

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ

Нині розвинені країни світу перебувають на етапі переходу до інформаційного суспільства, у становленні якого вагому роль відіграє інформатизація. Електронна торгівля, за визначенням ОЕСР, це сукупність операцій купівлі і продажу матеріальних товарів або послуг, що здійснюються використання засобів комп'ютерної та телекомунікаційної техніки. Використання сучасних інформаційних технологій у бізнесі формує нові вектори розвитку глобальної економічної системи, що, як наслідок, призводить до виникнення Інтернет-економіки. Мережа Інтернет дає можливість підприємствам вийти на світовий ринок, розширює канали збуту, а також поєднує виробників (постачальників) й покупців.

Нині ринок Інтернет-торгівлі розвивається бурхливими темпами. Беззаперечним лідером у цій сфері є США, Німеччина, Велика Британія. В Україні станом на 2005 р. кількість абонентів Інтернет становила 5,6 млн. користувачів, а у 2016 р. – 19,6 млн., що більше у 3,5 рази. З них, кількість з наданням широкосмугового доступу становила 13,6 млн. (фіксованого – 4,9 млн., безпроводного – 8,7 млн.). Разом з тим, рівень охоплення мережею Інтернет досі не досягає позначки у 50%. Зокрема, станом на 2016 р. лише 44,1% населення було забезпечено доступом до мережі [1]. Для порівняння у Великій Британії цей показник становить 92,6%, США - 88,5%, Канаді – 88,5% Франції – 86,4%, Південній Кореї – 85,7%, Польщі – 72,4%. Основна кількість Інтернет-користувачів в Україні географічно розташована у м. Києві та Київській обл. (23,7%) [3].

Таблиця 1

Динаміка кількості Інтернет-користувачів в Україні

Рік	Кількість користувачів Інтернет, тис. осіб	Частка користувачів Інтернет у загальній чисельності населення, %	Чисельність населення, тис. осіб
2000	349,113	0,7	48746,269
2005	1754,714	3,7	46795,313
2006	2095,47	4,5	46502,718
2007	3029,322	6,6	46249,196
2008	5063,132	11	46028,476
2009	8203,697	17,9	45830,711
2010	10635,867	23,3	45647,497
2011	13055,855	28,7	45477,69
2012	15,984346	35,3	45319,949
2013	18517,737	41	45165,211
2014	19531,084	43,4	45002,497
2015	19609,142	43,70	44823,765
2016	19678,089	44,1	44624,373

Джерело: побудовано автором за даними [2]

При загальній чисельності населення у 44,1 млн. осіб, Інтернетом користуються 19,8 млн., і з них лише 3,7 млн. здійснювали покупки онлайн. Найбільша частка електронних магазинів за підсумками 2014 р. зареєстрована у Києві (32,3%),

Харківській обл. (10,8%), Одеській обл. (10,8%). Слід відмітити, що представництва онлайн-магазинів переважно знаходяться у великих містах, а доставка по Україні значною мірою впливає на вартість товару, що відповідно робить Інтернет торгівлю менш привабливою.

За оцінками Української асоціації директ-маркетингу, загальний обсяг ринку електронної торгівлі в Україні за підсумками 2015 р. склав 1,1 млрд. дол. США (продажу новий товарів B2B). Ринок електронної комерції зріс на 32% у гривні та знизився на 31% у доларах США порівняно з 1,6 млрд. дол. у 2014 р. [4].

Однією із особливостей електронної торгівлі в Україні є те, що цей бізнес надзвичайно привабливий для інвесторів через низький рівень необхідних першочергових капіталовкладень, однак до проблем у цій сфері слід віднести нерозвиненість телефонної інфраструктури в Україні, недоосвідченість підприємців у сфері ринку, несформованість нового покоління управляючого і обслуговуючого персоналу, здатного працювати на ринку електронних послуг.

Основними перешкодами для здійснення електронних покупок в Україні залишається боязнь помилок, відсутність довіри до онлайн магазинів, відсутність необхідності здійснення онлайн покупок, бажання побачити на власні очі товар перед придбанням. Однак, відповідно до опитувань, велика частка покупців все-таки довіряє якості і наданим гарантіям й лише незначна частка опитаних відповіла, що ніколи не здійснювала покупки в режимі онлайн [1].

