

УДК 336:004.896(07)

Пиріг С. О., к.е.н., доцент

Луцький національний технічний університет

ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В УКРАЇНІ

У статті досліджується стан та розвиток ринку електронної комерції в Україні.

Пыриг С.

ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В УКРАИНЕ

В статье исследуется состояние и развитие рынка электронной коммерции в Украине.

Pyrih S.

MARKET RESEARCH OF ELEKTRONIC COMMERCE SN UKRAINA

An economy functions thanks to various communication networks between people, which allow to them to be exchanged by information, co-ordinated and co-ordinate the economic activity. But reduction of spatial barriers between people in itself does not give socio-economic results. They appear only then, when people begin to use general for all rules and norms of conduct, when between people there is the trust, respect and feeling of peredbachennosti mutual conduct. It is possible to consider after it, that between people there are firm socio-economic copulas.

In Ukraine the quantity of the computers connected to the network the Internet is monthly multiplied, that gives possibility to the users of the personal computers to carry out the financial operations not coming from a house or office. However growth of quantity of electronic operations is limited by considerable problems in the legislation of our country, by the features of mentality of citizens, insufficient preparedness of financial institutes and other problems of our economy.

Development of the informative systems and technologies, in particular global network the Internet, stipulated forming of a new type of economic activity – electronic business as the special form of business, where basic business-processes use possibilities of Internettechnologies, that allow to rationalize business processes, to promote their productivity and efficiency. It is the result of development of traditional business which resulted in appearance of electronic form of trade (electronic commerce). Electronic commerce – it is business activity from the purchase-sale of goods and services, that the Internet foresees co-operation of sides on the basis of informative global network. Speaking about Internetcommerce, it should be noted still row of advantages which she gives to the potential buyers and salespeople. Here it follows to name three factors – price, time and direct contact. Thus they need to be considered simultaneously. Only the presence of these factors will force a client to carry out acquisition of commodities for the help the Internet. Correctly the built system allows clients to choose and order commodities, not coming from a house or from an office.

Obvious advantages of electronic commerce are: price; economy; economy of time and money; possibility of rapid comparison of commodities and prices (to use possibility for salespeople method of comparative prices in pricing, and for buyers – acquisition of the best and cheaper commodity); exchange by information. Any sphere of business does not do without the risks and failing, yes, and it is possible to select in electronic commerce: imperfection of legislative base; insufficient development of the pay systems and postal service; safety of realization of electronic payments; problems of mutual relations with clients and others like that. However the dynamics of Ukrainian market development of electronic commerce demonstrates positive results. And principal reason of this growth – comfort for an user. Realizing all advantages of acquisition of commodities in the Internet, the Ukrainian user will all anymore use the given favour.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. Мережа Інтернет створювалась насамперед як засіб обміну інформацією, на цьому заснована вся її структура, тому будь-якому магазину слід відображати цю концепцію. І перш, ніж розраховувати на прихильність споживачів та підвищення обсягу продажів, надавати безкоштовно докладну, візуальну і вербальну інформацію. Не варто забувати, що в наше «століття інформації» будь-які торговельні операції є процесами обміну інформацією. Причому інформація повинна бути не тільки ретельно підбіраною і корисною, але ще й актуальною, що дасть змогу клієнту отримати максимальний обсяг інформації про товари і послуги, в першу чергу порівняльного характеру.

Економіка функціонує завдяки різноманітним мережам зв'язку між людьми (транспортним, соціальним, культурним і ін.), які дозволяють їм обмінюватися інформацією, координувати та

погоджувати свою економічну діяльність. Але зменшення просторових бар'єрів між людьми саме по собі не дає соціально-економічних результатів. Вони з'являються тільки тоді, коли люди починають використовувати загальні для всіх правила і норми поведінки, коли між людьми виникає довіра, повага і відчуття передбаченості взаємної поведінки. Після цього можна вважати, що між людьми є стійкі соціально-економічні зв'язки.

Такі зв'язки дозволяють істотно знижувати невиробничі витрати підприємців (витрати операцій), оскільки поширювана інформація сприймається з довірою і може без додаткових витрат на перевірку її достовірності використовуватися для прийняття рішень.

