

УДК 339.004(075.8)

**ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНОГО СТАНУ РИНКУ ЕЛЕКТРОННОЇ  
КОМЕРЦІЇ В УКРАЇНІ****Кудирко Н. В., Федоряк Р. М.**

Київський національний університет технологій і дизайну

*У статті розглянуто сучасний стан електронної комерції як перспективу розвитку бізнесу будь-якої організації, незважаючи на її розмір і форму власності, перспективність ідеї залучення компаній і пересічних користувачів мережі Інтернет до електронної торгівлі.*

**Ключові слова:** електронна комерція, електронний бізнес, інформаційні технології, мережа Інтернет

Протягом останнього десятиріччя спостерігається тенденція розвитку інформаційних технологій та нових методів ведення бізнесу в Україні, це призвело до зародження і становлення нової сфери підприємництва – електронної комерції. Незважаючи на свою відкритість, глобальність та демократичність, електронний бізнес є агресивним середовищем підприємництва, успіх в якому цілком залежить від чітко продуманої стратегії діяльності. Фундаментальними постулатами електронного бізнесу вважаються: отримання прибутку, генерування грошових потоків, створення конкурентних переваг. Основною детермінантою, що відрізняє електронний бізнес від будь-якого іншого підприємництва є швидке його функціонування, тобто мобільні швидкі переваги. Будь-яка організація в сфері електронної комерції повинна розпочинатися з розробки структури бізнесу, його логістики, цільової аудиторії, нормативно-правової бази, і лише після цього повинні вирішуватися питання технічного характеру.

Основними проблемами у сфері електронної комерції є порівняно невелика кількість вітчизняних користувачів Інтернетом, а також недосконалість та часто відсутність належної законодавчо-нормативної бази, яка регулює діяльність бізнес-структур в Інтернеті, нестача знань і кваліфікації користувачів, а також слабке поширення систем безготівкового розрахунку (пластикові, в основному міжнародні картки) для приватних осіб. Рівень довіри потенційних покупців до вітчизняних інтернет-ресурсів є порівняно низьким, що є наслідком завищення цін у електронних магазинах, невисокого рівня життя населення, непрозорих техніко-економічних норм та відсутності механізмів регулювання електронної економічної діяльності.

***Постановка завдання***

Аспекти формування і розвитку ринку електронної комерції глибоко вивчаються дослідниками, як українськими так і закордонними, залучаються бізнесмени, незалежно від виду та розмірів їхнього власного бізнесу. Це зумовлено необхідністю вивчення досвіду, оцінювання перспектив електронної комерції та можливості її використання у виробничій та збутовій практиці організацій різних країн, в тому числі України, де вкрай актуальним є пошук шляхів підвищення ефективності бізнесу та економіки в цілому, поглиблення інтеграції у світове господарство.

***Об'єкт та методи дослідження***

Сфера електронної комерції в Україні сьогодні знаходиться на початковому етапі розвитку, дослідженню сутності і проблем якої присвячено праці відомих авторів, зокрема, Т. Затонацької, В. Плескача, О. Чубукової, І. Успенського. У дослідженнях економістів Н. Меджибовської, О. Чубукової проведено порівняльний аналіз і визначено переваги електронної комерції, інших високотехнологічних засобів ведення бізнесу [1; 2]. І. Успенський при здійсненні аналізу сучасних телекомунікаційних систем, що тісно пов'язані із розвитком інформаційних технологій, довів, що лише з моменту появи та стрімкого поширення Інтернету як інформаційної взаємодії між його користувачами, сфера електронних покупок зросла за досить короткий проміжок часу [3]. У праці В. Плескач та Т. Затонацької проаналізовано технології ведення електронного бізнесу, а також їх вплив на розвиток ринку послуг електронної комерції, ефективність та якість їх надання, розширення клієнтської бази [4].

Питання сутності електронної комерції, тенденції її розвитку досліджуються і висвітлюються в матеріалах багатьох міжнародних організацій, зокрема: Світової організації торгівлі (СОТ), Конференції ООН з торгівлі і розвитку (ЮНКТАД), Організації економічного співробітництва і розвитку (ОЕСР) та ін.