До стимулів придбання товарів онлайн можна віднести нижчий рівень цін, позитивні коментарі про магазин або поради друзів, швидка або безкоштовна доставка. Щодо структури онлайн-покупок, то найбільшу частку займає комп'ютерна та побутова техніка, мобільні телефони, оргтехніка та мультимедіа. Найбільшим оборотом серед Інтернет-магазинів у сфері електроніки, побутової техніки характеризується магазин "Rozetka" (297 млн дол. США), "Алло" (79,5 млн. дол. США), "Fotos" (49,5 млн. дол. США), "Фокстрот" (49,5 млн дол. США), "Comfy" (27,7 млн дол. США). Серед магазинів, які спеціалізуються на продажі одягу та взуття найбільшу частку за обсягом річного обороту займають "Bon Prix" (33,7 млн дол. США), "Le Boutique" (29,5 млн дол. США), "Modnakasta" (24,4 млн дол. США), "Lamoda" (8,1 млн дол. США) [3].

За різноманітністю асортименту й цінами Інтернет-магазини формують серйозну конкуренцію стандартним магазинам і навіть торговельним мережам. Це зумовлено, перш за все, тим, що витрати на відкриття Інтернет-магазину значно нижчими, порівняно зі звичайним магазином.

До основних трендів розвитку Інтернет-торгівлі слід віднести: масовий перехід покупця з офлайну в онлайн; розвиток email-маркетингу; зростання частки мобільних трансакцій (26% користувачів Інтернету робили покупки через планшет чи смартфон); замовлення послуг в Інтернеті (Booking.com, AirBnB); здійснення електронних публічних закупівель (ProZorro). У 2015 р. зросла кількість користувачів, які купували товари на зарубіжних сайтах. За даними MasterCard, найбільша кількість покупок була здійснена на китайському маркетплейсі Aliexpress (47%), Amazon, Ebay, Prom.

Протягом останніх років в Україні сформувались доволі сприятливі передумови для розвитку електронної торгівлі, разом з тим присутні ряд факторів, які її стримують її розвиток (обмежена кількість осіб, які володіють кредитними картками, недостатня розвиненість системи електронних платежів, неможливість забезпечення високого рівня безпеки обміну даними між учасниками електронної торгівлі,

проблеми захисту прав інтелектуальної власності, нерозвиненість правової бази регулювання електронної торгівлі, відсутність професійних фахівців, здатних працювати в системі електронної торгівлі та ін.).

Основною тенденцією 2014-2015 рр. слід віднести перехід споживачів від купівлі дорогих брендів до більш дешевих. За прогнозами, даний тренд збережеться до тих пір, поки в Україні не розпочнеться економічне зростання. Разом з тим, факт усе більшого проникнення електронної торгівлі у всі сфери життя сучасного суспільства беззаперечний. У 2017 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 2015 р. – 2,1%, у 2016 р. – 3%). Особливої уваги заслуговує і новітній тренд, що виник у 2015 р., - попит на товари українських товаровиробників. Товарооборот у цьому сегменті всього лише за останній рік виріс втричі. Зростання кількості онлайн магазинів, які пропонують вітчизняні товари, безумовно, є позитивною рисою для розвитку економіки України і сприяє підтримці вітчизняного виробництва.

Список використаних джерел:

1. *E-commerce in Ukraine 2013-2015: From troubled times to future growth* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://uadn.net/files/ua_ecommerce.pdf

2. *Internet live stats* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.internetlivestats.com/internet-users/ukraine/>

3. *Кому принадлежит рынок украинской интернет-торговли / Экономическая правда* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.epravda.com.ua/rus/publications/2015/07/15/550838/>

4. *Рынок электронной коммерции Украины вырастет на треть* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ubr.ua/business-practice/own-business/rynok-elektronnoi-kommercii-ukrainy-vyrastet-na-tret-418185>