В Україні щомісячно збільшується кількість комп'ютерів, підключених до мережі Інтернет, що надає можливість користувачам персональних комп'ютерів здійснювати фінансові операції (розраховуватись за товари та надані послуги), невиходячи з будинку або офісу. Проте зростання кількості електронних операцій обмежується значними проблемами в законодавстві нашої країни, особливостями менталітету громадян, недостатньою підготовленістю фінансових інститутів та іншими проблемами нашої економіки.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. Дослідженню розвитку ринку електронної комерції присвячують багато науковців, як вітчизняних так і зарубіжних, а також бізнесмени, досвід яких вкрай необхідний для оцінювання перспектив електронної комерції у виробничій та збутовій практиці підприємств України. Варто виділити праці Н. Васильової, С. Лазарева, М. Макарової, Н. Меджибовської, В. Новак, В. Плескача, Л. Пономаренко та ін. Високий рівень актуальності розвитку ринку електронної комерції зумовлює необхідність подальшого дослідження.

Цілі статті. Зважаючи на вище сказане, метою даної статті є дослідження ринку електронної комерції в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Розвиток інформаційних систем та технологій, зокрема глобальної мережі Інтернет, зумовив формування нового виду економічної діяльності – електронного бізнесу як особливої форми бізнесу, де основні бізнес-процеси використовують можливості Інтернет-технологій, що дозволяють раціоналізувати ділові процеси, підвищити їх продуктивність і ефективність. Це результат розвитку традиційного бізнесу, який

привів до появи електронної форми торгівлі (електронної комерції). Електронна комерція – це ділова активність з купівлі-продажу товарів та послуг, що передбачає взаємодію сторін на основі інформаційної глобальної мережі Інтернет (без безпосереднього фізичного контакту). Кажучи про Інтернет-комерцію, слід зазначити ще ряд переваг, які вона дає потенційним покупцям і продавцям. Тут слід назвати три чинники – ціна, час і прямий контакт. Причому їх потрібно розглядати одночасно. Тільки наявність цих чинників змусить клієнта здійснювати придбання товарів за допомогою Інтернет. Правильно побудована система дозволяє клієнтам вибирати і замовляти товари, не виходячи з будинку або з офісу.

Темпи зростання Інтернет-торгівлі в країнах, що розвиваються, набагато вищі, ніж в розвинутих країнах. Така тенденція пов'язана з більш швидким розвитком економіки взагалі і роздрібною торгівлі зокрема. В Україні торгівля в Інтернет є сферою, що демонструє швидкі темпи зростання серед усіх галузей економіки, тим більше, що в нашій державі електронна комерція не так давно пережила етап зародження і перемістилася на етап зростання. Обсяги торгівлі в Інтернет щодо роздрібною торгівлі в цілому порівняно малі, але потенціал зростання надзвичайно великий. На кінець 2012 р. Інтернет-торгівля склала близько 1,5–1,6% від загального обсягу роздрібною торгівлі, що набагато менше від середньосвітового показника 6,5%, або показника США 10,1% (рис. 1).

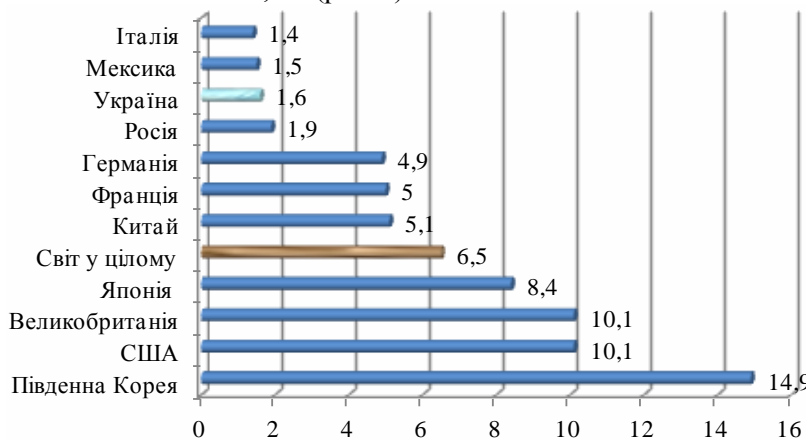


Рис. 1. Проникнення електронної-комерції в світі (% від роздрібною торгівлі) у 2012 р. [1]

