския съюз са използвани данни от Националния статистически институт и Евростат. Разгледани са показателите: „Достъп на домакинствата до интернет“, „Предприятия с достъп до

* Ученици от 12 а клас, ПГТ „Пенчо Семов“ - Свищов, спечелили Специална награда на катедра „Статистика и приложна математика“.

интернет“, „Лица, които са купували стоки и услуги по интернет за лични цели през последните 12 месеца“, „Предприятия, които продават стоки и услуги по интернет“ и „Индекс за навлизането на цифровите технологии в икономиката и обществото“.

1. Достъп до интернет

За осъществяването на електронната търговия е необходимо предприятията и потребителите да имат достъп до интернет. В табл. 1 е представена информация от показателите „Достъп на домакинствата до интернет“ и „Предприятия с достъп до интернет“.

1. Достъп до интернет на домакинствата и предприятията в България и Европейския съюз

(Проценти)

Държави	Домакинства		Предприятия	
	2010	2021	2010	2019
ЕС-27	68	92	95	97
Австрия	73	95	97	100
Белгия	73	92	97	99
България	33	84	85	94
Германия	82	92	97	99
Гърция	46	85	90	85
Дания	86	96	97	100
Естония	67	92	96	98
Ирландия	72	97	92	96
Испания	58	96	97	98
Италия	59	90	94	98
Кипър	54	93	88	96
Латвия	60	91	91	99
Литва	61	87	96	100
Люксембург	90	99	96	100
Малта	70	91	94	97
Нидерландия	91	99	98	100
Полша	63	92	96	96
Португалия	54	87	94	98
Румъния	42	89	79	83
Словакия	67	90	98	96
Словения	68	93	97	99
Унгария	58	91	90	93
Финландия	81	97	100	100
Франция	74	93	97	100
Хърватия	56	86	95	98
Чехия	61	89	95	97
Швеция	88	93	96	100

Източник: Евростат.

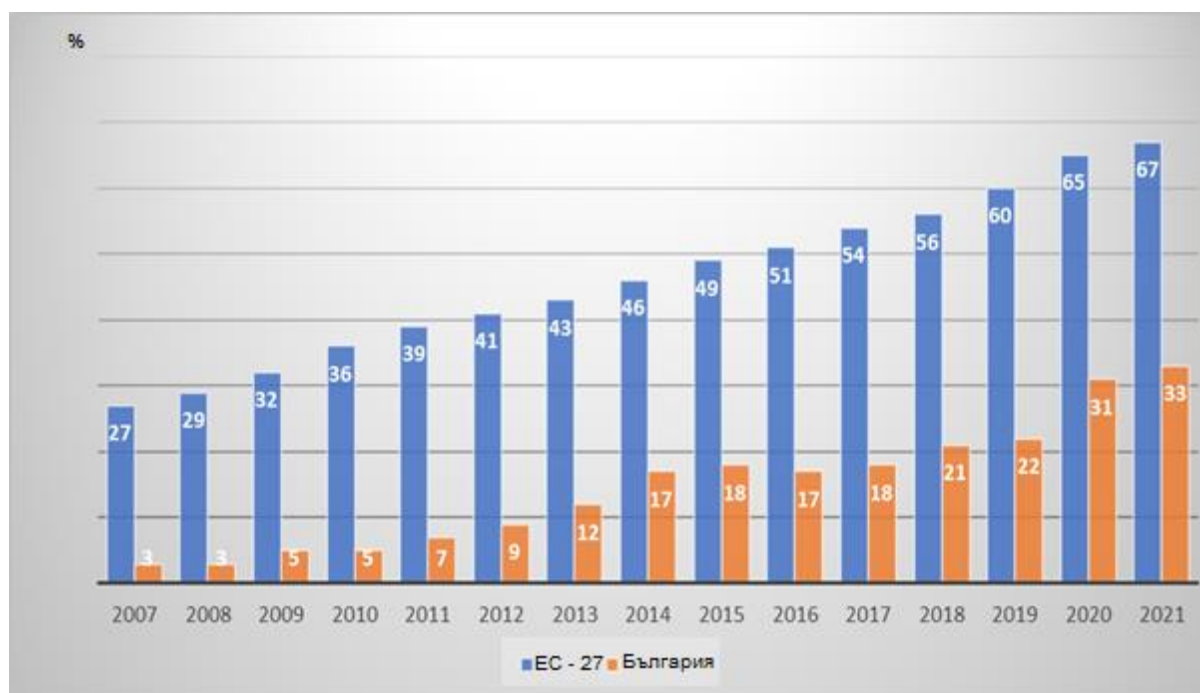
През 2010 г. 68% от домакинствата в Европейския съюз са имали достъп до интернет, а през 2021 г. - 92%. България заема последно място по този показател, въпреки че има ръст от малко над 2.5 пъти. През 2010 и 2021 г. съответно 33 и 84% от домакинствата в България са имали достъп до интернет.

