

**Погрібний Р. В.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

## **РОЗВИТОК ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ І СВІТІ**

Сучасний світ – світ цифрових технологій. Кожна сфера діяльності людини тим чи іншим чином пов'язана з цими технологіями: використання мережі Інтернет, програм, кодів, алгоритмів. Роки успішного використання цих технологій довели, що вони є необхідними. Ця тенденція дійшла і до торгівлі.

Відповідно до досліджень компанії Internet Retail обсяги світових онлайн-продаж за останні три роки зростають в середньому на 20% і становлять 3,46 трлн. доларів США [1], а так звані «офлайн» продажі не можуть похвалитись такими темпами: зростання становлять 3,5% за рік, що у 6-7 разів менше ніж Інтернет продажі. Згідно з прогнозами які зроблені у тих самих дослідженнях, обсяг продажів через мережу Інтернет випередять звичайні вже у 2036 році, за умови, якщо темпи зросту обсягів будь повторювати існуючі тенденції. Покупці набувають позитивного досвіду у Інтернет шопінгу, та з часом, надають перевагу саме йому. Проте, як і у звичайних продажів, у електронних є свої плюси та мінуси. Якщо брати до уваги зручність та портативність для Інтернет покупки достатньо смартфона чи комп'ютера з виходом в Інтернет. Порівняно з традиційними продажами, немає необхідності їхати в інший кінець міста для пошуку необхідного товару за доступною ціною, достатньо декілька раз перейти по посиланнях, щоб проаналізувати стан на ринку щодо певного товару. На сьогоднішній день вже створені спеціальні сервіси, наприклад e-catalog, які в автоматичному режимі сортують продавців товарів за певними характеристиками на які вкаже покупець.

Проте он-лайн продажі мають і певні недоліки, серед таких привертає увагу проблема вирішення так званих «спорів» між покупцем та продавцем. Брак виробництва, ушкодження під час доставки, не відповідність реального товару до фото в Інтернеті, тощо. Причин буває багато, їхні чинники можуть бути як зі сторони продавця, так і зі сторони покупця. Щоб утримувати

конкурентоспроможні позиції на ринку необхідно серйозно ставитися до кожного споживача. Статистика показує, що рівень лояльності в он-лайн покупців дуже високий і вони з великою ймовірністю робитимуть повторні покупки у одного і того самого продавця. Отже, кожен Інтернет магазин змотивований боротися за свого клієнта. Обсяги продажів через Інтернет зростають а вирішення проблем, що є сьогодні – питання часу.

Тенденція електронних продажів, хоч і з затримкою, проте набирає обертів і в Україні. Відповідно до досліджень, які проводили Evo Business, онлайн продажі становлять лише 3 % від обсягу роздрібної торгівлі на території України. За даними Evo Business в більшості випадків українці надають перевагу вітчизняним інтернет-магазинам.

Підводячи підсумки, можна зробити висновок, що зміни в торгівлі направлені у бік Інтернету. Обсяги он-лайн продажів зростають все більшими темпами, та займають все більшу частину у роздрібному продажі. Український ринок, підтримує світову тенденцію розвитку онлайн-продажів.

#### **Список використаних джерел:**

1. Бахарев І. Мировой рынок e-commerce в 2019 году: аналитика Internet Retailer [Електронний ресурс]. URL: <https://e-pepper.ru/news/mirovoy-rynok-ecommerce-dostignet-3-5-trln-v-2019-godu.html>
2. Златьєва Д. Семимильними кроками: підсумки українського e-commerce і логістики за 2018 [Електронний ресурс]. URL: <https://rau.ua/novyni/itogi-e-commerce-2018>
3. Timar I.V. The applying of crowd-technologies in marketing ativities of small-scale businessin Ukraine / I.V.Timar// Proceedings of XV International scientific conference « Millennium science»Feb 16, 2018. – Morrisville, Lulu Press. – 2018. P. 79 – 81.
4. Торгівля та біржова діяльність в Україні: проблеми і стратегії розвитку: колект. моногр. / за заг. ред. Т. В. Гринько. Дніпро: Видавець Біла К. О., 2018. 404 с.