

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ІНТЕРНЕТ-ТОРГІВЛІ У СВІТОВОМУ ПРОСТОРІ

FEATURES OF THE DEVELOPMENT OF INTERNET COMMERCE IN THE WORLD OF SPACE

Панасюк Т.С.

студентка факультету міжнародних економічних відносин,
Дніпровський національний університет імені Олеси Гончара

Скрипник Н.Є.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри
економіки та управління національним господарством,
Дніпровський національний університет імені Олеси Гончара

У статті розкрито передумови розвитку електронної торгівлі, досліджено головні сегменти інтернет-торгівлі в Україні. Виконано аналіз тенденцій та стану розвитку українського онлайн-продажу. Розглянуто проблеми, які гальмують розвиток електронної торгівлі та комерції в Україні.

Ключові слова: електронна комерція, інтернет-торгівля, електронний бізнес, онлайн-продаж, товарно-грошові відносини, міжнародний ринок, малий та середній бізнес, інтернет-магазин, ринок, сайт, реалізація.

В статье раскрыты предпосылки развития электронной торговли, исследованы главные сегменты интернет-торговли в Украине. Выполнен анализ тенденций и состояния развития украинской онлайн-продажи. Рассмотрены проблемы, которые тормозят развитие электронной торговли и коммерции в Украине.

Ключевые слова: электронная коммерция, интернет-торговля, электронный бизнес, онлайн-продажа, товарно-денежные отношения, международный рынок, малый и средний бизнес, интернет-магазин, рынок, сайт, реализация.

The article describes the preconditions of development of e-commerce, investigates the main elements of Internet commerce in Ukraine. An analysis of trends and the state of development of Ukrainian online sales is carried out. The problems that hinder the development of e-commerce and commerce in Ukraine are considered.

Key words: e-commerce, internet commerce, e-business, online sales, commodity-money relations, international market, small and medium business, online store, market, website, implementation.

Постановка проблеми. Вживання сучасних інформаційних технологій у бізнесі формує нові напрями у світовій економіці. Цей напрям сьогодні називають інтернет-економікою. Інтернет дає можливість вітчизняним компаніям вийти на всесвітній ринок, розширює канали збуту, єднає постачальників і покупців у єдиний порядок. Обіг електронної торгівлі дає такі значні привілеї, що ігнорувати або зменшувати значення цього відносно нового сегменту економіки не можна.

Ведення великомасштабного бізнесу в сучасних домовленостях без використання інформаційних технологій неможливе. Малому та середньому бізнесу Інтернет дає прекрасну можливість для просування. Безумовно, Україна ще сильно відстає в розвитку та поширеності електронної торгівлі від розвинених країн, що пояснюється певними причинами.

Саме тому надзвичайну увагу необхідно приділити перспективам та ефективній діяльності інтернет-економіки, а також тим перевагам, які вона дає підприємству та державній економіці загалом.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Роботу присвячено вивченню проблем розвитку електронної комерції та її перспектив для України. Проблематикою розвитку інтернет-комерції займалися такі вітчизняні та зарубіжні науковці, як В.В. Ковтунець, В.В. Царьов, А.А. Кантарович, Д. Еймор, Е. Лоуренс, Б. Корбитт. Серед російських та українських учених це питання вивчали А.М. Гресь, В.В. Мазурик, І.А. Петропавлов та інші вчені.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Однак визначенню перспектив розвитку електронної торгівлі, а також

розробленню інших науково-практичних рекомендацій, орієнтованих на державну підтримку онлайн-суб'єктів торговельної галузі, приділяється недостатня увага.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Метою статті є визначення сутності поняття «електронна комерція», оцінювання рівня розвитку електронної комерції в Україні, розгляд специфіки розвитку електронної торгівлі в умовах сучасної економіки України, виявлення тенденцій, що склалися в цій сфері товарно-грошових відносин, а також перспективних напрямів розвитку на найближчу перспективу. Задля досягнення цієї мети необхідно вирішити такі завдання:

- розкриття своєрідності поведінки суб'єктів інтернет-торгівлі в сучасній Україні;
- виявлення головних переваг та недоліків, що надає економіці електронна торгівля;
- визначення головних напрямів державного регулювання інтернет-економіки.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Сьогодні електронна комерція розвивається швидкими темпами. Проаналізувавши динаміку останніх років, можемо сказати, що найближчим часом вона буде найбільш використовуваним інструментом просування товарів.