Достъпът до интернет на предприятията в Европейския съюз е висок през 2010 и 2019 г. - съответно 95 и 97%. България заема предпоследно място по този показател през 2010 г. с 85%, като последна е Румъния - със 79%. През 2019 г. 94% от предприятията в България са имали достъп до интернет и по този начин страната ни изпреварва Румъния, Гърция и Унгария.

2. Покупки и продажби чрез електронна търговия

Електронната търговия в България и Европейския съюз е представена чрез покупките и продажбите на стоки и услуги по интернет. На фиг. 1 е представен показателят „Лица, които са купували стоки и услуги по интернет за лични цели през последните 12 месеца“, а на фиг. 2 - „Предприятия, които продават стоки и услуги по интернет“.

Фиг. 1. Лица, които са купували стоки и услуги по интернет през последните 12 месеца, в България и Европейския съюз - за периода 2007 - 2021 година



Източник: Евростат.

В началото на членството на България в Европейския съюз едва 3% от населението на страната ни са купували стоки и услуги по интернет. За Европейския съюз този процент е 27. През 2021 г. една трета от лицата в България и две трети от тези в Европейския съюз са се възползвали от електронната търговия. Средното нарастване за България е с 2.14% на година, а за Европейския съюз - с 2.86%. Най-голям скок - 9% за България и 5% за Европейския съюз, се забелязва през 2020 г., който се обяснява с кризата COVID-19.

Фиг. 2. Предприятия, които продават стоки и услуги по интернет, в България и Европейския съюз - за периода 2010 - 2021 година