Зростання ринку електронної комерції за оцінками експертів у 2013 р. склало від 45% до 55%. Точну цифру назвати ніхто не береться, оскільки в Україні Інтернет-торгівля дуже непрозора. Це пов'язано, по-перше, з великою часткою готівкових розрахунків, по-друге, з наявністю великої кількості маленьких Інтернет-магазинів, врахувати діяльність яких дуже складно. Відрізняється також думка учасників ринку і експертів щодо обсягів сфери. Однозначно оцінити ринок неможливо, але більшість експертів впевнена, що обсяг торгівлі в Інтернет перевищив 2 млрд. доларів за підсумками 2013 р.

За прогнозами Держкомстат, Morgan Stanley Research, Fintime у 2013 р. ринок електронної комерції в Україні зріс на 49%. Підвищення довіри клієнтів щодо придбання товарів в Інтернет і розвиток нових проєктів дасть змогу в 2016 р. досягнути 4,6% проникнення Інтернет-торгівлі в Україні, а в грошовому виразі складе 5,65 млрд. дол. США (табл. 1).

Таблиця 1

Динаміка розвитку електронної комерції в Україні [1; 2]

Показники	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Обсяг інтернет-торгівлі в Україні, млрд. дол.	0,6	0,55	0,73	1,1	1,59	2,37	3,24	4,44	5,65
Зростання, %	50	8	33	51	45	49	37	37	27
Проникнення інтернет-торгівлі в Україні, %	0,7	1	1,1	1,3	1,6	2,3	2,9	3,8	4,6
Обсяг роздрібно́ї торгівлі в Україні, млрд. грн.	449	443	530	675	801	902	967	1025	1087
Обсяг роздрібно́ї торгівлі в Україні, млрд. дол.	85,2	56,9	66,8	84,7	99,5	105,5	111,8	118,5	125,6
Зростання, %	35	33	17	27	17	6	6	6	6

В Україні працює 8 тис. Інтернет-магазинів, з яких приблизно 300 мають більш менш значний товарообіг. Інтернет-магазини можуть продавати практично будь-яку продукцію, але більшість з них не в змозі забезпечити достатній рівень інвестицій в рекламу, маркетинг, інфраструктуру і логістику. Найбільші гравці ринку – це магазини, що спеціалізуються на продажі побутової техніки і електроніки. Найбільший Інтернет-магазин в Україні пропонує, крім побутової техніки, меблі, годинники, товари для відпочинку і туризму, та товари для дітей.

На рис. 2. наведено дохід найбільших Інтернет-магазинів Allo.ua, Rozetka.ua, Fotos.ua, Mobilluck.com.ua, Fotomag.ua.

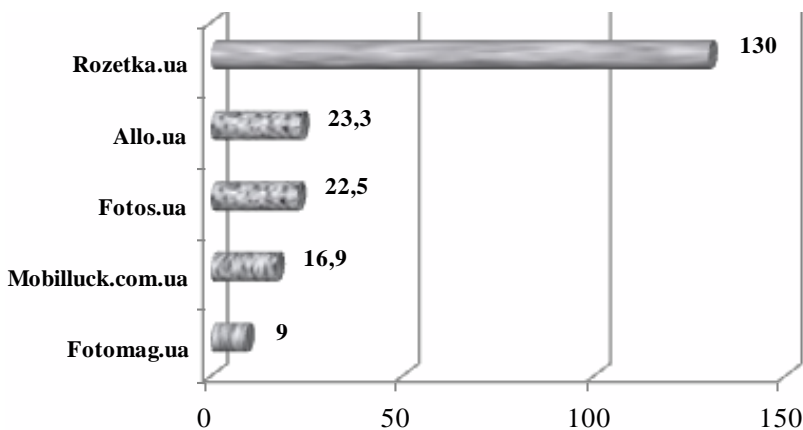


Рис. 2. Дохід найбільших Інтернет-магазинів, млн. дол. США

Побутова техніка і електроніка є основою Інтернет-торгівлі в Україні. На цей сегмент припадає близько половини всього доходу Інтернет-магазинів. До товарів, які найчастіше купують в Інтернет відносять побутову техніку, комп'ютерну техніку і електроніку, книги, CD/DVD диски, косметику, одяг та товари для дітей. На рис. 3 подано товарні групи, які продаються в он-лайн магазинах світу [1].