Електронна торгівля не є новим явищем. Загалом електронна торгівля може бути визначена як здійснення угод (тобто купівлі й продаж товарів і послуг або переговори щодо купівлі й продажу) за допомогою електронних коштів або через електронні мережі. Протягом багатьох років компанії обмінювались діловою інформацією за допомогою різних мереж зв'язку, а також всі вони були частинами мережі. Інтернет дав можливість вбудувати електронну торгівлю в комплексну систему торговельної діяльності, яка відбувається у всесвітньому обсязі з постійно зростаючою кількістю співучасників.

Важливим чинником розвитку електронної комерції в Україні та забезпечення можливості функціонування її в міжнародному просторі є наявність нормативно-правового забезпечення, яке б регулювало відносини в цій сфері, давало змогу розвиватися бізнесу в цьому напрямі та відповідало світовим і європейським нормам.

Для традиційної електронної торгівлі мережа є способом пересилання відомості, для електронної торгівлі – ринком здійснення угод. До електронної торгівлі в широкому значенні (як до галузі цифрового господарства) належать:

- глобальний електронний маркетинг, зокрема просування традиційних товарів та послуг;
- електронна комерція у вузькому значенні, тобто торгівля «невловимими» товарами, які можуть передаватися в цифровій формі або оплата яких може відбуватися в цифровій формі (повідомлення в текстовій, графічній або звуковій формі);
- віддалені послуги (послуги, пов'язані з консультуванням, юридичною та бухгалтер-

ською підтримкою тощо, які можуть надаватися на відстані);

– дистанційна робота (будова «розподілених офісів», в яких спільно діють люди, які перебувають у різних приміщеннях, містах і навіть державах) [1].

Електронна комерція – високоефективна форма товарно-грошових відносин, адже котрий рік поспіль вона показує стабільне зростання (з 2010 р. по 2017 р. товарно-грошовий обіг збільшився у 6,5 разів). Цей тренд відповідає загальносвітовому, де все більша частка торгівлі товарами та послугами переходить в мережу Інтернет. Обсяг найбільших десяти ринків електронної комерції у світі у 2017 р. представлено на рис. 1.

Як видно з рис. 1, лідерами за обсягами електронної комерції уже котрий рік поспіль є Китай та США з обігом у 562,7 млрд. доларів і 341,1 млрд. доларів [2].

Обсяги українського ринку електронної комерції суттєво менші, ніж у країнах ЄС, Росії чи навіть Польщі, проте зростання цього ринку у розвинутих країн перебуває на рівні 20%, а в Україні за останні роки цей показник значно вищий. Український ринок електронної комерції у 2017 р. збільшився до 50 млрд. грн. (1,8 млрд. дол.), основною причиною чого є політична й економічна стабілізація в економіці країни. Динаміка росту ринку електронної комерції в Україні представлена на рис. 2.

Порівнюючи розвиток е-комерції України з провідними країнами світу, можемо зазначити, що частка нашої країни є мізерною. Таке становище обумовлене низкою факторів, серед яких слід назвати невідповідне матеріально-технічне забезпечення господарюючих суб'єктів, недостатню поінформованість покупців з перевагами та можливостями цієї сфери, неналежну підготовку осіб, які працюють на підприємствах, невідповідне ставлення та регулювання держави цієї галузі, високий ступінь розбіжності державного законодавства зі світовими стандартами.

У сучасних умовах розвитку сфери електронної комерції в Україні держава повинна підтримувати розвиток послуг мобільного зв'язку, Інтернету, передачі даних, забезпечуючи необхідні умови, зокрема цифровізацію ліній зв'язку, впровадження новітніх технологій, сприяння розвитку конкуренції, впровадження можливостей для безперешкодного входження на ринок нових операторів, перехід від аналогових до цифрових мереж зв'язку, розвиток телекомунікаційної сфери, підтримку діяльності операторів у цифровізації сільської та гірської місцевості, збільшення спектру надаваних послуг за рахунок застосування нових технологій у сфері телекомунікаційних послуг [4].

