

УДК 658:004.738.5(477)

Васьковська К.М., студентка, група МО-71, ФБСО
 Науковий керівник: Бужимська К.О., к.е.н., доц.
 Державний університет «Житомирська політехніка»

РОЗВИТОК ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В УКРАЇНІ: ВИКЛИКИ ТА ТЕНДЕНЦІЇ

Як і в інших частинах світу, інтернет-торгівля в Україні за останні роки стрімко розвивається, надаючи значні переваги як продавцям, так і покупцям. Створення інтернет-магазину можливе всього за кілька тижнів, і це не потребує великих фінансових вкладень, дозволяючи уникнути витрат на оренду або купівлю приміщення, необхідного для фізичних магазинів. Однак, варто прийняти до уваги, що для успішного ведення електронного бізнесу слід вирішити податкові питання щодо нарахування та сплати податків, а також використання платіжних засобів. Для підприємств електронний бізнес виступає ефективним інструментом для ведення розрахунків з клієнтами, розширення обсягів ринків збуту продукції, товарів, послуг, пошуку нових партнерів, створення позитивного іміджу. Певні галузі бізнесу є більш сприятливими для впровадження електронної комерції, тому їх рівень розвитку значно вищий в порівнянні з іншими. До таких галузей належить торгівля нематеріальними товарами, цінними паперами, банківські послуги, розробка та реалізація програмного забезпечення, надання інформаційних послуг, дистанційне навчання [3]

Зараз люди віддають перевагу роботі замовлення через мобільні пристрої. Щоб залучити і утримати клієнтів, власники інтернет-магазинів активно впроваджують нові рішення, зокрема оновлюють асортимент і використовують інноваційні технології. Споживачі можуть здійснювати покупки в будь-який час, та обирати найкращі товари з широкого асортименту, порівнювати ціни та якість, а також орієнтуватися на відгуки інших користувачів щодо товарів, що робить процес покупки зручнішим та інформованим.[1] Продовжують швидко розвиватися служби доставки, які занадто спрощують процес купівлі продуктів харчування, товарів для дому та одягу. Тепер простіше забрати замовлення у кур'єра або у поштовому відділенні, ніж витратити час на поїздку до магазину, порівняно з традиційним відвідуванням магазину.

Період пандемії COVID-19 сильно вплинув на прискорення розвитку електронної торгівлі, вивівши її на новий, вищий рівень. Компанії, які не мали представництва в глобальній мережі зазнали значних втрат. На зростання українського та світового ринку електронної комерції суттєво вплинув не лише локдаун, а й широке впровадження нових технологій безпеки онлайн-платежів. Це підвищило довіру українців до цифрових транзакцій і сприяло широкому впровадженню безконтактних методів оплати.

Війна в Україні значно змінила всі сфери життя. Українці стали утримуватися від купівлі товарів не першої необхідності, попит змінився на придбання продуктів харчування, медикаментів та одягу щоб підтримати Збройні сили України та постраждалих цивільних. Попит на предмети розкоші та товари тривалого користування, такі як побутова техніка, одяг, аксесуари та товари для дому різко впав. Багато компаній були вимушені швидко адаптуватися до нових умов, розширюючи свої можливості з онлайн-продажів і доставки, що дозволило ринку продовжити зростання попри складнощі.

Однією з найслабших сторін електронної торгівлі в Україні є безпека, у зв'язку з тим, що нормативно-правове забезпечення розвитку електронної торгівлі в державі все ще розвивається, безпека стає значної проблемою як для продавця, особливо щодо процесу сплати товару, так і для споживача, є досить велика кількість фейкових сайтів та випадки шахрайства. [2] Шахраї створюють фальшиві інтернет-магазини, щоб отримати гроші від клієнтів, не відправляючи товар. Зазвичай ці магазини мають дуже низькі ціни, відсутність контактної інформації та обмежену інформацію про товари. Також шахраї можуть випитувати особисту інформацію клієнта, такі як дані кредитних карток, фотографію паспорта, а потім використовувати її для крадіжки коштів чи оформлення кредитів.

Незважаючи на виклики спричинені пандемією та війною, сектор електронної комерції має великий потенціал і продовжує розвиватися та стрімко зростати. Впровадження новітніх технологій, безконтактних методів оплати та зручних служб доставки створюють сприятливі умови для подальшого зростання ринку. Адаптація компаній до змін у поведінці споживачів, зокрема орієнтація на товари першої необхідності, стане вирішальною для відновлення бізнесу та економіки в післявоєнний період.

Список використаних джерел:

1. Гліненко Л.К., Дайновський Ю. А. Стан і перспективи розвитку електронної торгівлі України. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2018. № 1. С. 4.
 URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2106/2036>
2. Маловичко С. В. Аналіз сучасних тенденцій та динаміки розвитку електронної торгівлі на підприємствах України. Проблеми економіки. 2015. № 2. С. 6
 URL: https://www.problecon.com/export_pdf/problems-of-economy-2015-2_0-pages-71_77.pdf
3. Патраманська Л. Ю. Електронна комерція: переваги та недоліки. Ефективна економіка. 2015. № 11. С. 1-2. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11_2015/32.pdf