

**Аліна Коваленко**

студентка 2СТН курсу спеціальності

«Фінанси, банківська справа та страхування»

Науковий керівник: **Бурлаков О.С.**,

к.е.н., доцент кафедри інформаційних технологій,

Подільський державний аграрно-технічний університет,

м. Кам'янець-Подільський

## **ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В УКРАЇНІ І В СВІТІ**

На даний період часу по всьому світі швидкими темпами розвивається електронна комерція. Що неможна сказати Про Україну. Є багато факторів які впливають н це:

- 1) проблеми з доступом до високошвидкісного Інтернету у малих населених пунктах;
- 2) відсутність довіри користувачів, зумовленої значними кількостями шахрайства, нехтуванням права покупця повернути товар протягом 14 днів згідно чинного законодавства тощо;
- 3) значними затратами на розвиток веб-ресурсу, які піддаються ризику бути не виправданими внаслідок непередбачених зовнішніх обставин;
- 4) літери ринку завоювали провідну нішу споживачів, тому новачки не в змозі конкурувати з ним.

Питання розвитку електронної комерції в Україні привертає велику увагу науковців це: А. Чухно, А. Сладков, А. Нефьодов, В. Новицький, А. Чучковська, В. Желіховський, Н. Меджибовська, О. Чубукова та ін. Віддаючи належне доробку згаданих учених, зауважимо, що актуальним є огляд проблем і перешкод, які виникають у розвитку електронної комерції в Україні [1]

Найголовнішим завданням є розкрити проблеми і перешкоди, які стали на шляху розвитку електронної комерції.

В розвинутих країнах світу інформаційні технології вже практично впроваджені в усі сектори економіки. Ці процеси характерні і для України, але у розвитку інформаційних технологій наша країна відстає від розвинутих країн світу. Одним з напрямків, який є найбільш розвинутим та успішно працюючим у світі, являється електронна комерція. Електронна комерція — комерційна взаємодія суб'єктів бізнесу з приводу купівлі-продажу товарів та послуг (матеріальних та інформаційних) з використанням інформаційних мереж (Internet, мережа стільникового зв'язку, внутрішні локальні мережі фірм)[2, ст. 13]

Електронну комерцію можна розділити на такі категорії:

- бізнес-бізнес (business-to-business, B2B), коли покупцем і продавцем є юридичні особи. Це найбільший сектор електронної комерції, він займає близько 80 % всього ринку;
- бізнес-споживач (business-to-consumer, B2C). У цьому разі продавець – юридична, а покупець – фізична особа;
- споживач-споживач (consumer-to-consumer, C2C). Тут покупцем і продавцем виступають фізичні особи. Типовий приклад – аукціони;
- бізнес-адміністрація (business-to-administration, B2A);
- споживач-адміністрація (consumer-to-administration, C2A).(3)

Основними позитивними рисами електронної комерції є: набуття великих можливостей виходу з інформацією про товари та послуги на світовий ринок при мінімальних капіталовкладеннях; максимально розширені канали збуту; об'єднання постачальників та покупців в єдину систему; більш високий рівень обслуговування замовників; створення нових ринків праці та капіталу; можливість у будь який момент переглянути характер своєї діяльності. За думкою багатьох експертів в Україні існують сприятливі передумови для розвитку електронної комерції. В той же час є ряд стримуючих чинників, які можуть стати серйозною перешкодою для розвитку цього виду бізнесу.

Ліквідування цих перешкод дозволить сформувати сприятливе середовище для розвитку електронної комерції, яка є актуальним і перспективним напрямком розвитку економіки в Україні.

Отже електронна комерція ввірвалась в наш світ з великою швидкістю і відіграє велику роль на вітчизняному ринку. Серед основних тенденцій електронної комерції варто виділити: збільшення кількості Інтернет-магазинів; удосконалення процесів надходження товарів до покупців; підвищення довіри покупців. Також існують ряд проблем, які гальмують цей процес наприклад як інструменту просування товарів побутової техніки, серед них: впевнена позиція лідерів, які «блокують» вихід на ринок «молодим» Інтернет-магазинам; високі ризики невідповідності товару описам та втрати матеріальних ресурсів, проблеми з постійним доступом до швидкісного Інтернету; ризик «зламання» сайту зловмисниками.

#### **Список використаних джерел**

1. Меджибовська Н. Перспективи розвитку електронного бізнесу в Україні / Н. Меджибовська // Економіка України. – 2003. – № 6. – С. 36–41.
2. Рейтинг українських Інтернет-магазинів за категоріями. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [commerce.com.ua/2014/11/рейтинг-украинских-интернет-магазин/](http://commerce.com.ua/2014/11/рейтинг-украинских-интернет-магазин/).
3. <https://www.br.com.ua/referats/Pravo/30427.htm>