Таким чином, електронна комерція – це вид економічної діяльності, сутність якої полягає у здійсненні різноманітних господарських опе-

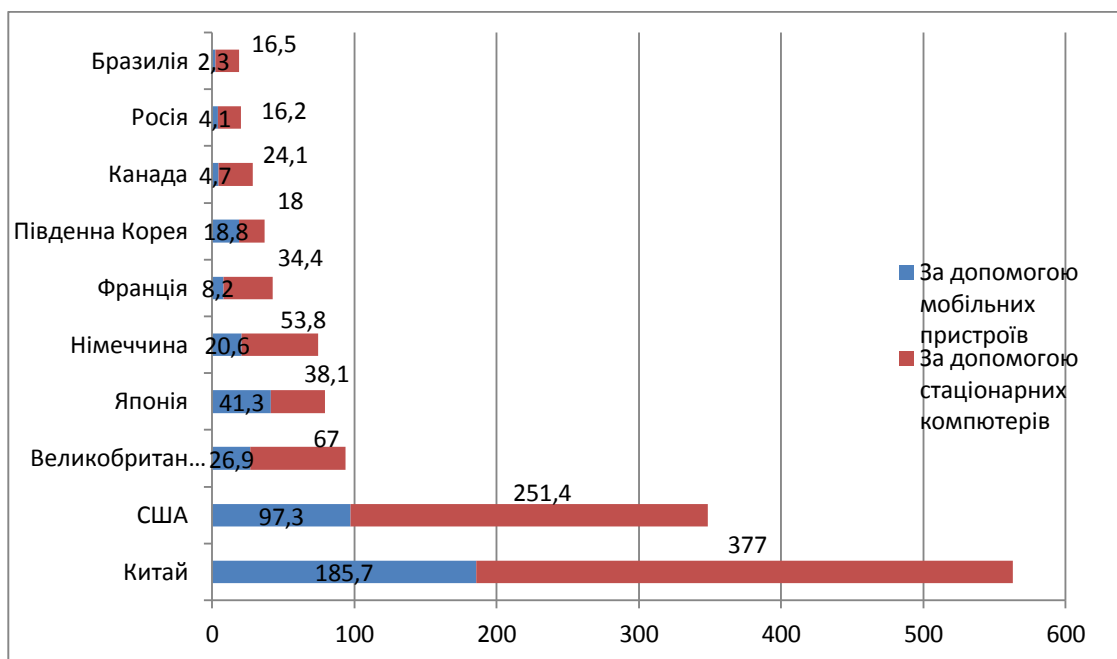


Рис. 1. Обсяги найбільших ринків електронної комерції у світі у 2016 р.
Джерело: розраховано за даними аналітичного центру "Pay Online" [2]

