

Жмуркевич Андрій Євгенович

кандидат економічних наук, доцент

Львівський національний університет імені Івана Франка

Жмуркевич Андрей Евгеньевич

кандидат экономических наук, доцент

Львовский национальный университет имени Ивана Франко

Zhmurkevych Andriy

PhD in Economics, Associate Professor

Ivan Franko National University of Lviv

Гуменюк Павло Олегович

студент магістратури

Львівського національного університету імені Івана Франка

Гуменюк Павел Олегович

студент магистратуры

Львовского национального университета имени Ивана Франко

Humeniuk Pavlo

Student of the

Ivan Franko National University of Lviv

ІНТЕРНЕТ-ТОРГІВЛЯ: СУТНІСТЬ, ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ

ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛЯ: СУЩНОСТЬ, ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

INTERNET TRADE: THE ESSENCE, THE PROBLEMS AND THE WAYS OF THEIR SOLUTION AT THE PRESENT STAGE

Анотація. У статті розглядаються особливості Інтернет – торгівлі як специфічного виду діяльності. Зазначено платформи, на яких здійснюється Інтернет-торгівля. Розглянуто товари, які користуються попитом в Інтернеті, способи оплати за них та країни, які найактивніше беруть участь в Інтернет-торгівлі. Відмічено основні переваги та проблеми розвитку Інтернет-торгівлі, також визначено шляхи їх вирішення.

Ключові слова: Інтернет-торгівля, сайт, Інтернет-магазин, користувач, продукт, продавець.

Аннотация. В статье рассматриваются особенности Интернет – торговли как специфического вида деятельности. Указано платформы, на которых осуществляется Интернет-торговля. Рассмотрены товары, которые пользуются спросом в Интернете, способы оплаты за них и страны, которые активно участвуют в Интернет – торговле. Отмечено основные преимущества и проблемы развития Интернет-торговли, также определены пути их решения.

Ключевые слова: Интернет-торговля, сайт, Интернет-магазин, пользователь, продукт, продавец.

Summary. The article deals with the features of Internet trading as a specific type of activity. The platforms are mentioned on which the Internet trading is carried out. The products in demand on the Internet are considered, the ways of paying and countries most actively involved in Internet trading are presented. The main advantages and development problems of Internet trading are defined, and the ways of their solutions are determined.

Key words: Internet trade, website, online store, user, product, seller.

Постановка проблеми. Сьогодні Україна знаходиться на новому етапі розвитку ринкових відносин та інформаційних технологій. Цей етап характеризується стрімким розвитком віртуального життя та Інтернет-торгівлі. Проте, комерційна діяльність в Інтернеті є сьогодні не достатньо досконалою та характеризується відсутністю покоління управляючого і обслуговуючого персоналу, здатного ефективно працювати на ринку електронних послуг. Недосконалість даного напрямку зумовлена і відсутністю чіткого нормативного акту, який би регулював відносини у даній сфері.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання про особливості Інтернет-торгівлі, її проблеми та перспективи залишається відкритим, проте частково їх висвітлювали у своїх працях такі науковці: В. Звасс, А. Саммер, Г. Дункан, Д. Козьє, В. Тріз, Л. Стюарт, В. Апопій, І. Бланк, Н. Голошубова, Ю. Дайновський та ін. Однак структурні особливості Інтернет-торгівлі, її розвиток на сучасному етапі, глибинні процеси формування конкурентного середовища у торговельній сфері та механізм інтенсифікації Інтернет-торгівлі залишаються не достатньо розробленими.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою дослідження є аналіз сучасного стану Інтернет-торгівлі, проблеми в цій галузі та перспективи розвитку на сучасному етапі.

Виклад основного матеріалу. З кінця минулого сторіччя у світовій економіці завдяки швидкому розвитку інформаційних технологій відбулися значні зміни. Так з дня у день збільшується кількість користувачів мережі Інтернет, у свою чергу збільшується і кількість операцій, пов'язаних з торгівлею в Інтернеті. Сьогодні люди купують в Інтернеті велику кількість товарів та продуктів: від маленьких деталей та приправ до великої побутової техніки, автомобілів та будинків. Купити та продати в Інтернеті можна абсолютно все — як нові речі, так і такі, що були у використанні. Крім того, існує велика диференціація цін в мережі Інтернет на один і той самий товар.

