

Андросова І. О., Рябик Г. Є.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

РОЗВИТОК ВІТЧИЗНЯНОЇ ІНТЕРНЕТ-ТОРГІВЛІ

Сьогодні, в епоху інформатизації суспільства все вагоміша та значуща роль відводиться інформації та інформаційним технологіям. На даному етапі розвитку у повсякдення все більш впевнено вплітаються такі явища, як електронні покупки, електронні розрахунки або ж електронні перекази, що є основними інструментами електронної торгівлі.

Електронна торгівля – це реалізація за допомогою засобів комп'ютерної та телекомунікаційної техніки операцій купівлі та продажу товарів або послуг (іноді навіть робіт). Нові вектори розвитку глобальної економічної системи формуються за рахунок використання сучасних інформаційних технологій, що, як наслідок, призвело до виникнення Інтернет-економіки. Мережа Інтернет дає можливість підприємствам не тільки вийти на світовий ринок, але й створити конкуренцію багатьом країнам, розширити збутову мережу, а також налагодити тісний зв'язок між виробниками (постачальників) й покупцями. Сучасний ринок Інтернет-торгівлі швидко набирає оберти. Головними лідерами у сфері онлайн-покупок є США, Велика Британія, Німеччина. В Україні на 2017р. кількість Інтернет-користувачів становила 19,6 млн людей. З них, кількість яка отримує ширококутний доступ становила 13,6 млн (фіксований – 4,9 млн, безпроводний – 8,7 млн).

Слід зазначити, що рівень охоплення мережею Інтернет не досягає 50 %. Зокрема, станом на 2017 р. лише 44,1 % населення мало доступ до Інтернету. Порівняно з Україною у Великій Британії цей показник становить 92,6 %, США – 88,5 %, Канаді – 88,5 % Франції – 86,4 %. Основна кількість Інтернет-користувачів в Україні географічно розташована у м. Києві та Київській обл. (23,7 %).

Дослідження статистичних даних показують, що загальна чисельність населення України на початок 2017 року становила 42,233 млн осіб, з яких майже

половина (19,8 млн ос.) користуються Інтернетом і можуть бути потенційними покупцями в процесі здійснення онлайн-покупок. Але покупки через Інтернет здійснюють лише 3,7 млн осіб.

Найбільша частка електронних магазинів за підсумками 2017 . зареєстрована у Києві (32,3 %), Харкові (10,8 %), Одесі (10,8 %). Слід зауважити, що представництва Інтернет-магазинів зазвичай знаходяться у великих містах, а доставка по території України досить суттєво впливає на вартість товару, що відповідно робить Інтернет торгівлю менш вигідною.

За оцінкою Української асоціації директ-маркетингу, сумарний обсяг ринку Інтернет-торгівлі за підсумками 2017 р. в Україні склав 1,5 млрд дол. США [1].

Електронна торгівля в Україні представляє значний інтерес з точки зору інвестування через мізерні капіталовкладення. Проте, слабо розвинена телефонія, нестача досвідчених підприємців у даній сфері, недовіра до онлайн-магазинів, страх помилки під час електронних розрахунків, бажання побачити на власні очі товар перед придбанням являють собою велику перешкоду для розвитку даного напрямку торгівлі.

Україні залишається, відсутність необхідності здійснення онлайн-покупок,. Однак, після проведення опитування, значна кількість покупців все-таки довіряє якості і наданим гарантіям, але на перевірених сайтах, й лише незначна кількість опитаних впевнена, що ніколи не здійснюватиме покупки в онлайн-магазинах. Одними зі стимулів купівлі товарів онлайн можна віднести вигідні ціни, гарні відгуки про магазин чи рекомендація друзів, безкоштовна доставка. Згідно зі структурою онлайн-покупок, то найбільшу частку займає мобільні телефони, комп'ютерна та побутова техніка, оргтехніка та мультимедіа.

Найбільш популярні серед Інтернет-магазинів у сфері електроніки, побутової техніки характеризується магазин «Rozetka» (297 млн дол. США), «Алло» (78,5 млн дол. США), «Фокстрот» (47,5 млн дол. США), «Fotos» (43,5 млн дол. США), «Comfy» (30,7 млн дол. США). Серед магазинів, що мають спеціалізацію на продажі одягу та взуття більшу частку обсягу річного обороту займають

«BonPrix» (32,6 млн дол. США), «LeBoutique» (28,5 млн дол. США), «Modnakasta» (25,4 млн дол. США), «Lamoda» (8,1 млн дол. США) [2].

Різноманітність асортименту й низькі ціни в Інтернет-магазинах створюють велику конкуренцію звичайним магазинам та навіть цілим мережам. Це є причиною того, що витрати на відкриття власного магазину в Інтернеті значно нижчими, ніж звичайного магазину. Основними трендами розвитку Інтернет-торгівлі є: масовий перехід покупців з офлайн в онлайн; створення та розвиток email-маркетингу; зростання частини мобільних трансакцій (35 % абонентів Інтернету купували товари через смартфон або комп'ютери); замовлення послуг через Інтернет (на сайтах Booking, AirBnB); здійснення електронних публічних закупівель (ProZorro).

За останні роки в Україні з'явилися вигідні передумови для розвитку Інтернет-торгівлі, також існує ряд факторів, які гальмують її розвиток (незначна кількість осіб, які мають кредитні картки, недостатньо розвинена система електронних платежів, нездатність забезпечити високий рівень безпеки для обміну даними, проблема захисту прав інтелектуальної власності, нерозвиненість правової бази регулювання електронної торгівлі, відсутність професіоналів, здатних працювати в системі електронної торгівлі та ін.).

У 2018 р. за прогнозами експертів, ринок електронної торгівлі продовжить стрімке зростання, оскільки у більшості розвинених країн світу частка електронної торгівлі становить 10–15 % роздрібною торгівлі (в Україні у 2016 р. – 2,1 %, у 2017 р. – 3 %). Товарооборот у цій сфері за останні роки виріс в 3 рази. Через збільшення кількості Інтернет-магазинів, які пропонують різноманітні товари вітчизняного походження, зросла підтримка вітчизняного виробництва, що позитивно вплинуло на розвиток економіки України в цілому.

Список використаних джерел:

1. Internet live stats [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.internetlivestats.com/internet-users/ukraine>
2. Кому принадлежит рынок украинской интернет-торговли / Экономическая правда [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.epravda.com.ua/rus/publications/2015/07/15/550838>