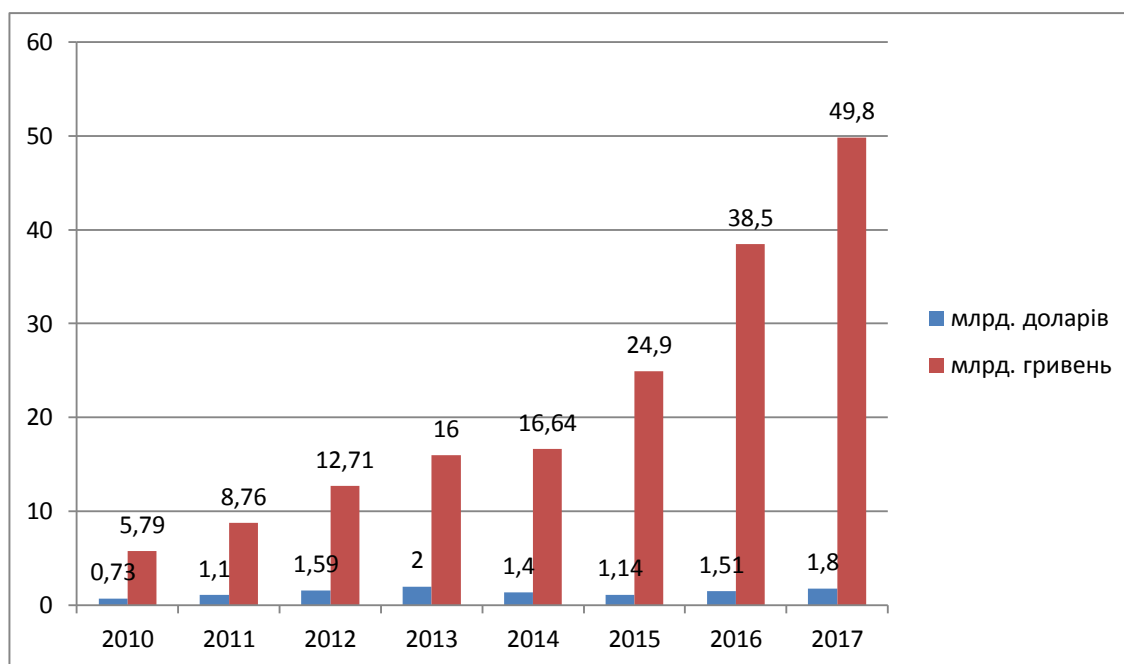


Рис. 2. Обсяги електронної комерції в Україні у 2010–2017 рр.
Джерело: розраховано за аналітичними даними "Prom.ua" [3]

рацій між суб'єктами комерційної діяльності у віртуальному просторі, тобто із застосуванням Інтернету та інших інтерактивних можливостей.

На жаль, в Україні сфера електронної комерції поступається багатьом країнам, що розвиваються. Це насамперед пов'язане з високим ступенем недовіри та низькою поінформова-

ністю населення щодо цієї галузі електронного бізнесу, недостатнім рівнем модернізації інформаційно-телекомунікаційних технологій, недосконалою законодавчою базою.

Однак обсяги e-commerce в Україні з кожним роком зростають. Виняток становить 2014 р., де обсяги електронної комерції знизилися через вій-

ськові дії на сході країни та економічну нестабільність. Проте в подальшому держава має досить значні перспективи розвитку цієї галузі [5].

Всупереч стрімкому зростанню зазначеного явища у світі, в Україні цей процес уповільнений такими факторами:

1) проблеми з доступом до високошвидкісного Інтернету у малих населених пунктах;

2) відсутність довіри користувачів, зумовлена значними кількостями шахрайства, нехтуванням права покупця повернути товар протягом 14 днів згідно з чинним законодавством тощо;

3) значні затрати на розвиток веб-ресурсу, які піддаються ризику бути невиправданими внаслідок непередбачуваних зовнішніх обставин;

4) завоювання лідерами ринку провідної ніші споживачів, через що новачки не в змозі конкурувати з ними [6].

Стратегічно важливим напрямом електронної комерції є онлайн-взаємодія «Бізнес – Бізнес». За умов поглиблення міжнародного поділу праці та активної кооперації бізнес-агентів, а також пошуку нових партнерів задля розвитку спільного бізнесу такий тип електронної комерції є дуже перспективним та економічно вигідним. І саме на цьому рівні взаємодії комунікаційні мережі електронної комерції відіграють вирішальну роль.

Попри позитивну динаміку розвитку електронної комерції, Україна має низку перешкод та бар'єрів щодо функціонування електронного бізнесу.

Одними з найсуттєвіших проблем є законодавча база та державне регулювання бізнесової діяльності в Інтернеті та захист прав інтернет-споживачів і продуктів інтелектуальної власності. У зв'язку з цим державна влада повинна уніфікувати законодавчу базу до світових стандартів щодо здійснення електронних трансакцій в Інтернеті.

Також слід сказати про низький рівень технологічного забезпечення більшості підприємств, який уповільнює розвиток електронної комерції та бізнесу загалом. Спостерігаються високий рівень недовіри населення до онлайн-покупок та невпевненість у якості товарів та послуг.

Необхідно збільшувати кількість інвестицій у високотехнологічну сферу та виділяти кошти

для технічного оновлення матеріальної бази підприємств та установ, а також проводити навчання зі зростанням технічних навичок трудового персоналу.

Для України необхідно налагодити електронну комерцію у сферах «Держава – Споживач» та «Держава – Бізнес», адже державний контроль щодо електронних трансакцій практично відсутній.

Перспективними є сектори інтернет-банкінгу та безготівкові операції оплати товарів та послуг, а також розвиток роздрібною торгівлі в Інтернеті. Це допомагає значно розширити ринки збуту продукції та використовувати при цьому новітні технології [7].

