

УДК 336.012.23

## ЕЛЕКТРОННИЙ БІЗНЕС І ЙОГО РОЗВИТОК В УКРАЇНІ

Ситник І.П., Головіна А.В.

Національний університет харчових технологій

Проаналізовано розвиток найбільших інтернет-магазинів України за 2010-2015 рр. Оцінено динаміку електронного бізнесу в Україні. Також визначено категорії товарів, що виробляються найбільшими інтернет-магазинами України. Серед них виокремлені ті, що переважають на ринку електронного бізнесу. Визначено основні фактори впливу та перспективи подальшого розвитку інтернет-магазинів в Україні.

**Ключові слова:** інтернет-магазин, електронний бізнес, функціональні можливості сайту.

**Вступ.** Останніми роками кількість інтернет-користувачів в Україні неспинно збільшується, в свою чергу все більшого поширення набувають і методи ведення бізнесу в Інтернеті, зокрема електронний бізнес. За допомогою застосування Інтернету можливо швидко і з незначними витратами вивести і просунути продукцію на національний і міжнародний ринки. Інтернет-магазини в Україні перебувають на етапі бурхливого розвитку, так як торгівля через Інтернет дозволяє істотно знизити вартість продукції, оскільки відпадають потреби в утриманні торгових площ, не потрібно утримувати торгівельний персонал. Крім того, споживач на сайті магазину у реальному часі може переглянути номенклатуру продукції, швидко знайти потрібний товар, ознайомитися з його технічними характеристиками, обрати зручний спосіб доставки, провести платежі через Інтернет.

Постановка проблеми. Для України електронний бізнес набуває особливої актуальності, оскільки в існуючих складних економічних умовах він дозволяє швидко і з відносно невеликими витратами організувати збут продукції вітчизняних товаровиробників, забезпечуючи тим самим їх виживання та розвиток. Проте практика свідчить, що існуючий потенціал розвитку цього виду бізнесу використовується явно недостатньо мірою, зокрема внаслідок того, що вибір організаційних форм і технологічних засобів електронної комерції здійснюється нераціонально, без урахування специфіки товару та споживача, особливостей обраних цільових ринків.

**Аналіз останніх досліджень.** Дослідженням розвитку електронної економіки, питанням ви-

бору раціональних форм і технологій торгівлі в інтернеті з урахуванням сукупності зовнішніх і внутрішніх умов та електронної комерції у вітчизняній науковій економічній думці не приділено достатньо уваги. Проте відзначимо праці таких науковців, як Н.Т. Гринів, О.І. Собенко, Н.І. Чухрай, О.Б. Гірна, Т.В. Дубовик, які розглядали та досліджували дані питання. Крім того, дослідження у зазначеній сфері здійснюються спеціалізованими компаніями, які займаються аналітичними дослідженнями е-економіки.

**Метою статті** є дослідження ринку електронної комерції, аналіз діяльності найбільших інтернет-магазинів в Україні.

**Викладення основного матеріалу дослідження.** Створення власного інтернет-магазину дозволяє повноцінно представити себе в Інтернеті та реалізувати свій потенціал, максимально розповісти споживачеві про свою компанію і товари, розвивати товарну марку, виділитися серед конкурентів, відстежити дії відвідувачів.

Інтернет-магазин – це специфічна форма інтерактивного веб-сайту, основним завданням якої є рекламування товару, прийом замовлення на покупку товару, доставка та оплата. Іншими словами – це своєрідний каталог представленої продукції, на якому користувач може переглянути та замовити обраний товар чи послугу.

Історія створення інтернет-магазинів показує, що за наявності якісного веб-ресурсу та використання технологій і методів інтернет-маркетингу можна досягти збільшення продажів у кілька разів шляхом залучення відвідувачів на сайт (що в реальному світі зробити набагато важче).

Серед багатьох методів інтернет-маркетингу можна виокремити такі як розміщення посилань на інших сайтах; розміщення кольорових рекламних оголошень на широко відомих сайтах; публікація на інших сайтах матеріалів, що містять посилання на веб-сайт; періодичне посилання електронною поштою повідомлення про веб-сайт зацікавленим особам.

Найрозповсюдженішими способами залучення відвідувачів на сайт інтернет-магазину є наступні: на сайт можна потрапити скориставшись гіпертекстовим посиланням на нього, розміщеними на інших сайтах, у тому числі рекламних банерах; назву сайту можна знайти в інших джерелах інформації, наприклад, у газетах, журналах, по радіо, на телебаченні тощо; сторінки сайту можуть бути виявлені за допомогою пошукових машин.