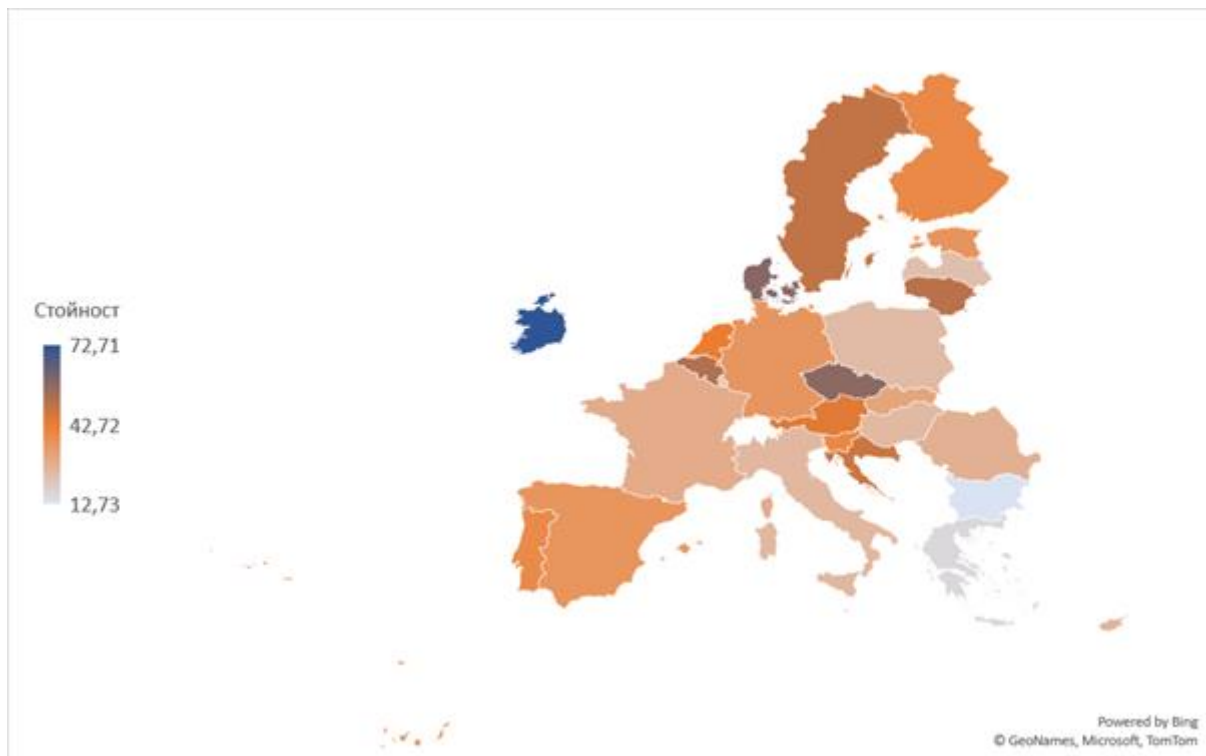
Източник: Евростат.

За периода 2010 - 2021 г. предприятията, които са продавали стоки и услуги по интернет в България, се движат между 4 и 12%, а тези в Европейския съюз - между 15 и 22%. Средното нарастване за България е с 0.73% на година, а за Европейския съюз - с 0.64%.

3. Електронната търговия като част от Индекса за навлизането на цифровите технологии в икономиката и обществото

Индексът за навлизането на цифровите технологии в икономиката и обществото (DESI) е обобщаващ показател за цифровото представяне и напредък на страните от Европейския съюз. Стойностите му са между 0 и 100. Електронната търговия е част от този индекс и се формира от показателите: „Малки и средни предприятия, които продават онлайн“, „Оборот от електронна търговия“ и „Предприятия, които извършват електронни продажби в други страни от Европейския съюз“. На фиг. 3 е показана картата на Европа според показателя за електронна търговия като част от Индекса за навлизането на цифровите технологии в икономиката и обществото за 2021 година.

Фиг. 3. Електронна търговия в Европейския съюз за 2021 година



Източник: <https://digital-agenda-data.eu/datasets/desi/indicators>.

Средната стойност за Европейския съюз за този показател през 2021 г. е 34.69. По-малка от средната стойност имат държавите Словакия, Франция, Румъния, Кипър, Италия, Унгария, Полша, Латвия, Люксембург, Гърция и България. На първо място е Ирландия със 72.71, а България е на последно място с 12.73.

Заклучение

С навлизането на цифровите технологии в икономиката електронната търговия има все по-важна роля. За нея е важен достъпът до интернет. В Европейския съюз предприятията и домакинствата имат висок достъп до интернет. Все повече предприятия и потребители участват в електронната търговия. България е на последно място в европейския съюз по електронна търговия.

ИЗПОЛЗВАНИ ИЗТОЧНИЦИ:

<https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM%3A2010%3A0245%3AFIN%3ABG%3APDF>

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/BG/TXT/?uri=celex%3A52015DC0192>

https://www.mtc.government.bg/sites/default/files/uploads/it/09-12-2019_programa_-cifrova_bulgariya_2025.pdf

<https://www.mtc.government.bg/bg/category/168/zakon-za-elektronnata-turgoviya>

<https://nsi.bg/bg>

<https://ec.europa.eu/eurostat>

<https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/desi>