Динаміка розвитку e-commerce та ступінь її інтегрованості в економіку приводять до того, що все більше держав прагнуть на законодавчому рівні регламентувати процеси, що відбуваються в e-commerce. Саме це багато в чому сприяє розвитку e-commerce в багатьох країнах. Коли алгоритм ведення інтернет-бізнесу стає прозорим, то всі мають отримувати від цього вигоду: держава отримує гроші в бюджет, власники ставляться серйозно до свого бізнесу, відповідно, підвищується якість продукту та послуг, а клієнти відчують більше довіри до продукту, тому відбувається постійне зростання продажів, що приводить до збільшення прибутку, відповідно, збільшення відрахувань до державного бюджету [8].

Як видно, з 2010 р. по 2017 р. відбувається суттєве зростання електронної комерції в Україні як в гривневому, так і в доларовому еквіваленті. Загалом обсяги електронної комерції в доларовому еквіваленті характеризуються нестабільною динамікою, а саме стрімким зростанням до 2013 р., різким падінням у 2014 р. через різке зростання курсу, продовження спаду у 2015 р. з тих самих причин, що призвело до суттєвого спаду торговельної активності в економіці, зменшення купівельної спроможності та здороження всіх імпортованих товарів. Фізичні обсяги товарообігу на електронних ринках в Україні мають подібну динаміку.

Обсяг ринку електронної комерції України має зростаючу динаміку відповідно до загальносвітових тенденцій. Так, з 2014 р. по 2017 р. відбулося зростання з 19 до 46 млрд. грн. (рис. 3).

Таблиця 1

Обсяги електронної комерції в Україні у 2010–2017 рр. [4]

Показники	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.	Темпи росту, %
Обсяги електронної комерції в Україні, млрд. грн.	5,79	8,76	12,71	15,99	16,64	24,90	38,50	49,99	8,63
Обсяги електронної комерції в Україні, млрд. дол.	0,73	1,10	1,59	2,00	1,40	1,14	1,51	1,8	2,46

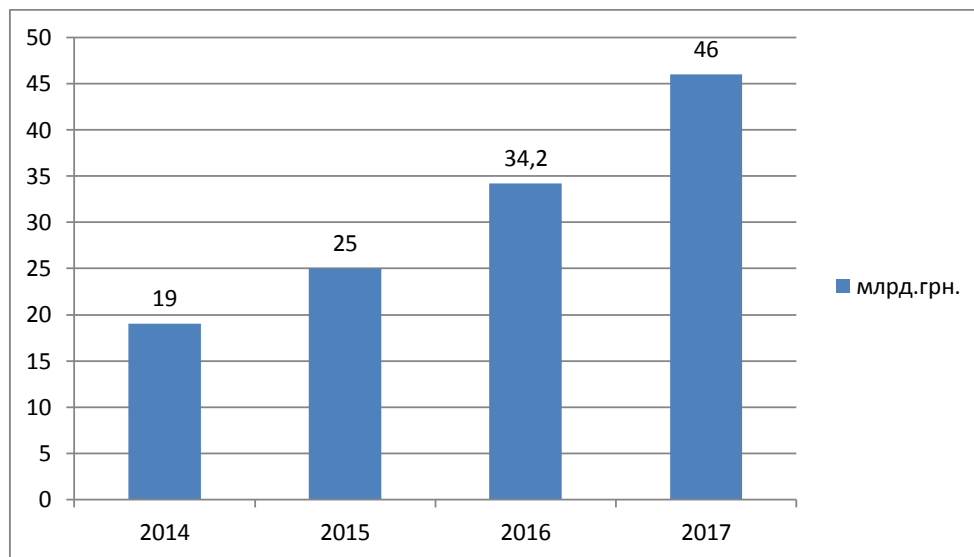


Рис. 3. Обсяг ринку електронної комерції України у 2014–2017 рр. (млрд. грн.) [9]