Згідно досліджень вчених С. М. Ілляшенко та Т. Є. Іванової торгівля в мережі Інтернет сьогодні

здійснюється за допомогою таких чотирьох платформ (рис. 1) [1, с. 71]:

Поширеною платформою, на якій здійснюється великий обсяг продаж є Інтернет-магазин. Створення власного Інтернет-магазину дає змогу повноцінно представити себе в Інтернеті, максимально розповісти про свою компанію і товари споживачу, розвивати товарну марку, виділитися серед конкурентів, відстежити дії відвідувачів. Проте розроблення сайту Інтернет-магазину — це лише початок, так як отримувати дохід на даній платформі можливо буде лише тоді, коли магазин буде «розкручений». Інтернет-магазин потрібно просувати в пошукових системах, удосконалювати сайт, його структуру та контент. Це потрібно для того, щоб як можна більше потенційних клієнтів цікавилися продукцією сайту і відповідно деякі з них здійснювали покупки на ньому.

Поширеною платформою для Інтернет-торгівлі сьогодні є електронні дошки оголошень. На таких сайтах кожен бажаючий може розмістити своє оголошення про продаж, незалежно чи це фізична особа, чи юридична. Зазвичай на дошках оголошень всі оголошення не розміщені хаотично, а згруповані у певні категорії для зручності пошуку. На таких сайтах можуть бути оголошення як про продаж нових товарів, так і вживаних, також можуть розміщуватися і оголошення про надання певних послуг.

Сьогодні все популярнішою стає торгівля в соціальних мережах. Так, даний вид комерції використовують як підприємці-початківці, так і великі торгові фірми для розширення каналів збуту. Недоліком даної платформи є те, що в соціальних мережах дуже важко продати стандартизований товар, тоді як високим попитом користується унікальна продукція.

Торгові центри — це платформи для продажів товарів і послуг в Інтернеті, що об'єднують тисячі компаній з різних галузей бізнесу. Так, сьогодні великою популярністю користується платформа «Prom.ua». Проте, недоліком даного виду Інтернет-торгівлі є те, що зазвичай на таких торгових платформах продажі здійснюють компанії, а не приватні особи і дані продажі є платними [1, с. 72–81].



Рис. 1. Платформи, на яких здійснюється Інтернет-торгівля

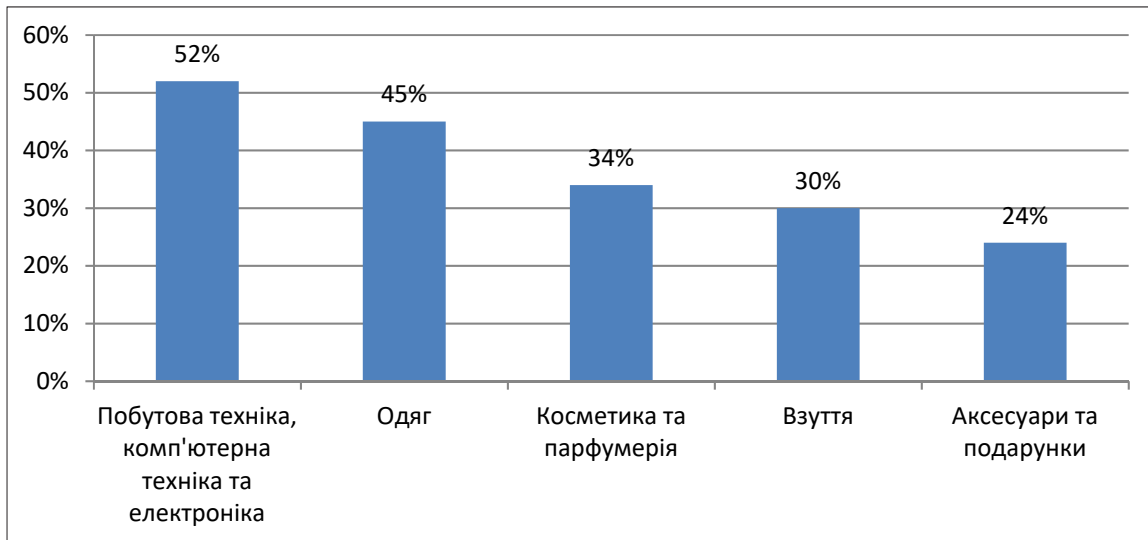


Рис. 2. Товари, які найчастіше замовляють в Інтернеті
Джерело: сформовано автором на основі даних [2]

Досліджуючи товари, які найчастіше покупці замовляють в Інтернеті, варто відмітити, що перші місця справедливо займає одяг і взуття та техніка. Крім того, неухильно зростає і кількість покупців дитячого одягу та товарів для малюків (рис. 2).

