

Іващенко М.В.

*к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту
та соціально – гуманітарних дисциплін*

*Харківський навчально – науковий інститут ДВНЗ «Університет
банківської справи»*

РОЗВИТОК ІНТЕРНЕТ – ТОРГІВЛІ В ПРОЦЕСІ ПОДАЛЬШОГО ВКЛЮЧЕННЯ УКРАЇНИ В ГЛОБАЛЬНІ ТОВАРНІ РИНКИ

Торгівля товарами через мережу інтернет - це одна з галузей, що найбільш успішно розвивається на сьогоднішній день в Україні та показує майже п'ятикратне зростання протягом останніх п'яти років. Більш того, ця вона має шалений потенціал для подальшого зростання, оскільки аналогічний сектор в Європі є значно вищим. У 2016 році ринок електронної комерції в Україні зростав ще швидше, ніж в 2015. Якщо за 2015 рік товарообіг збільшився на 32% - з 19 до 25 млрд грн, то в 2016 році він зріс уже на 52% - до 38,5 млрд грн. У 2017 році ринок електронної комерції в Україні продовжує стрімке зростання та, за прогнозами, його приріст може становити близько 3 %. Це свідчить про активне включення України у глобальні товарні ринки.

Ще кілька років тому покупки онлайн були прерогативою сегмента великих інтернет-магазинів побутової техніки, електроніки і гаджетів, а вже зараз переваги покупки / продажу через інтернет-магазини розуміють як продавці, так і покупці. Як підсумок, зараз відбувається бум інтернет-магазинів, який охоплює все нові і нові сегменти ринку від одягу до продуктів харчування.

В даний час майже половина людства користується мережею Інтернет і більш ніж кожен четвертий житель Землі є онлайн-покупцем. За даними дослідження ринку e-commerce Кредитпромбанку, світовим лідером електронної комерції є Китай [1]. Якщо ж розглянути обсяги торгових угод онлайн на глобальному рівні, то між країнами у 2016 році частки ринку розподілились таким чином:

- Китай - 33,7%;
- США - 26,2%;
- Сполучене Королівство - 7,7%;
- Японія - 5,0%;
- Франція - 3,2%;
- Німеччина - 2,9%;
- Південна Корея - 2,8%;
- Канада - 1,6%;

Індія - 1,1%;

Росія - 1,0%.

Таким чином, на 10 країн за обсягами торгових угод онлайн в 2016 році припадає 85,2%, а на решту світу (в тому числі і Україну) - 14,8%.

Основними драйверами зростання електронної комерції є зростання показника проникнення інтернету і збільшення частки онлайн покупок. Цільова аудиторія - кількість інтернет-користувачів - стає дедалі більше, збільшуються їх можливості і культура використання мережі, як місця для покупок. Проблема галузі залишаються онлайн-платежі і логістика.

За оцінками Factum Group Ukraine, загальний рівень проникнення інтернету в Україні (частка користувачів старше 15 років, які заходять в інтернет хоча б раз за місяць) в 2016 році склав 66% населення України (22 млн). При цьому проникнення інтернету в сільській місцевості досягло 60%. Не зважаючи на наявність щорічного приросту інтернет – користувачів, проникнення інтернету є вкрай недостатнім [2].

Факторами розвитку e-commerce в Україні можна назвати такі:

1. Економічна ситуація в країні, яка стимулює покупців шукати більш прийнятні варіанти покупки товарів і послуг, поліпшення інфраструктури електронної комерції, а також зростання кількості інтернет-користувачів і підвищення культури покупок в мережі.

2. Стрімко збільшується перелік категорій товарів і послуг, які купують он-лайн, а збільшення кількості інтернет – магазинів загострює конкуренцію та змушує майданчики працювати і над поліпшенням клієнтського досвіду і над оптимізацією бізнес-моделей.

3. На електронну комерцію впливає розвиток технологій, перш за все, впровадження 3G. Хоча, в той же час, як вже зазначалось, проблемою є недостатнє проникнення інтернету.

4. Не цілком вирішена поки проблему онлайн-платежів, з можливістю блокувати суму до підтвердження угоди та арбітражем, якому довіряли б всі учасники. Така система давно зарекомендувала себе в діяльності крупних зарубіжних інтернет-магазинах.

Таким чином, інтернет-торгівля має такі тенденції подальшого розвитку в найближчі роки:

- подальше розмиття кордонів товарних ринків, включення в глобальний товарний ринок;

- поступовий перехід до загальносвітових вимог і споживчих очікувань з приводу ціни, сервісу, швидкості доставки, вибору асортименту і якості товарів;

- посилення конкуренції, як внутрішньої, так і міжнародної;

- зростання обсягів онлайн торгівлі;

- зростання числа споживачів, що віддають перевагу купівлі онлайн.

Щоб успішно конкурувати на глобальному ринку інтернет-торгівлі, українським інтернет-магазинам необхідно здійснювати інвестиції в свій

бізнес, зокрема, в сервіси, що спрощують процес покупки, просувати сайти в пошукових системах, рекламуватися, розширювати асортимент.

Отже, в цілому прогноз для інтернет-торгівлі в Україні є позитивним: все більше споживачів будуть ставати онлайн-покупцями і все більше магазинів відкриватимуть свої інтернет-магазини. Загальний обсяг ринку, що становить за підсумками 2016 року - 5,65 млрд. \$ до кінця 2018 роки подвоїться і перевалить за позначку 10 млрд. \$.

Список використаних джерел

1. Звіт "Кредитпромбанк" [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.kreditprombank.com/upload/content/512/E-commerce_Market_in_Ukraine.pdf

2. Аналітичний звіт "Retail e-commerce sales worldwide from 2014 to 2020 (in billion US dollars)" міжнародного маркетингового агентства Statista (Нью-Йорк) [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.statista.com/statistics/379046/worldwide-retail-e-commerce-sales/>

3. Григоренко Ю. Онлайн – торгівля в Україні показує суттєвий ріст //TradeMasterGroup [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://trademaster.ua/ryinki_food/312280