

АНАЛІЗ СТАНУ ІНТЕРНЕТ-ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ

УДК 658.849

Братчик А.Д.,
студентка 1 року навчання
другого (магістерського рівня) вищої
освіти, спеціальності 051 «Економіка»
ОПП «Бізнес-статистика і аналітика»
ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. В статті розглянуті ключові питання функціонування електронної комерції в Україні. Досліджено динаміку торгівлі через інтернет-магазини. Описані переваги та недоліки інтернет-торгівлі. Проаналізовано основні тенденції та перспективи розвитку продажу товарів в інтернет-магазинах.

Ключові слова: електронна комерція, інтернет-магазин, інтернет-торгівля, товарооборот, тенденції продажу товарів

Аннотация. В статье рассмотрены ключевые вопросы функционирования электронной коммерции в Украине. Исследована динамика торговли через интернет-магазины. Описаны преимущества и недостатки интернет-торговли. Проанализированы основные тенденции и перспективы развития продаж товаров в интернет-магазинах.

Ключевые слова: электронная коммерция, интернет-магазин, интернет-торговля, товарооборот, тенденции продажи товаров

Abstract. The article addresses the key issues of the functioning of the e-commerce in Ukraine. The dynamics of trade through online stores is investigated. The advantages and disadvantages of online trading are described. The main trends and prospects for the development of sales of goods in online stores are analyzed.

Keywords: electronic commerce, e-shop, e-commerce, trade, product sales trends

У сучасному суспільстві дуже стрімко розвивається комерційна діяльність підприємств на підставі електронної комерції, що сприяє введенню та використанню таких нових термінів в торгівельній діяльності, як електронний магазин, інтернет-магазин, інтернет-торгівля, електронні платіжні системи, електронні гроші та інші [4].

Сутність понять «інтернет комерція», «електронна комерція», «інтернет-магазин», «електронна торгівля» розглядаються багатьма науковцями. Так, на думку Галкіна В.В., електронна комерція - це електронна економічна діяльність, яка забезпечує повний цикл бізнес-процесів, що включають замовлення товарів/послуг, проведення платежів, доставку товарів/послуг з використанням інформаційно-комунікаційних технологій і забезпечують передачу прав власності юридичних/фізичних осіб іншим [1]. Грабауров В. А. приводить наступне визначення: «Електронна комерція (Е-комерція) - це поняття, що описує процес купівлі, продажу або обміну виробів, послуг та інформації за допомогою глобальної комп'ютерної мережі Інтернет» [2]. Під електронною комерцією (e-commerce) Сергеев А. П. має на увазі будь-які форми ділових угод, при яких взаємодія сторін здійснюється електронним способом замість фізичного обміну або безпосереднього фізичного контакту, і в результаті якого право власності або право користування товаром або послугою передається від однієї особи іншій [3].

Найбільш вагомою структурною частиною електронної комерції є інтернет-магазини, під якими розуміють інтерактивні веб-сайти, які на базі новітніх технологій здійснюють рекламу товарів власного виробництва та товарів інших виробників, їх продаж, маркетинг, доставку, посередницьку діяльність, надання додаткових послуг, пропонують користувачам варіанти розрахунку, виставляють рахунки на

оплату з метою максимального задоволення потреб споживача та отримання постійного прибутку власником [4].

Розглянемо основні переваги та недоліки інтернет-магазинів. Серед переваг слід виділити:

- зручність і заощадження часу покупців;

- лояльна цінова політика;

- безперервна реклама товарів та доступність до опису асортименту.

Серед недоліків інтернет-магазинів можна виділити:

- існування переліку товарів, які краще продавати в звичайних магазинах;

- незручності при реєстрації на сайті перед здійсненням купівлі товарів;

- незручності в системі оплати товарів в інтернет-магазинах, яка припускає оплату через електронні гроші.

Незважаючи на вказані недоліки, інтернет-торгівля продовжує розвиватися. Дослідження динаміки та структури електронної комерції проводять багато аналітичних вітчизняних та зарубіжних компаній, серед яких лідером є GfK Ukraine. За дослідженнями GfK Ukraine в Україні понад 20 млн. постійних інтернет-користувачів, з яких 36% регулярно купують товари через інтернет [5]

Дослідження GfK показує [5], що найактивнішими онлайн-покупцями є жителі великих міст, найактивніші з них- жителі Києва та області, при цьому чоловіки і жінки купують онлайн практично порівну: 48 і 52% відповідно. Найчастіше в інтернеті роблять покупки люди з повною вищою освітою у віці 26-35 років, 51% яких вважає що робити покупки зручніше через додатки, які спеціально встановлюються на мобільні пристрої.

Серед категорій товарів жінки частіше купують косметику, одяг, товари для дітей, аксесуари, а чоловіки - цифрову техніку і товари для

автомобілів. При цьому, 65% онлайн-покупців здійснювали в мережі за останній рік від 5 до 20 покупок, а 18% - більше 20 покупок.

Найпопулярнішими категоріями товарів серед споживачів в мережі є побутова техніка і електроніка (смартфони, планшети, ноутбуки), включно з аксесуарами (клавіатури, мишки і т.і.) і дрібна побутова техніка (міксери, фени, праски і т.і). Другою категорією товарів за популярністю є одяг; далі йдуть косметика і парфумерія, взуття, аксесуари і подарунки. Найменш популярними товарами, які купують через інтернет є найдорожчі товари - автомобілі та нерухомість, хоча, як показують дослідження активності відвідувачів сайтів, дуже багато людей підбирають собі автомобіль або квартиру саме через інтернет.

