Микола Шуть
студент 2 СТН курсу спеціальності
«Фінанси,банківська справа та страхування»
Науковий керівник: **Бурлаков О.С.,**
к.е.н., доцент кафедри інформаційних технологій,
Подільський державний агарно-технічний університет,
м. Кам'янець-Подільський

ПЕРСПЕКТИВИ ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

В умовах сьогодення бізнес стає електронним, тобто комерційні дії між партнерами (покупка/продаж товарів або послуг, операції на фондовому ринку з цінними паперами, укладання і виконання договорів і тому подібне) відбуваються за допомогою обміну електронними документами в інформаційному просторі – тій частині реальності, яка викликає у людини спеціальний інтерес і виділяється із загальної картини навколишньої об'єктивної дійсності.

Електронний бізнес – це ділова активність, що використовує можливості глобальних інформаційних мереж для перетворення внутрішніх і зовнішніх зв'язків компанії з метою створення прибутку.

Сфера електронного бізнесу в Україні знаходиться на етапі розвитку. Вітчизняні суб'єкти підприємницької діяльності мають незначний досвід у використанні можливостей електронного бізнесу і, як наслідок, програють у конкурентній боротьбі. Тому організації та підприємства потребують розробок, які змогли би допомогти їм використовувати мережу Інтернет з метою підвищення ефективності їх діяльності. На це звертають увагу багато вчених [1-4].

В Україні проблеми розвитку електронного бізнесу та електронної комерції висвітлено в працях колективів авторів під керівництвом

Т.М. Тардаскіної [7] та О.М. Юдіна [9]. У зазначених працях авторами розглядаються історичні передумови розвитку електронного бізнесу в Україні та світі, види електронного бізнесу та особливості їх функціонування; типи платіжних систем, що використовуються в електронному середовищі тощо.

Розвиток систем електронної комерції в Україні стримується через недостатньо широке розповсюдження електронних грошей та не завжди безпечним застосуванням пластикових карток.

Для повної реалізації електронної комерції в Україні необхідно вирішити такі основні проблеми: низька платоспроможність населення; слабка розвиненість системи постачання товарів та відсутність юридичних норм та положень; питання, які стосуються права власності для товарів, що розповсюджуються електронним способом, конфіденційності особистих даних і наявності сертифікаційних систем.

За останні роки зростання українського сегменту Інтернету (UAnet) відзначається в усіх напрямках. Аудиторія UAnet подвоювалася щороку за останні три роки і за різними оцінками складає від 2% до 4% населення. UAnet – це понад 12 тис. українських сайтів, які у вересні 2001 року відвідали 2,18 млн. чол. Відзначається щомісячне зростання відвідувачів UAnet більше ніж на 15%. Регулярна аудиторія користувачів UAnet, що проживають в Україні, - 450 тис. чол., а користувачів Інтернету в Україні – від 750 тис. до 2 млн. чол. [6].

Обсяг онлайн-продажів в Україні у 2017 р. склав 2,3 млрд. євро, що на 21,6% вище за аналогічний показник минулого року. Середні темпи зростання електронного бізнесу в Україні досить високі. Загальносвітовий рівень зростання електронного бізнесу дорівнює 24%, у той час як в Україні цей показник знаходиться на рівні 20%. Варто відмітити, що електронний бізнес в Україні розвивається швидшими темпами, ніж європейський, який вже є досить насиченим. У той же час вітчизняні темпи росту електронного бізнесу є значно нижчими за аналогічні показники країн Східної Європи, на 15,1%. За оцінками фахівців, частка товарообігу підприємств електронного бізнесу в Україні

складає 1,6% від загального товарообігу, при чому 50% припадає на реалізацію товарів і 50% – на реалізацію послуг

Оскільки рівень розвитку країни оцінюється за рівнем її інформатизації і ріст інформаційних технологій та Інтернет прямо впливають на економічне зростання країни, завданням України найближчим часом є як найшвидше включитися в системи міжнародної електронної торгівлі і підтримувати ріст Інтернет-економіки у всіх сферах економічної діяльності.

Основна перевага електронної торгівлі полягає в тому, що вона створює можливості для зниження витрат. Використання сучасних інформаційних технологій у торгівлі дає змогу значно підвищити оперативність отримання інформації, особливо у міжнародних і міжрегіональних відносинах. Помітно скорочується цикл виробництва і продажу, усуваються посередники, що значно знижує споживчу вартість товару. З впровадженням дешевих засобів комунікацій зменшуються витрати, пов’язані з обміном інформації.

Крім того, розвиток електронного бізнесу в Україні висвітлив низку проблем загальноекономічного характеру, що потребують рішучих дій з боку держави. До них відносяться: 1) зубожіння населення; 2) низький рівень Інтернет-покриття та розвитку інфраструктури, особливо у районних центрах та селах; 3) комп’ютерна безграмотність значної частини населення України та відсутність елементарних знань англійської мови, необхідних для придбання товарів та послуг у зарубіжних компаніях.

Отже , подивившись тенденції розвитку електронного бізнесу в Україні, можна зробити висновок, що він став своєрідним «лакмусовим папірцем» для вітчизняної економіки в цілому, бізнесу та споживачів. Вивчивши загальносвітові тенденції електронного бізнесу та його особливості в Україні, варто відмітити, що він є драйвером як позитивних, так і негативних зрушень у вітчизняній економіці.

Список використаних джерел

1. Дубенская О. E-commerce в Украине: развитие, несмотря на кризис // www.epravda.com.ua. Dubenskaia O. E-commerce v Ukraine: razvitie, nesmotria na krizis // www.epravda.com.ua.
2. Кирпа И. Итоги рынка электронной коммерции Украины в 2014 году // igate.com.ua. Kirpa I. Itogi rynka elektronnoi kommertcii Ukrainy v 2014 godu // igate.com.ua.
3. Родигин Л.А., Наймарк К.В. Экономическая эффективность Интернет-проектов в туризме, 2015 // www.xn--c1abmbzbn.xn--p1ai. Rodigin L.A., Naimark K.V. Ekonomicheskaia effektivnost Internet-proektov v turizme, 2015 // www.xn--c1abmbzbn.xn--p1ai.
4. Тардаскіна Т.М., Стрельчук Є.М., Терешко Ю.В. Електронна комерція: Навч. посібник. – Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2011. – 244 с.
5. Дяченко В., Гута А. Передумови переходу до широкого використання електронної комерції в Україні // Вісник Тернопільської академії народного господарства. – Тернопіль: Економічна думка, 2002. – Вип. 8-2. – С. 172-174.
6. Харченко В. Підсумки діяльності банків України на ринку платіжних карток у 2003 році // Вісник НБУ, квітень 2004. – С. 24-29.
7. Кравець В. Інтернет-комерція в Уераїні // Вісник НБУ, березень 2004. – С. 9-12. 4. Решетніков П. Досвід використання інформаційних технологій у банківській справі // Вісник НБУ, квітень 2004. – С. 40-43.
8. European information technology observatory, EITO-2000. – Frankfurt on Main, 2000. 6. http://www.gs.spylog.com.ua/research/Uanet-2001-10-11.html.