На сьогодні Інтернет-магазини в Україні набувають популярності. Українці все частіше купують через Internet одяг, книги, побутову техніку, квитки, електроніку, побутову техніку, товари для дому, меблі, товари для автомобілів, товари для дітей, косметику та парфумерію.

В Україні близько 50% населення – інтернет-користувачі, це свідчить про існуючий потенціал інтернет-комерції. Обсяг ринку електронного бізнесу в Україні за останні 5 років наведено у табл. 1.

Таблиця 1

## Обсяг ринку електронної комерції в Україні

№	Назва показника	2010 рік	2011 рік	2012 рік	2013 рік	2014 рік
1	Обсяг ринку електронної комерції в Україні, млрд дол	0,73	1,1	1,59	2,37	3,24
2	Темп приросту		50%	45%	49%	37%

В 2014 році покупці витратили на придбання продукції в мережі Інтернет близько 3,24 млрд дол., що на 37% перевищує показник попереднього року. Це свідчить про довіру споживачів до інтернет-магазинів та про можливість збільшення кількості клієнтів інтернет-магазинів.

Аналіз ринку електронного бізнесу дає змогу виокремити найбільш популярні та розповсюджені категорії товарів інтернет-магазинів, простежити в яких обсягах вони купуються споживачами, також проаналізувати зміни за два досліджувані роки та дійти висновку щодо того, яким чином відбуваються зміни [7].

Розглянемо, які категорії товарів переважно виробляються та реалізуються на ринку електронної комерції станом на 2013-2014 рр. (табл. 2).

Відповідно до даних, поданих в табл. 2 можна зробити висновки про те, що на ринку електронної комерції найбільш розповсюдженими є електроніка та побутова техніка. На сьогодні в Україні ці категорії товарів є основою всієї електронного бізнесу. Більше 50% доходів інтернет-магазинів припадає саме на цей сегмент.

Купувати дані товари через ринок інтернет-торгівлі дуже зручно, адже ці товари є товарами попереднього попиту, які споживач у процесі вибору і купівлі порівнює між собою за показниками придатності, якості, ціни і зовнішнього оформлення. Тому придбання даних категорій товарів через Інтернет допомагає не тільки зеко-

номити кошти і час, а й обрати найкращий з усіх товарів, що пропонуються на ринку.

Таблиця 2

## Ринок електронної комерції в Україні, млн. дол.

№	Назва категорії товарів	Рік	
		2013	2014
1	Електроніка та побутова техніка	1000	750
2	Їжа, товари для дому, меблі	497	437
3	Квитки	262	197
4	Одяг та взуття	150	131
5	Товари для автомобілів	28	30
6	Товари для дітей	7	10
8	Заходи	18	10
9	Книги	10	9

Нині в Україні існує велика кількість інтернет-магазинів, чимала частка яких користується великим попитом та популярністю. До таких широко відомих інтернет-магазинів належать Rozetka, Allo, Fotomag, Fotos, ModnaKasta, Mobilluck та Фокстрот [1].

Розглянемо детальніше наведені інтернет-магазини для кращого розуміння впроваджуваної ними діяльності та перспективи їх розвитку.

Провідним на ринку електронної комерції є інтернет-магазин Rozetka.ua – один із найвідоміших в Україні інтернет-магазин електроніки та побутової техніки. Окрім наведених категорій товарів пропонує споживачам й інші, такі як товари для дому, ювелірні прикраси, алкогольні напої, зоотовари, дитячі товари, одяг взуття, аксесуари та ін. Відкрито даний Інтернет-магазин в 2004 році, і на сьогодні він має відділення в усіх обласних центрах України [3].

Також одним із найбільших інтернет-магазинів є Allo, який був заснований у 1998 році. У нього відкрито 135 традиційних магазинів мережі. У 2013р. «Алло» об'єдналася з мережею «Мобілочка», що призвело до розширення номенклатури й асортименту, збільшення кількості клієнтів та зростання доходів. Allo пропонує споживачам велику кількість товарів різноманітних категорій (електроніка, побутова техніка, спорт, туризм, годинники, товари для дому тощо).

Діяльність такого інтернет-магазину як Fotomag націлена на широку аудиторію користувачів, на сайті якого представлена різноманітна продукція від електроніки до ювелірних прикрас. Однак зараз компанія переживає кризу. У зв'язку зі зміною керівництва обсяги продажів впали майже в 10 разів. Зараз замовлення Fotomag обробляє конкуруюча компанія Fotos.ua.

Не можна не приділити уваги інтернет-магазину Fotos.ua. Він пропонує широкий спектр товарів, провадить акції, розпродажі. На сайті інтернет-магазину проводяться обговорення між експертами з техніки та людьми, що цікавляться сучасними девайсами [6].