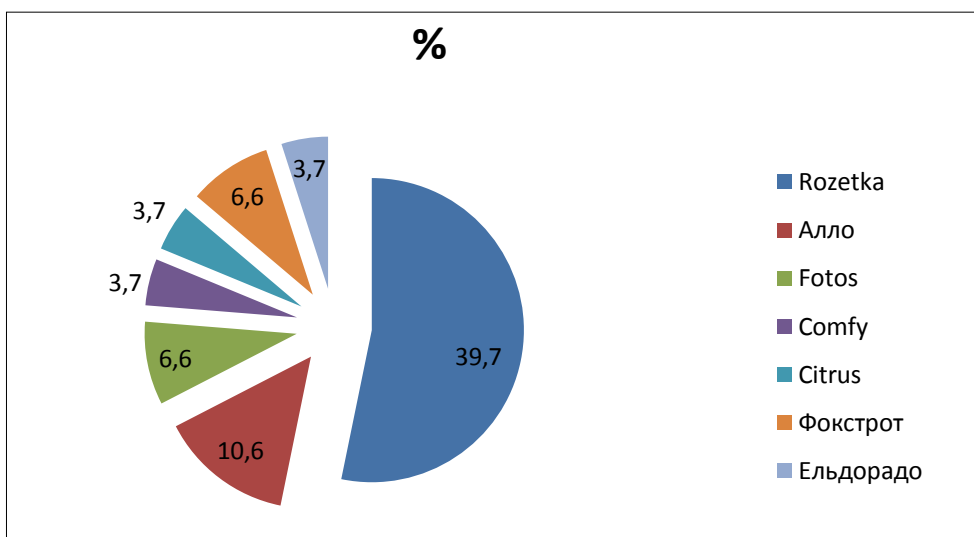


Рис. 4. Частка найбільших інтернет-магазинів України у 2017 р. на ринку електронної комерції [10]

Згідно з рис. 4 лідерами українського ринку електронної комерції у 2017 р. є “Rozetka”, «Алло», “Fotos”. Беззаперечним лідером є інтернет-магазин “Rozetka.ua”, який завоював 39,7% ринку України. Згідно з даними дослідників зазначена динаміка пояснюється підвищенням довіри споживачів до роботи інтернет-магазинів та впливом загальноосвітніх тенденцій зростання впливу інформаційних інтернет-технологій на свідомість користувачів мережі.

Обсяги продажів товарів через Інтернет в Україні демонструють позитивну динаміку. На рис. 5 зображено частку обсягів електронної торгівлі в роздрібній торгівлі в Україні (2014–2018 рр.), яка щорічно збільшується майже на 1% з 2014 р.

До основних трендів, які будуть присутні на ринку української електронної комерції та вплинуть на його зростання у 2019 р., можна віднести:

- подальше проникнення Інтернету, що приведе до зростання кількості активних онлайн-покупців;
- зростання кількості покупців, які проживають в невеликих містах та селах;
- стрімке зростання саме мобільної комерції;
- активний розвиток маркетплейсів (торговельних майданчиків, де виробники та продавці можуть розміщувати свою продукцію на продаж);
- збільшення кількості сервісів по доставці товарів, асортименту та якості послуг, що вони надають.

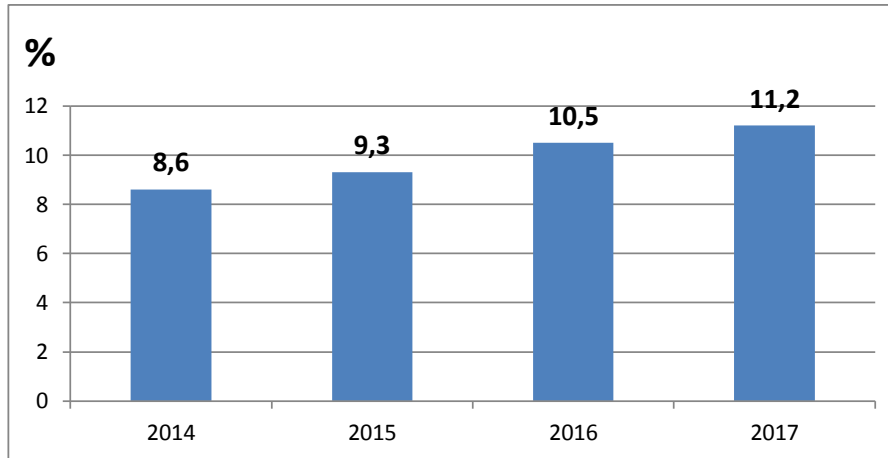


Рис. 5. Частка електронної торгівлі в роздрібній торгівлі в Україні у 2014–2017 рр. [11]