Що ж стосується розрахунків, то більшості користувачів готові здійснювати оплату за допомогою банківської карти, тобто платити за товар через Інтернет. Проте, у 2018 році набирає обертів оплата через мобільні банки. Так, понад 30% платежів у 2018 році здійснені через мобільні додатки, популярністю серед яких користується Apple Pay. Також, в Україні та країнах СНД переважають оплати товарів при отриманні, порівняно з передоплатою, так як українці не достатньо довірливі [3].

Досліджуючи країни, які беруть найактивнішу участь в Інтернет-торгівлі, варто відмітити, що звичайно ж незмінним лідером у 2018-му році на ринку електронної комерції залишається Китай. Загальний

обсяг продаж на цю країну припадає більше, ніж 47%. Наздоганяють своїх східних колег власники Інтернет-магазинів з Північної Америки. Крім того, значного успіху в Інтернет-торгівлі досягли й такі країни, як: Великобританія, Німеччина, Франція, Росія, Канада, Японія, Корея, Бразилія [3].

Діяльність Інтернет-магазинів має багато переваг. До таких варто віднести (рис. 3):

Часто, розглянувши різні пропозиції в Інтернеті, ми помічаємо, що товар, який нас цікавить там дешевший, ніж на торгових точках. Це спричинено тим, що в Інтернет-просторі продавець не повинен здійснювати плату за оренду, охорону, заробітну плату та інші платежі, які здійснюють продавці у магазинах. Це суттєва перевага Інтернет-торгівлі. Не менш важливою перевагою є те, що клієнт може здійснити необхідну покупку не виходячи з дому і в будь-який час дня і ночі, адже Інтернет-магазини відкриті для клієнтів цілодобово. Також пере-



Рис. 3. Переваги Інтернет-торгівлі

Таблиця 1

Недоліки та проблеми Інтернет-торгівлі

Недоліки інтернет-торгівлі	
Для продавців	Для споживачів
упускається ефект, що досягає за рахунок чарівності продавців й уміння продати навіть не занадто бажаний для покупця товар	через засоби ідентифікації особи користувача можна здійснювати контроль за нею, перевіряти її діяльність
посилення конкурентної боротьби, її перехід на глобальний рівень	сегмент населення, що не має доступу до мережі залишається неохопленим, до того ж не всі види товарів є представленими в мережі
проблеми ціноутворення, так як внаслідок відкритості інформації виробники не можуть завищувати ціни	відсутність консультантів по товару, так як немає торгових точок .
складність організації діяльності та розробки онлайн-вітрини (висока вартість, необхідність координації роботи відділу продажів)	система доставки у деяких інтернет-магазинів не вселяє довіри
внаслідок відкритості інформації зростає ймовірність порушення прав інтелектуальної власності, плагіату	складний порядок повернення товарів у випадку бажання клієнта повернути покупку
недостатня обізнаність працівників із сучасними інформаційними технологіями та системами	хаос, заплутаність і громіздкість Internet
необхідність залучення спеціалістів, що будуть здійснювати адміністрування сайту	відсутність гарантії, що клієнт отримає свій товар
Для ділових контрагентів	Для держави та суспільства
за умов існування інтернет-торгівлі посередництво втрачає свої позиції, а тому взагалі може зникнути	нерівномірність розвитку електронної комерції у різних регіонах, галузях та в різних ланках виробництва
необхідність підвищеної довіри між партнерами, фінансових та інших гарантій	для країн з невисоким економічним розвитком електронний бізнес не є пріоритетним напрямом розвитку
складність координації економічних відносин, що складаються на віртуальному ринку із матеріальними аспектами цих відносин	монополізація ринків, оскільки сектор малого підприємства не завжди може вистояти перед викликами конкурентного середовища

Джерело: сформовано автором на основі даних [4; 5]

вагою є й те, що в Інтернеті можна дізнатись всю необхідну інформацію та відгуки інших клієнтів про товар, який зацікавив, а ще не потрібно стояти в черзі і можливо замовити доставку у будь яку точку, навіть з доставкою додому [4].