Нетиповим на ринку електронної комерції є інтернет-магазин ModnaKasta, який є своєрідним шопінг-клубом, і не пропонує ніяких категорій товарів, окрім одягу та аксесуарів. Даний інтернет-магазин забезпечує комфортний шопінг, максимальні знижки, додаткові бонуси та подарунки. Асортимент складає більше, ніж 500 найвідоміших брендів.

Ще одним інтернет-магазином, що розвивається на сучасному етапі в нашій країні є Mobilluck. На ринку електроніки інтернет-магазини Mobilluck з'явилися в 2004 році. Тут працюють над розширенням товарного асортименту, щоб гарантувати максимально великий вибір. Сьогодні купити товар в інтернет-магазині «Мобіллак» можна в будь-якому куточку України.

У свою чергу, Інтернет-магазин Фокстрот пропонує клієнтам виключно електроніку та побутову техніку. Працює на ринку досить давно – з 1994 року. Станом на 2015 рік нараховує 176 відділень. Споживачі можуть скористатися послугами сервісних центрів «Фокстрот», які надають гарантійні та додаткові послуги.

Перелічені інтернет-магазини пропонують споживачеві великий спектр товарів на будь-який смак. Ключовими товарами великих інтернет-магазинів є електроніка та побутова техніка, але з кожним роком з'являються нові категорії товарів (одяг, товари для дітей, товари для відпочинку та туризму, косметика, годинники тощо). Єдиним магазином, який входить до числа найбільших в Україні і який відрізняється від усіх перелічених є інтернет-магазин ModnaKasta, який займається виключно продажем одягу та аксесуарів [4].

У всіх наведених інтернет-магазинів є демонстраційний салон-магазин, де можна оглянути і спробувати в дії обраний товар, або ж просто забрати своє замовлення. У телефонному режимі або безпосередньо в магазині професійні продавці та консультанти готові надати

клієнту кваліфіковану технічну консультацію і відповіді на будь-які питання стосовно обраного товару.

Діяльність інтернет-магазинів, власне як і звичайних, спрямована на отримання доходу. Цей показник дає змогу зрозуміти, якими саме темпами відбувається розвиток електронної комерції. Розглянемо дохід найбільших інтернет-магазинів, що дасть нам можливість розглянути їхню діяльність з економічної точки зору, оцінити її ефективність та результативність [2]. Дані подано в табл. 3.

Таблиця 3

**Дохід найбільших інтернет-магазинів за 2011-2014 рр, млн дол.**

№	Назва Інтернет-магазину	Рік				Абсолютне відхилення 2014/2011 рр.
		2011	2012	2013	2014	
1	Rozetka	130	270	294,5	350	+220
2	Mobilluck	16,9	75	75	80	+63,1
3	Fotos	22,5	50	55	49,5	+27
4	Allo	22,3	85	84,75	100	+77,7
5	Fotomag	9	45	47,3	57	+48
6	Фокстрот	48	55	61,95	70	+22
7	modnaKasta	18	23	19,5	39	+21

Згідно з даними табл. 3 можна зробити висновки, що інтернет-торгівля в сучасній Україні розвивається швидкими темпами, адже доходи найкрупніших інтернет-магазинів в 2014 році значно зросли порівняно з доходами в 2011 р. Це

Таблиця 4

**Фактори впливу на розвиток Інтернет-торгівлі**

Фактори впливу на розвиток Інтернет-торгівлі	Функціональні можливості сайту, що впливають на дію факторів
	<b>Нейтралізуючі</b>
Непевненість у якості та функціональності	- наявність на сайті підприємства форуму для покупців; - можливість залишити коментарі про продукцію; - можливість бальної оцінки продукції; - детальний опис продукції, матеріалів, з яких вона виготовлена; - фото та відео використання продукції
Ризик шахрайства	- детальна інформація про підприємство на сайті; - функціональність сайту; - інформація щодо умов оплати та доставки; - клієнтська угода; - можливість оплати продукції під час одержання
Тривалі терміни (неможливість) доставки	- співпраця з транспортними компаніями; - надання можливості вибору транспортування; - оперативність реагування; - інформація про вартість доставки
Відсутність гарантії	інформація про надання гарантій в комплексі з засобами, які дозволяють упевнитися в якості продукції: можливість оплати в момент одержання товару, наявність відгуків клієнтів, у тому числі критичних
Складність процедури повернення	детальна інформація щодо процедури повернення продукції, способів та термінів повернення грошей
	<b>Підсилюючі</b>
Нижча ціна	Акції, що стимулюють придбання продукції через е-магазин
Економія часу	Повнота інформації щодо терміну доставки
Широкий вибір продукції	Можливості обрання продукції незалежно від географічного місцезнаходження
Можливість вибору способу оплати	Детальна інформація щодо способів оплати, можливість здійснення інтернет-платежу
Можливість вибору способу доставки	Детальна інформація щодо способів доставки та їх вартість
Зручність замовлення	Функціонування електронного магазину
Своєчасність інформації про товар	Інформація про наявність товару та розміри

