УДК 336

МАРТИНЮК І.С.
магістрант, ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»
ХМУРКОВСЬКИЙ В.Г.
к.е.н., доцент, ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»

РОЗВИТОК ОНЛАЙН-ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ

Зовсім нещодавно мешканці нашої країни і не підозрювали про те, що можна здійснювати покупки поза межею свого міста, не кажучи вже про те, що взуття, одяг, посуд, біжутерію, та навіть продукти харчування, можна купувати, сидячи в капцях на дивані. Але, як показують дослідження аналітиків та маркетологів, з 2006 року почався зріст Інтернет покупок на території України. Спочатку до онлайн-шопінгу долучилися жителі мегаполісів, а вже потім, потроху, розуміння вигоди прийшло і до найвіддаленіших регіонів.

Останнім часом електронні технології, Інтернет-комунікації суттєво розширили сфери використання електронних засобів і поклали початок розвитку принципово нового напрямку – електронного бізнесу, який у західних країнах називають "економікою XXI сторіччя".

Найбільш прогресивною складовою електронного бізнесу є електронна торгівля. Її масштаби зростають неймовірними темпами.

Високі темпи і вражаючі масштаби розвитку електронної комерції у світі зумовлені сукупністю чинників економічного, соціального, електроннотехнологічного, організаційно-правового характеру. Відокремимо три найсуттєвіші.

Перший – лібералізація економічної діяльності і глобалізація економіки. Дія цих чинників виявляється у вільному переміщенні капіталу, товарів, послуг, технологій як усередині окремих країн, так і в міжнародному масштабі.

Другий – мультифункціональність Інтернету. Постійне оновлення ресурсів, інструментаріїв, комп'ютерних технологій в Інтернеті зумовлює перспективність і надає універсальний характер цій мережі, суттєво розширює всі сфери бізнесу — у тому числі і комерційного. Переваги Інтернету полягають у тому, що він надійно забезпечує не лише окремі комерційні операції, а всі стадії комерційного процесу.

Третій – доступність і ефективність електронної торгівлі. Електронна торгівля доступна для широкого кола суб'єктів ринку в організаційно-технічному та фінансово-економічному плані. Крім того, цей вид торгівлі відрізняється високою ефективністю і окупністю витрат.

В Україні торгівля в Інтернеті є галуззю, яка демонструє досить швидкі темпи зростання серед усіх галузей економіки. Визначено, що e-commerce в нашій країні тільки недавно пережила етап зародження і перемістилася на етап зростання. Обсяги торгівлі в Інтернеті щодо роздрібної торгівлі в цілому порівняно малі.

У 2017-му році зросла кількість підприємців, які почали продавати в мережі Інтернет.

Онлайн-торгівля є одним з найбільш динамічних ринків і входить в невелике число тих сегментів економіки, які продовжують рости та розвиватися, незважаючи на кризу, коливання валюти та інші проблеми, з якими країна зіткнулася в останні роки. На електронну комерцію в контексті ведення бізнесу починають звертати увагу навіть досить консервативні підприємці. Адже для багатьох вона до сих пір є практично неосвоєним джерелом залучення клієнтів, з великими перспективами зростання. Більшість покупців – молоді люди з вищою освітою, які проживають в містах. Більше половини інтернет-покупців України – люди у віці від 14 до 34 років. Трохи більше 36% з них – жителі міст з населенням понад 500 000 чоловік, 20,5% – проживають в сільській місцевості. Важливим фактором, який позитивно впливає на зростання аудиторії онлайн-покупців, є поширення доступу до 3G, 4G. Особливо помітно це стане протягом найближчих років. Уже зараз темпи поширення мобільного Інтернету вражають – всього протягом року після того як стала доступною послуга 3G, до неї підключилися понад 10 мільйонів українців. У 2017 році 44% користувачів використовували мобільні пристрої для виходу в Інтернет. З них 9% назвали свої смартфони та планшети основним пристроєм для цієї мети.

В основному, людей стимулює звертатися до Інтернет-мережі те, що там продають дешевше і не потрібно йти в магазин, щоб забрати свій товар. Адже Інтернет-магазини не витрачають багато грошей на оренду або зарплату працівникам. Крім того, швидко розвинулась послуга покупки у кредит або оплату частинами. Товар можна отримати, але ще певний час за нього платити. Чимало Інтернет-магазинів поруч із ціною товару розміщують табличку, де вказано суму, яку потрібно буде сплачувати упродовж кількох наступних місяців. Зазвичай, ділять суму на рівні частини і без відсотків.

Отже, спостерігаємо, що електронний ринок набирає значних обертів. Вітчизняна електронна комерція знаходиться на початку інтернет-еволюції та демонструє високі темпи зростання. Бар'єри для входу на інтернет-ринок порівняно невисокі, а переваги електронної торгівлі для користувачів і 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 торгівлі в Україні матиме майбутнє.

Список використаних джерел:

1. Апопій В.В., Міщук І.П. Організація торгівлі. Підручник 3-тє вид. / за редакцією Апопія В. В. - К.: Центр учбової літератури, 2009. - 632 с.

2. Електронна комерція в Україні [Електронний ресурс]: Офіційний сайт компанії Gemius. – Режим доступу : http://gemius.com.ua/ua/raporty/2011-05/03