***Результати дослідження та їх обговорення***

Сьогодні торгівля через Інтернет стала одним із ключових сегментів національних економік більшості промислово-розвинених країн світу і багатьох країн, що розвиваються, та країн з перехідною економікою. Підприємці та звичайні споживачі в усьому світі продовжують стрімко відкривати для себе можливості Інтернету, а, відкривши, прагнуть максимально їх використовувати. Особливо у розвинених країнах зростає кількість операцій, що здійснюються за допомогою електронних мереж, великі, середні та малі підприємства починають застосовувати новітні технології для

підвищення ефективності своїх систем управління та виробництва. Серед роздрібних та оптових продавців також зберігається стійкий інтерес до електронної комерції, що виражається вже не лише в дослідженнях відповідних сегментів ринку, але і у конкретних діях щодо забезпечення ефективності роботи з невпинно зростаючим потоком споживачів. Таким чином, суспільство переходить на якісно новий етап розвитку, де визначальну роль відіграє інформація та сучасні інформаційно-комунікаційні технології.

Електронний ринок є сукупністю його учасників, продуктів та процесів їх взаємодії, що характеризуються певними закономірностями в умовах розвинутої структури інформаційних комунікаційних технологій та систем.

Поява та становлення електронної комерції в Україні припадає на період розвитку ринкової економіки та елементів її інфраструктури. Цей етап також співпадає із кардинальними змінами у світовій економіці, які визначаються процесами глобалізації фінансових ринків і міжнародною інтеграцією фінансових інститутів, що призводять до різкого зростання транскордонних переміщень товарів, послуг, капіталів, технологій, інформації, а, відповідно, і до швидкого зростання процесів електронної комерції [5].

Протягом двох останніх років ринок українського електронної комерції активно розвивається, все більше людей стають постійними користувачами мережі Інтернет. Відповідно до досліджень компанії Геміус розмір аудиторії Уанету в грудні 2012 року склав близько 15,4 мільйона користувачів віком від 14 років і старше [6]. Паралельно з динамічним зростанням Інтернет аудиторії України, активно зростає кількість інтернет-ресурсів різних тематик і конфігурацій. Незважаючи на величезну конкуренцію, в першу двадцятку не ввійшов жоден спеціалізований новинний проект. Це говорить про те, що українські користувачі найчастіше відвідують мережу з метою отримання інформації та задля розваг. П'ятірка сайтів-лідерів вже декілька місяців залишається незмінною: google.com, vk.com, mail.ru, yandex.ua і youtube.com. Перше місце у другій п'ятірці дісталось знаменитій енциклопедії wikipedia.org, так само в десятці лідерів знаходиться інтернет-магазин електроніки Розетка (rozetka.com.ua). На рис. 1, зображено список основних гравців на ринку українського Інтернету.

У даному рейтингу сайтів України всього 8 вітчизняних проектів, та перші 9 місць займають сайти іноземного походження (Росія та США). Також цікаво відзначити співвідношення часток пошукових систем, які раніше були дещо іншими –

сьогодні охоплення Google становить 71,6% , Vkontakte – 62,2% і 59,7% Mail.ru. На рис.1, зображено список основних гравців на ринку українського Інтернету.