Інтернет-торгівля, крім переваг, має ряд недоліків та проблем (табл. 1).

Так, з таблиці видно, що попри значний розвиток Інтернет-торгівлі, все ж залишаються невирішені проблеми у цій галузі. На мою думку, пріоритетним на сьогодні є підвищення ступеня довіри користувачів до продавців у мережі Інтернет. Це можливо здійснити за рахунок розміщення на сайтах як можна повної інформації та достовірної про підприємство, її відкритість та доступність. Крім того, важливо щоб кожен канал збуту продукції в Інтернеті надавав всі можливі способи доставки, щоб кожен клієнт міг отримати товар у найзручніший для нього спосіб.

Для більшого розвитку Інтернет-торгівлі, продавцям варто інтенсивніше та повніше наповнювати сайт, робити його цікавішим для відвідувачів, а також по максимуму розміщувати інформацію про підприємство. Звичайно, важливо, щоб кожен сайт мав як найбільше відгуків клієнтів, це значно підвищує його рейтинг.

Сьогодні все більше клієнтів здійснюють покупки за допомогою телефону, тому власникам Інтернет-магазинів важливо, щоб їхні сайти були зручними для перегляду на телефоні.

Висновки. Отже, сьогодні Інтернет-торгівля в Україні набирає все більших обертів. Проте, є ряд проблем та факторів, які стримують все ж розвиток даної галузі. Вивчення цих факторів та проблем, їх нейтралізація потрібні для того, щоб сформувати середовище, сприятливе для впровадження і розвитку Інтернет-торгівлі, як актуального і перспективного напрямку бізнесу в Україні.

Література

1. Ілляшенко С. М. Перспективи та основні проблеми розвитку Інтернет-торгівлі в Україні / С. М. Ілляшенко, Т. Є. Іванова // Mechanism of Economic Regulation. — № 3. — С. 72–81.
2. Ecommerce — рынок Украины: тенденции, которые будут определять развитие в 2018 году. Интернет-ресурс про роздрібну та Інтернет-торгівлю RETAILERS [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://retailers.ua/news/management/7094-e-commerce-ryinok-ukrainyi-tendentsii-kotoryie-budut-opredelyat-razvitie-v-2018-godu>
3. Интернет-торговля: интересная статистика 2018 года. Програмне рішення для електронної комерції NeoSeo [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://neoseo.com.ua/internet-torgovlya-statistika-2018-goda>
4. Интернет-торгівля речами: переваги та підводні камені. Интернет-ресурс SKEPTER — бізнес-ідеї [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://skepter.com.ua/business-network/758/>
5. Патраманська Л. Ю. Електронна комерція: переваги та недоліки [Електронний ресурс]. — Ефективна економіка № 11, 2017. — Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4505>

References

1. Illiashenko S. M. Perspektivy ta osnovni problemy rozvytku Internet-torhivli v Ukraini / S. M. Illiashenko, T. Ye. Ivanova // Mechanism of Economic Regulation. — № 3. — S. 72–81.
2. Ecommerce — ryinok Ukrainy: tendentsyy, kotoryie budut opredelyat razvytye v 2018 hodu. Internet — resurs pro rozdrubnu ta Internet — torhivliu RETAILERS [Elektronnyi resurs]. — Rezhym dostupu: <http://retailers.ua/news/management/7094-e-commerce-ryinok-ukrainyi-tendentsii-kotoryie-budut-opredelyat-razvitie-v-2018-godu>
3. Ynternet-torhovlia: ynteresnaia statystyka 2018 hoda. Prohramne rishennia dlia elektronnoi komertsii NeoSeo [Elektronnyi resurs]. — Rezhym dostupu: <https://neoseo.com.ua/internet-torgovlya-statistika-2018-goda>
4. Internet-torhivlia rechamy: perevahy ta pidvodni kameni. Internet-resurs SKEPTER — biznes-idei [Elektronnyi resurs]. — Rezhym dostupu: <http://skepter.com.ua/business-network/758/>
5. Patramanska L. Yu. Elektronna komertsii: perevahy ta nedoliky [Elektronnyi resurs]. — Efektyvna ekonomika № 11, 2017. — Rezhym dostupu: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4505>