

РОЗВИТОК ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ

Автор – Шевченко Катерина, студ. гр. ЕП-16-2

Науковий керівник – д. е. н., проф. каф. економіки та підприємництва Каховська О. В.
ДВНЗ «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури»

Останнім часом використання Інтернету набуває стратегічного значення. Якщо первісне призначення Інтернет являло собою засіб розповсюдження інформації, то сьогодні така концепція мережі починає відходити на другий план. На перше місце виходить використання Інтернет в комерційній діяльності підприємств, насамперед у торгівлі. Інтернет дає можливість підприємству просунути свою продукцію на світовий ринок та зберегти свої позиції, що раніше було мало ймовірним та вимагало великих витрат через географічні чинники. Відповідно до Закону України «Про електронну комерцію» від 03.09.2015 № 675-VIII електронна торгівля - господарська діяльність у сфері електронної купівлі-продажу, реалізації товарів дистанційним способом покупцю шляхом вчинення електронних правочинів із використанням інформаційно-телекомунікаційних систем.

На сьогодні електронна торгівля має особливе значення для України, оскільки у період нестабільної економічної та політичної ситуації Інтернет-ринок дає можливість відносно швидко вийти на ринок та сформувати клієнтську базу зі значно нижчими операційними витратами, ніж на фізичному ринку. Така ситуація найбільш актуальна для представників малого бізнесу України, який приносить близько половини ВВП країни.

Конкурентна боротьба змушує більшість суб'єктів господарювання пристосовуватися до тенденцій активного розвитку ринку електронних послуг, а відсутність діяльності у даній сфері розцінюється як недолік для підприємства. З кожним днем у світі та Україні збільшується кількість користувачів всесвітньої мережі (рис. 1), що викликає зростання обсягів та інфраструктури електронної торгівлі. Наразі, майже будь-що можна купити в он-лайн магазині або, навіть, за оголошеннями людей, які продають вживані товари.

Джерело: [1]

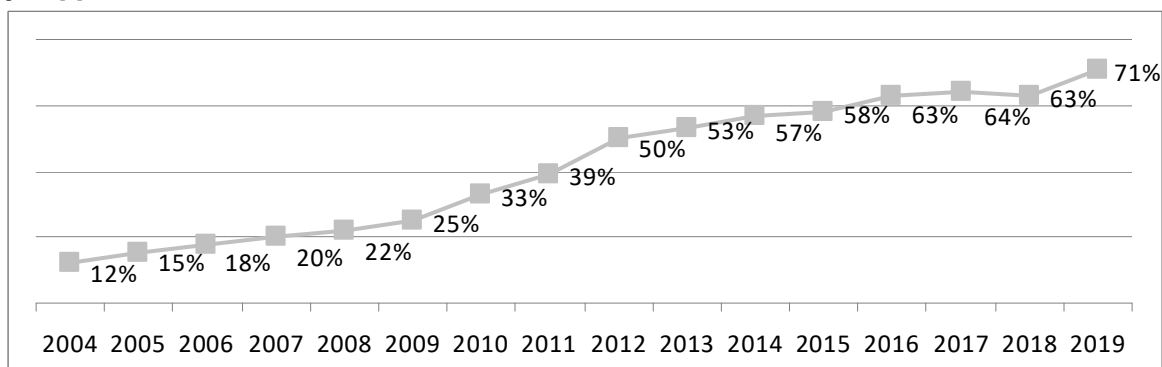


Рис. 1. Динаміка кількості регулярних користувачів Інтернет в Україні, у % до загального рівня населення

Головним стимулом для звернення покупців в Інтернет-магазин є нижчі ціни, широкий вибір та можливість купити товари у кредит без відсотків. Онлайн-торгівля дозволяє підприємцям заощадити на орендній платі, комунальних рахунках, а також заробітній платі, шляхом скорочення персоналу та можливості віддаленого доступу.

Значною перевагою є індивідуальний підхід до кожного покупця, персональне обслуговування та більш детальне вивчення споживчих переваг. Проте Інтернет-торгівля має і певні недоліки, такі як, недовіра покупців до якості товару, ризик не поставки або проблем з поверненням товару, занадто довга доставка, тощо. Нейтралізувати їх можливо шляхом надання повної, відкритої та доступної інформації про магазин чи підприємство.

У період економічної кризи 2014–2015 рр. обсяги електронної торгівлі значно скоротилися (рис. 2), проте надалі спостерігалось активне зростання показників. З одного боку населення, рівень доходів яких впав, дедалі частіше обирали онлайн-покупки замість звичайних магазинів. З іншого, значно зросла кількість продавців, які обрали Інтернет-торгівлю для скорочення витрат.

Джерело: [2]

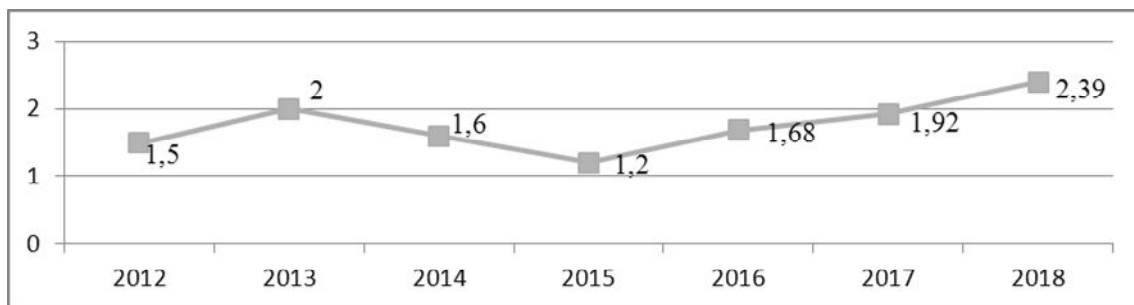


Рис. 2. Об'єм Інтернет-торгівлі в Україні, \$ млрд

Спираючись на аналіз рівня відвідуваності та розподілу трафіку за каналами, можна виявити, що найбільш популярними вітчизняними сайтами електронної торгівлі в Україні є *gozетка.com.ua*, *allo.ua*, *makeup.com.ua*, *citrus.ua* та *comfy.ua* [3]. Серед зарубіжних представників онлайн-рітейлу можна виділити *AliExpress*, *eBay*, *Amazon*. Вітчизняні підприємства все більше користуються досвідом успішних моделей торгових платформ зі всього світу та адаптують його до умов електронної торгівлі в Україні.

Електронна торгівля у нашій країні знаходиться на стадії становлення, наразі її частка набагато менша, ніж у інших розвинених країнах світу. Статистичні дані щодо товарообороту та кількості онлайн-магазинів Державною службою статистики України не ведеться.

Отже, наразі головною задачею перед Україною у сфері електронної торгівлі є створення сприятливих умов, вдосконалення нормативної бази, адаптація зарубіжного досвіду та нейтралізація негативних факторів, які стримують розвиток даної сфери.

Список використаних джерел

1. Проникнення Інтернету в Україні. *Інтернет Асоціація України* : веб-сайт. URL: https://inau.ua/sites/default/files/file/1910/dani_ustanovchyh_doslidzhen_iii_kvartal_2019_roku.pdf.
2. Рынок Интернет-торговли в Украине. *Z-Украина* : веб-сайт. URL: <https://zet.in.ua/statistika-2/rynok-it/rynok-internet-torgovli-v-ukraine/>.
3. Як отримують трафік та покупців найбільші Інтернет-магазини України. *AG. Marketing* : веб-сайт. URL: <https://ag.marketing/yak-privertayut-trafik-naybilshinternet-magazyny-ukrainy/>.