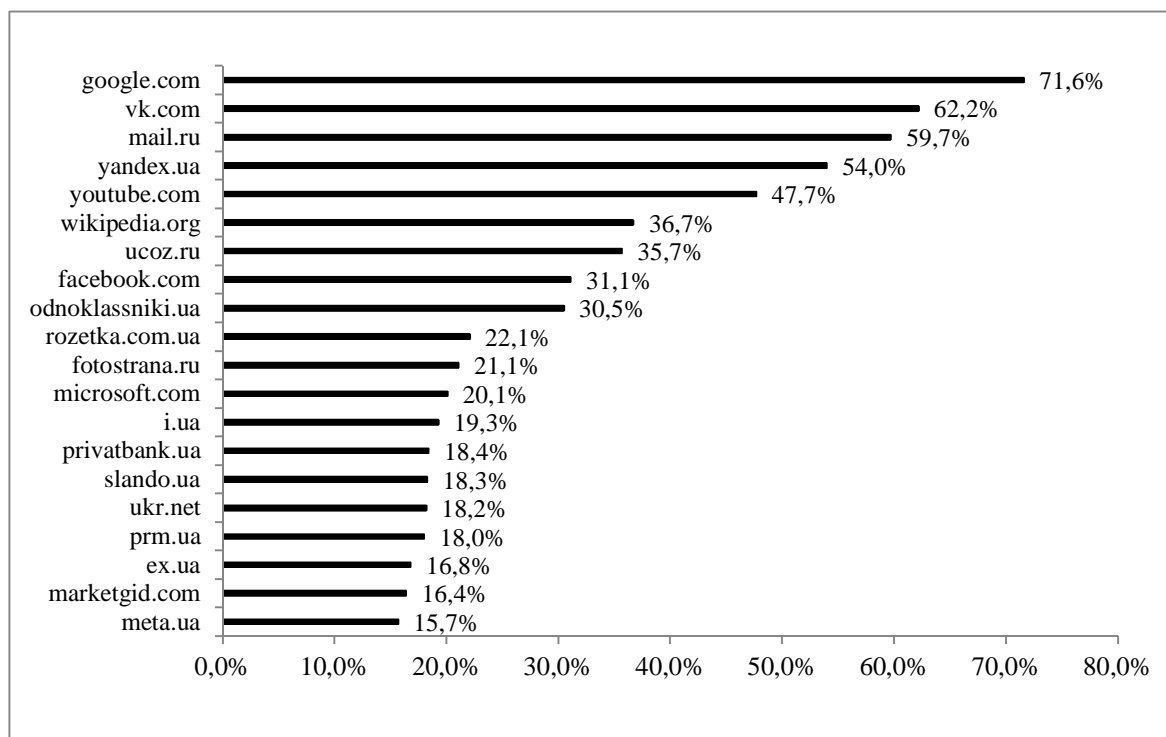


Рис. 1. Топ-10 сайтів по охопленню Інтернет (вся аудиторія)

Обсяг ринку електронної комерції України в 2012 році становив 1,59 млрд. доларів, а середні річні витрати одного інтернет-покупця становлять 714 доларів. Таким чином близько 2,1 млн. українців є інтернет-користувачами. Про це свідчать дані дослідження ринку електронної комерції в Україні за 2012 рік, які представили фінансові компанії Morgan Stanley Research, Fintime за підтримки Forbes.ua, Gemius Україна, InMind, ІнАУ. Результати дослідження виклала на своєму сайті Інтернет асоціація України (ІнАУ) [7].

Зростання ринку електронної комерції в Україні в 2012 році становило від 30% до 50%, така неточність викликана, по-перше, великою часткою готівкових розрахунків, по-друге, наявністю великої кількості маленьких інтернет-магазинів, врахувати діяльність яких складно.

Однак, не дивлячись на таке зростання електронної комерції, доля роздрібної торгівлі через Інтернет в загальних обсягах роздрібних продажів поки що незначна, оскільки становить 1,5%, проте потенціал зростання надзвичайно великий, так світовим

лідером за часткою електронної комерції в сукупному обсязі роздрібної торгівлі є Великобританія – 13%.

В Україні поки 85% покупок при отриманні оплачуються готівкою, така ситуація не є непереборним бар'єром розвитку електронної комерції, хоча це і відбивається на підвищених логістичних витратах продавців. Розвиток способів оплати інтернет-покупок може відбуватися за різними сценаріями. У зв'язку з цим гравці українського ринку відзначають високу недовіру аудиторії до інтернет-магазинів, що проявляється як у низькій конверсії, так і у високій популярності найбільш надійного, з точки зору аудиторії, способу оплати товару готівкою. Хоча використання пластикових карт для оплати покупок в мережі Інтернет і продемонструвало більш ніж двократне зростання в порівнянні з 2011 роком, їх доля не перевищує 4 %, поступаючись терміналам, які особливо популярні при оплаті послуг.