Персоналізація стане головним трендом на ринку електронної комерції в Україні у 2019 р., пропозиції та рекомендації будуть надаватися для кожного сегменту клієнтів з урахуванням індивідуальних потреб і побажань споживачів, що стане рушійною силою в підвищенні лояльності до електронної комерції серед активних та потенційних покупців, покращенні відносин стосовно купівлі-продажу товарів, послуг та інформації через Інтернет з використанням всіх інструментів, що доступні в мережі. Вона з кожним роком розвивається та розширюється як в Україні, так і в усьому світі, а також набуває нових можливостей, до яких виробнику необхідно швидко звикати, щоб отримати конкурентні переваги та високоефективні інструменти для просування; споживачу, щоб економити час, заощаджувати під час купівлі товарів та послуг із суттєвим підвищенням ефективності обслуговування; державі, щоб забезпечити міжнародну інтеграцію через досить якісну форму товарно-грошових відносин та вибудувати систему електронного врядування.

За останні роки обсяги електронної комерції в Україні показали стабільне зростання як у вартісному, так і фізичному виразах, адже з 2010 р. по 2017 р. товарообіг збільшився у 6,5 разів. Все більше підприємств різних галузей економіки використовують електронну комерцію у своїй діяльності, застосовують її інструменти в різних напрямках своєї діяльності.

Висновки. Отже, спостерігаємо, що електронний ринок набирає значних обертів. Вітчизняна електронна комерція перебуває на початку інтернет-еволюції та демонструє високі темпи зростання. Бар'єри для входу на інтернет-ринок порівняно невисокі, а переваги електронної торгівлі для користувачів та підприємців відчутні. Проте на сучасному етапі вітчизняний ринок е-комерції має багато невирішених питань, що стримує його розвиток. За умови ефективного вирішення найважливіших проблем розвиток електронної комерції в Україні матиме майбутнє.

Український ринок електронної комерції ще не може претендувати на перші місця за обсягами у світі, але є одним з лідерів за темпами зростання. Крім того, він може стимулювати як внутрішню, так і зовнішню торгівлю, що є важливим чинником економічної стабільності в країні.

Також електронна торгівля відкриває нові перспективи. Діяльність державних та адміністративних органів має вирішальне значення для розвитку електронної торгівлі в Україні та одержання тих переваг, які можна отримати за її допомогою (доступ до експортного ринку, робочі місця для кваліфікованої робочої сили, доступ до інвестиційного капіталу, збільшення податкових надходжень від застосування електронних платежів). Для того щоб скористатися всіма цими перевагами, потрібно усунути різноманітні бар'єри на шляху ефективного розвитку електронної торгівлі в Україні.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Максимова Т.С., Сорочан Д.В. Використання електронної комерції роздрібними торговельними підприємствами. Торговля і ринок України. 2010. № 29. С. 273–279.
2. Дослідження ринку електронної комерції України – 2017. URL: <http://hub.kyivstar.ua/?p=13562>.
3. Prom.ua. URL: <http://prom.ua>.
4. Дослідження ТОП-10 ринків e-commerce. URL: <http://payonline.ru/news/analyst/24832/21>.
5. Дослідження ринку електронної комерції України. URL: <http://hub.kyivstar.ua/?p=13562>.
6. Стан і перспективи електронної торгівлі України – 2018. URL: http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2018_1_83_102.pdf.

7. Електронна комерція як інструмент просування товарів – 2017. URL: [http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&image_file_name=PDF/mnj_2017_1\(2\)__9.pdf](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&image_file_name=PDF/mnj_2017_1(2)__9.pdf).
8. Електронна комерція в Україні – 2017: цифри і факти. URL: <https://webexpert.com.ua/ua/elektronna-komertsiya-v-ukrayini-2017>.
9. Офіційний сайт Асоціації Ритейлерів України. URL: <https://rau.ua/uk/novyni/onlajn-diktaturae-commerce>.
10. Електронна комерція. Теоретико-правові засади та сучасний стан в Україні – 2017. URL: <http://journals.uran.ua/sciencerrise/article/download/101077/97531>.
11. Development of electronic trade in retail in Ukraine. URL: <http://www.morganstanley.com>.