свідчить про те, що українці почали більше довіряти інтернет-торгівлі і зрозуміли, що це є вигідно, зручно та цілком безпечно.

Проаналізувавши ринок електронної комерції, зрозуміли, що лідируючі позиції на ринку електронного бізнесу протягом всіх досліджуваних років займає інтернет-магазин «Розетка», отримуючи найбільші доходи. Станом на 2014 рік «Розетка» охоплює 39,7% всього ринку. Найближчим конкурентом даного інтернет-магазину є «Алло», який займає 10,6% ринку [5].

Впроваджуючи діяльність на ринку електронної комерції не можна не зважати на фактори, що здійснюють вплив на розвиток електронного бізнесу. Всі ці фактори умовно можна поділити на стримуючі та стимулюючі [8]. Їх детальний опис та структура подані в табл. 4.

Для здійснення нормальної та ефективної діяльності обов'язково потрібно враховувати вплив наведених факторів.

Згідно з наведеними вище даними, можна стверджувати, що ринок електронної комерції в

Україні розвивається швидкими темпами і має перспективи розвитку.

**Висновки.** В процесі аналізу визначили, які інтернет-магазини є найбільшими та найпопулярнішими, проаналізували отримувані ними доходи за останні 4 роки. З'ясували, що безумовним лідером на ринку електронної комерції є інтернет-магазин «Розетка».

Провели аналіз сегментів ринку, та виокремили категорії товарів, що користуються найбільшим попитом. Це електроніка, побутова техніка, товари для дому, меблі, їжа, квитки. До товарів, що користуються попитом найменше належать книги, товари для дітей та заходи.

Підбиваючи підсумки, необхідно зазначити, що підприємство, яке має на меті впроваджувати свою діяльність через Інтернет, повинно орієнтуватись не тільки на підтримання високої якості товарів, а й на внутрішні організаційні механізми свого функціонування, які будуть постійно спрямовані на максимальну координацію матеріальних, фінансових та інформаційних потоків.

## Список літератури:

1. Список самых успешных интернет-магазинов [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://e-commerce.com.ua>
2. Оборот 20 крупнейших интернет-компаний Украины [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://banknews.com.ua>
3. Экономическая правда [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.epravda.com.ua>
4. Топ-10 игроков электронной коммерции [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ain.ua>
5. Топ-10 интернет-магазинов [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://hubs.ua>
6. PaySpace [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://psm7.com>
7. Костинян М. Що купують українці в Інтернет-магазинах [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://watcher.com.ua>
8. Дахно І. І. Зовнішньоекономічний менеджмент: навч. посіб. [Текст] / І. І. Дахно, Г. В. Бабіч. – К.: Центр навчальної літератури, 2012. – 568 с.

**Сытник И.П., Головина А.В.**

Национальный университет пищевых технологий

## ЭЛЕКТРОННЫЙ БИЗНЕС И ЕГО РАЗВИТИЕ В УКРАИНЕ

### Аннотация

Проанализировано развитие крупнейших интернет-магазинов Украины за 2010-2015 гг. Оценено динамику электронного бизнеса в Украине. Также определены категории товаров, которые производятся самыми большими интернет-магазинами Украины. Среди них выделены те, которые преобладают на рынке электронного бизнеса. Определены основные факторы влияния и перспективы дальнейшего развития интернет-магазинов в Украине.

**Ключевые слова:** Интернет-магазин, электронный бизнес, функциональные возможности сайта.

**Sytnyk I.P., Holovina A.V.**

National University of Food Technology

## ELECTRONIC BUSINESS AND ITS DEVELOPMENT IN UKRAINE

### Summary

This research includes an analysis of the development of the largest online stores in Ukraine during 2010-2015, estimation dynamics of electric business in Ukraine. Also, was defined the categories of products, which are produced by the largest Ukrainian online stores. Among these products were selected those goods which are prevail on the market of electronic business. In addition, it was defined main factors of influence and perspectives of further development of online stores in Ukraine.

**Keywords:** online store, electric business, functional opportunities of website.