Інтернет-покупці України вже витрачають в мережі Інтернет досить великі суми, навіть у порівнянні з розвиненими країнами. Проблема лише в тому, що частка активних покупців поки що порівняно невелика, інтернет-покупки не стали масовим явищем: в Україні – 14 %, в розвинених країнах 70–90 % інтернет-аудиторії здійснюють покупки в мережі.

Основним бар'єром, який заважає інтернет-аудиторії більш активно купувати товари та послуги онлайн є недосвідченість у користуванні Інтернетом і, як наслідок, недовіра. Найбільш активними покупцями є люди, «стаж» спілкування з мережею становить не менше 3-5 років. Щоб інтернет-шопінг став масовим явищем необхідний час, протягом якого аудиторія звикне до можливостей Інтернету.

Перехідним етапом до здійснення покупок в Інтернеті є активне його використання для пошуку та аналізу інформації про майбутню офлайн або онлайн-покупку. Звичка вибирати й оцінювати товар онлайн вже з'явилася: жителі України набагато інтенсивніше вивчають товар перед покупкою, використовуючи пошуковики, ніж європейці або американці.

### ***Висновки***

Електронна комерція розглядається нині не тільки і не стільки як сектор інформаційної галузі економіки, скільки перспектива розвитку бізнесу будь-якої компанії, незважаючи на її розмір і форму власності, як один з перших зародків майбутнього соціально-економічного улаштування інформаційного суспільства. Аналіз сучасного стану електронної комерції показав, що значна частини українських

потенційних покупців ще не цілком готова до переходу ведення бізнесу через Інтернет. В Україні все ще недостатньо розроблена науково-практична база розвитку електронної комерції. А правові та законодавчі засади все ще перебувають на стадії розробки та ратифікації. Проте динаміка розвитку українського ринку електронної комерції демонструє позитивні результати, чому сприяють відносна дешевизна використання Інтернету, незалежність діяльності від державних кордонів і податків; унікальна можливість для продавців забезпечити цілодобові продажі; наявність докладної інформації про товари і послуги для покупців; інтерактивність спілкування з покупцем; можливість здійснення швидких розрахунків тощо.

## ЛІТЕРАТУРА:

1. Меджибовська Н. Перспективи розвитку електронного бізнесу в Україні / Н. Меджибовська // Економіка України. – 2003. – № 6. – С. 36-41.
2. Чубукова О. Формировании национального рынка информационных продуктов и услуг / О. Чубукова // Экономика Украины. – 1999. – № 9. – С. 86-88.
3. Успенский И. Энциклопедия Интернет / И. Успенский.– СПб. : Питер, 2001. – 432 с.
4. Плєскач В. Л. Електронна комерція : підручник / В. Л. Плєскач, Т. Г. Затонацька. – К. : Знання, 2007. – 535 с.
5. Яценко В. В. Формування збутової політики підприємств за умов використання методів електронної комерції / В. В. Яценко // Коммунальное хозяйство городов. – 2008. Вип. 85. – С. 349 - 350.
6. Інтернет-дослідження: компанія Gemius Ukraine. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://gemius.com.ua>
7. Інтернет Асоціація України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.inau.org.ua/ru.phtm>

**Кудырко Н. В., Федоряк Р. М.**

***Особенности современного состояния рынка электронной коммерции в Украине***

*В статье рассмотрено современное состояние электронной коммерции как перспектива развития бизнеса любой организации, несмотря на ее размер и форму собственности, перспективность идеи привлечения компаний и рядовых пользователей сети Интернет к электронной торговле.*

**Ключевые слова:** *электронная коммерция, электронный бизнес, информационные технологии, сеть Интернет*

**Kudyrko N. V., Fedoryak R. M.**

***Features of the current state of e-commerce market in Ukraine***

*The article discusses the current state of e-commerce as business prospects of any organization, despite its size and shape of the property, promising ideas to attract companies and ordinary Internet users to e-commerce.*

**Keywords:** *e-commerce, e-business, information technology, Internet*