Дослідження також показують, що, вибираючи конкретний інтернет-магазин, споживачі насамперед дивляться на ціну (обирають найменшу) - це важливо для 57% онлайн-покупців. Далі йдуть позитивний досвід покупки в цьому інтернет-магазині (48%) і наявність потрібного товару (47%) [5]

Аналіз інтернет-торгівлі показує, що українська електронна комерція є перспективною сферою. Найпопулярнішими інтернет-магазинами серед українців в 2019 році були: Rozetka.ua – 44%, Алло – 9%, Той самий магазин – 7%, Comfy – 6%, Цитрус – 5%, Ельдорадо – 5%, Мобиллак та Фокстрот – по 4%, 5 ОК, MOYO та Рерка.ua – по 2%, Stylus і Сокол – по 1%, на категорію Інші магазини припадає 8%. [5]

Дослідження показують, що чим більш розвинена економіка країни, тим більше в ній обсяг ринку онлайн-торгівлі і його відсоткова частка в роздрібній торгівлі в цілому. У світовому масштабі ніша інтернет-торгівлі за підсумками 2017 р. зросла на 16% (до 1,5 трлн. дол.), за підсумками 2018 р. - на 14-15%.

Товарооборот на ринку інтернет-торгівлі в Україні сьогодні становить приблизно 65 млрд. грн. Витрати продавців на рекламу

становлять 9,5 млрд. грн., поштові оператори на доставці товарів, куплених в інтернет-магазинах отримали 2,6 млрд. грн., дохід посередників на онлайн-оплатах склав 0,8 млрд. грн. [5]

Динаміка обсягу інтернет-торгівлі в Україні у млрд. дол. США наведена на рис. 1.

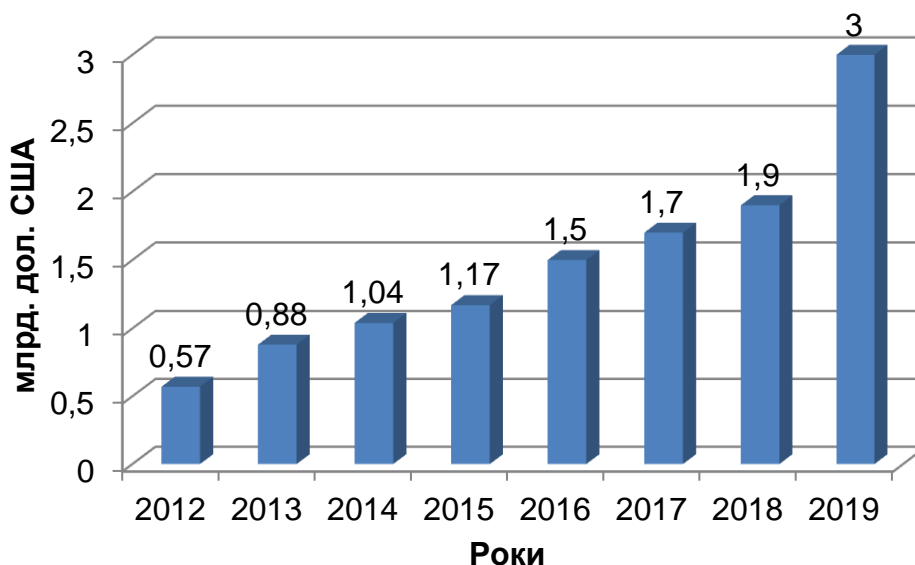


Рис. 1. Обсяг інтернет торгівлі в Україні за роками, млрд. дол. США

Як видно з рис. 1, інтернет-торгівля у 2019 році порівнюючи з 2012 роком значно виросла (майже в 5 разів) і для України розвиток інтернет-торгівлі має великий потенціал. Онлайн-торгівля, безготівкові платежі в інтернеті і криптовалюта - це світові тенденції, які активно розвиваються в нашій країні. Саме ті компанії, які зроблять акцент на застосуванні цих тенденцій, будуть визначати майбутнє українського бізнесу. Так, для того, щоб цьому процесу нічого не перешкоджало, необхідна державна підтримка, розвиток інфраструктури Інтернет-торгівлі та забезпечення особистих даних клієнтів і прав інтелектуальної власності.

Список літератури:

1. Галкин ВВ. Основы предпринимательской деятельности: учебное пособие / В.В. Галкин. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2004. - 283 с.
2. Грабауров В.А. Электронный бизнес: учебное пособие / В.А. Грабауров. - Минск: БГЭУ, 2007. - 211 с.
3. Сергеев А.П. Как создать свой интернет-бизнес: краткое руководство / А.П. Сергеев. - Москва: ДИАЛЕКТИКА, 2008. - 256 с.
4. Маловичко С. В. Аналіз сучасних тенденцій та динаміки розвитку електронної торгівлі на підприємствах України // Проблеми економіки. – 2015. – № 2. – С. 71-77.
5. Интернет торгівля в Україні. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://zet.in.ua/statistika-2/rynok-it/rynok-internet-torgovli-v-ukraine/>

Автор статті:

студентка 1 року навчання
другого (магістерського) рівня вищої освіти,
групи 8.04.051.100.19.1

Братчик А.Д.

Керівник, к.е.н., доц.

Аксьонова І.В.

Зав. кафедри статистики і економічного
прогнозування, д.е.н., проф,

Раєвнева О.В.