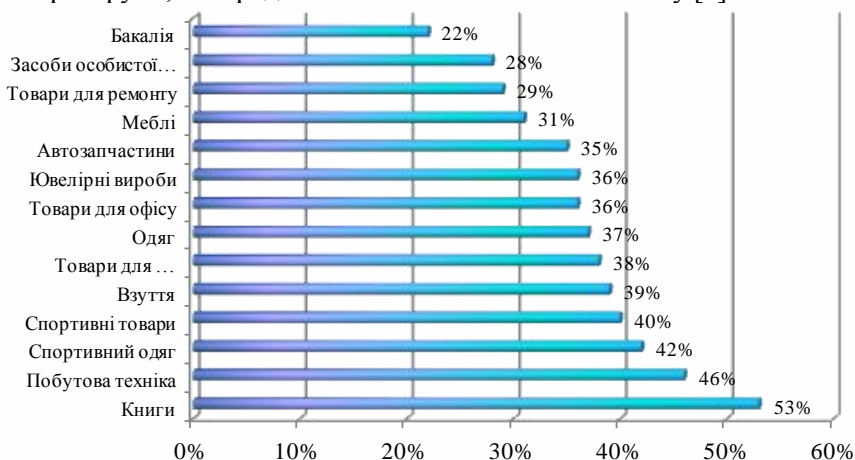


Рис. 3. Частка респондентів, які купують товари в Інтернет (загальносвітові дані)

Постійно зростаюча кількість користувачів та абонентів Інтернет дає підстави вважати, що, в майбутньому, економічні процеси ще більше перемістяться у цю всесвітню мережу. За даними Internet World Stats станом на 30 червня 2013 року користувачами глобальної мережі Інтернет в Україні були майже 40% населення [3; 4].

Висновки. Очевидними перевагами електронної комерції є: ціна (за рахунок скорочення логістичних витрат вона нижча); економія (немає фізично існуючих магазинів, що і робить ведення електронного бізнесу більш економічно ефективним); економія часу і грошей; можливість швидкого порівняння товарів та цін (можливість для продавців використовувати метод порівняльних цін в ціноутворенні, а для покупців – придбання кращого та дешевшого товару); обмін інформацією (наявність докладної інформації про товари і послуги для покупців, інтерактивне спілкування).

Будь-яка сфера бізнесу не обходиться без ризиків та недоліків, так, і в електронній комерції можна виділити: недосконалість законодавчої бази; недостатній розвиток платіжних систем та поштового сервісу; безпеку здійснення електронних платежів; проблеми взаємин з клієнтами тощо.

Проте динаміка розвитку українського ринку електронної комерції демонструє позитивні результати. І основна причина цього зростання – зручність для споживача. Усвідомивши всі переваги придбання товарів в Інтернет, український споживач буде все більше користуватися даною послугою.

1. Інтернет-дослідження: компанія Gemius Ukraine // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://gemius.com.ua>
2. Офіційний сайт Асоціації Учасників Електронного Бізнесу України // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://uelbu.org/>
3. Internet World Stats // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.internetworldstats.com/stats4.htm>
4. Інтернет Асоціація України // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.inau.org.ua/tu.phtml>
5. Меджибовська Н. Перспективи розвитку електронного бізнесу в Україні / Н. Меджибовська // Економіка України. – 2003. – №6. – С. 36–41.
6. Плєскач В. Л. Електронна комерція : підручн. / В. Л. Плєскач, Т. Г. Затонацька. – К. : Знання, 2007. – 535 с.