

Марія РОЗПУТНЯК

здобувач вищої освіти 3 курсу спеціальності «Менеджмент»,

Науковий керівник: **Олександр БУРЛАКОВ**

канд. екон. наук, доцент кафедри обліку, оподаткування та

технологій електронного бізнесу

Подільський державний аграрно-технічний університет,

м. Кам'янець-Подільський

РОЗВИТОК ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ

Мережні технології докорінно змінили спосіб взаємодії бізнесу зі споживачами й партнерами, шляхи купівлі-продажу товарів та послуг, а також сутність бізнес-моделей і форми інформаційної взаємодії. Сучасні ринкові відносини характерні переходом від домінування постачальника до домінування споживача. Для того, щоб зберігати в таких умовах першість, потрібно постійно вивчати й удосконалювати всі перспективні методики ведення бізнесу. Використання інтернет-технологій стає однією з ключових умов для виживання підприємств в умовах жорсткої конкуренції.

У спеціальній економічній літературі серед вітчизняних вчених панують визначення електронної торгівлі як виду бізнесактивності, в якій комерційна взаємодія суб'єктів бізнесу здійснюється за допомогою глобальної комп'ютерної мережі Інтернет [1].

В процесі опрацювання низки джерел нами встановлено, що категорії «електронний бізнес», «електронна комерція» й «електронна торгівля» зазвичай використовуються як синоніми. Так у 1996 р. професором Колумбійського університету В. Звасом було запропоновано одне з перших визначень «електронної торгівлі», яка розглядається як «розподіл ділової інформації, відносин оточення бізнесу та проведення ділових угод за допомогою телекомунікаційних мереж. У сьогоднішньому бізнес-оточенні оперативні кордони між фірмами стали проникними, оскільки ці кордони стали заважати підприємництву і розділяти міжфірмові та внутрішньофірмові ділові процеси. Тому електронна комерція тут включає відносини купівлі продажу й угоди між

компаніями, а також загальні процеси, які підтримують торгівлю в межах окремих фірм» [2].

За сферами поширення електронної торгівлі А.М. Береза, І.А. Козак, Ф.А. Шевченко виділяють [3]:

- маркетинг, продаж і сприяння продажу;
- передпродаж, попередні домовленості, поставки;
- фінансування й страхування;
- комерційні операції: замовлення, отримання, оплата;
- обслуговування та підтримка продукту;
- спільні розробки продуктів;
- розподілене спільне виробництво;
- використання загальних і приватних послуг;
- адміністрування бізнесу (концесії, дозвіл, податки, митниця тощо);
- транспорт, техніка перевезень і постачання;
- загальні закупівлі;
- автоматичну торгівлю електронними товарами;
- бухгалтерський облік тощо.

Глобальна цифрофізація останніх років зумовила активний розвиток електронної торгівлі, котра стала невід’ємною складовою світової системи роздрібною торгівлі. Як і в низці інших галузей, у роздрібній торгівлі після появи Інтернету відбулися суттєві зрушення, і завдяки динамічному темпу сучасного життя на момент сьогодні споживачі практично зі всіх країн отримують прибуток від привілеїв, які їм забезпечують онлайн-транзакції. Так як доступ до Інтернету та його впровадження в усьому світі стрімко зростають, чисельність покупців цифрових технологій щороку істотно збільшується. Так у 2019 р. 1,92 млрд. осіб придбали товари чи послуги в Інтернеті, й у тому ж 2019 р. у всьому світі обсяг електронного роздрібного продажу перевищив 3,5 трлн. дол. США, і прогнозується, що доходи від електронної роздрібною торгівлі зростуть до 6,54 трлн. дол. США в 2022 р. (рис.1.) [4; 5].

За даними Інтернет Асоціації України, в Україні користуються інтернетом 21,6 млн користувачів, серед яких найбільш активними користувачами є такі

категорії: школярі/здобувач вищої освіти, власники або директори великого та середнього бізнесів та військовослужбовці (рівень користування Інтернетом даними групами склав 100%) [6].

Цікавим є той факт, що станом на початок 2020 р. у першу трійку найбільш популярних серед українців закордонних Інтернет-магазинів входять Amazon, eBay та AliExpress. Що стосується найпопулярніших вітчизняних онлайн-майданчиків, пов'язаних із Інтернет-торгівлею, то до них можна віднести OLX.ua, Rozetka.com.ua та Prom.ua. Станом на початок 2020 р. у Центральній Україні сконцентровано 24% вітчизняних Інтернет-покупців, у Західній Україні - 23%, у Південній Україні - 17%, у Східній Україні - 13%, у Північній Україні - 12%, а в м. Києві - 10%. Віковий ценз середньостатистичного Інтернет-покупця становить 25-36 років. При цьому орієнтовно 51% онлайн-покупок здійснюється із використанням телефонів чи планшетів за допомогою спеціального додатку. Тенденцію використання мобільних пристроїв замість персональних комп'ютерів під час онлайн-шопінгу підтверджує статистика OLX, на платформу якої щодня майже 75% користувачів заходять саме з мобільних пристроїв. Цікавим є той факт, що найбільша кількість нових користувачів OLX.ua заходила на платформу з Android, й у 2-му кварталі 2020 р. чисельність завантажень становила 350 тис. раз, що істотно перевищує чисельність завантажень з iOS Як і за кордоном, в Україні збільшується попит на інноваційні методи оплати онлайн-покупок (наприклад, на Apple Pay та інші системи безконтактного проведення платежів), хоча й досі власники найбільших інтернет-магазинів здебільшого використовують традиційні перевірені платіжні інструменти. Використання банківської карти впевнено утримує перше місце серед бажаних способів оплати, не останнє місце займає й оплата готівкою при триманні товару [7].

Отже, проведений аналіз показав, що сучасний Інтернет-ринок електронної торгівлі розвивається стрімкими темпами. Електронна торгівля має багато переваг, адже вона працює цілодобово, відкриває доступ до широкого кола користувачів, дає змогу економити час на купівлю та вибір товарів, надає можливість ознайомлення з широким асортиментом товарів. Вона не обмежена

ні часом роботи, ні площею, ні психологічним настроєм продавця. Електронна торгівля також корисна для виробників і споживачів у силу того, що вона допомагає подолати традиційні бар'єри, які полягають в територіальній віддаленості і нестачі інформації щодо можливостей ринку. Крім того, за рахунок електронної торгівлі істотно збільшиться обсяг зайнятості в області інтернет послуг.

Перелік використаних джерел

1. Клемент, Дж. “E-commerce worldwide - statistics and facts” Statista. 2020.
URL: <https://www.statista.com/topics/871/online-shopping/>. (Дата доступу: 10 жовтня 2021).
2. Lipsman, E “Global e-commerce 2019”, Business Insider Intelligence. 2019.
URL: <https://www.emarketer.com/content/global-ecommerce-2019> (Дата доступу :10 жовтня 2021).
3. “17% of Ukrainian online shoppers make more than 20 purchases a year: ecommerce market insights 2019”. URL: <https://www.gfk.com/insights/online-shopping-2019?hsLang=en>. (Дата доступу: 10 жовтня 2021).