

# СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В УКРАЇНІ

Барвінок М. В., старший викладач

*Уманський державний*

*педагогічний університет імені Павла Тичини*

Аналізуючи сучасний стан розвитку електронної торгівлі в світі та в Україні можна виявити основні тенденції в даній галузі, перспективні напрямки розвитку та основні загрози, що можуть виникати між всіма учасниками взаємовідносин названої сфери. Відпорний вплив, що здійснює електронна торгівля на національну господарську діяльність країни в цілому, розповсюджується, також, і на окремо взяті суб'єкти національного та приватного господарювання.

Початок існування Internet-економіки можна пов'язати із проривом системи WWW у середині 90-х років. З того часу Internet перетворився на сервіс, інтегровану глобальну мережу з різноманітними мультимедійними цілями. Такі поняття, як електронна комерція, електронний бізнес, Internet-економіка, цифрова економіка є відносно недавніми конструкціями.

На сьогоднішній день для опису економічних відносин через мережу Internet використовується поняття «електронна комерція», яке і є частиною Internet-економіки. Організація економічного співробітництва та розвитку надає два визначення терміну «електронна комерція» [3]:

1) у вузькому сенсі, електронна комерція – це продаж чи покупка товарів та послуг між бізнесом, домашніми господарствами, фізичними особами, урядами та іншими державними чи приватними організаціями, що проводяться через мережу Internet.

2) у широкому сенсі, електронна комерція – це будь-яка форма бізнес-відносин, де взаємодія між суб'єктами відбувається шляхом використання Internet-технологій.

Зважаючи на те, що електронна комерція на сьогоднішній день стала окремою галуззю економіки, велика увага приділяється і законодавчому врегулюванню даного поняття. Не виключенням є і Україна. Згідно з Законом України «Про електронну комерцію», електронна торгівля визначається як частина електронної комерції, а саме – господарська діяльність у сфері електронної купівлі-продажу, реалізації товарів дистанційним способом покупцю шляхом вчинення електронних правочинів із використанням інформаційно-телекомунікаційних систем [1, 2].

Беручи до уваги велику густоту населення та швидке поширення інформаційних технологій, провідні позиції займає Азія. Також, варто відзначити і країни Європи та Америки, так як дані регіони є високорозвиненими та впровадження Internet-технологій є частиною активного підвищення ефективності бізнесу.

Україна, також, займає не останні позиції у швидкості проникнення Internet-технологій.

За даними Інтернет Асоціації України, в Україні користуються Internet 21,6 млн користувачів, серед яких найбільш активними користувачами є такі категорії: школярі/студенти, власники або директори великого та середнього бізнесів та військовослужбовці (рівень користування Internet даними групами склав 100%) [3]. Загалом, близько 67% українських Internet-користувачів відвідують сайти, пов'язані зі сферою електронної комерції. Найбільш динамічною частиною, що розвивається, є здійснення саме електронної торгівлі.

До трійки найпопулярніших сайтів електронної комерції в Україні у 2017 році увійшли [www.olx.ua](http://www.olx.ua) (40% користувачів), [www.rozetka.com.ua](http://www.rozetka.com.ua) (33%), [www.prom.ua](http://www.prom.ua) (27%). Дані ресурси відносяться до B2B, B2C та C2C відносин. Аналіз бізнес-моделей найбільш успішних українських суб'єктів електронної комерції, показує які саме майданчики користувались найбільшим попитом [4]:

1) електронні дошки оголошень – (olx, ria, shafa);

2) електронні магазини, супермаркети – (foxtrot, comfy, rozetka, modnakasta, leboutique, lamoda);

3) прайс-агрегатори – (hotline, price);

4) електронний стіл замовлень –(u-ber, b-la-lacar).

Також, широко використовують і зарубіжні сервіси електронної комерції. Можна побачити, що тенденції використання B2B, B2C та C2C майданчиків зберігають і для зарубіжних сайтів. Зростання популярності такого сервісу, як AliExpress, також, можна пояснити ширшим вибором пропозицій, кращими сервісами, можливістю оплати гривневими кредитними картками та знаходженням нижчих за ціною пропозицій (різниця у цінах на закордонних і вітчизняних майданчиках сягає 100%). За даними дослідження [3], більшість покупців згідна доплачувати за цю опцію, як і за прискорення доставки, так як ціни, все ж, виявляються набагато нижчими.

Зважаючи на проведений аналіз основних тенденцій розвитку сфери електронної торгівлі в Україні, можна сформулювати наступні довгострокові перспективи для суб'єктів електронної торгівлі:

1) постійне зростання користувачів мережі Internet сприяє розширенню можливостей по залученню споживачів товарів та послуг;

2) свідомість споживачів з кожним днем все більше змінюється в бік схильності до впровадження інформаційних технологій у всі сфери життя, в тому числі і здійснення операцій через мережу Internet;

3) суб'єкт електронної комерції завжди має потенціал до розширення за рахунок охоплення нових, відмінних від звичних, сегментів ринку;

4) керування підприємством-надавачем послуг не обмежується в часі та просторі.

Якщо говорити о короткострокових перспективах розвитку електронної торгівлі в Україні, то це, безумовно, – вдосконалення нормативної бази, та перенесення досвіду зарубіжних торгівельних платформ та їх адаптація до умов електронної торгівлі в межах країни [4]. Саме даний перегляд умов електронної торгівлі українськими платформами дозволить залучити ту аудиторію, яка є активним користувачем зарубіжних, особливо китайських, сайтів.

Таким чином, електронна торгівля на світовому ринку ототожнюється з поняттям електронна комерція. Українці все більше починають використовувати інформаційний простір для здійснення різноманітних операцій.

#### Список використаних джерел:

1. Закон України «Про електронну комерцію».2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19> (дата звернення: 15.03.2020)
2. Закон України «Про Національну програму інформатизації» 2016. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/74/98-вр> (дата звернення: 15.03.2020)
3. Інтернет асоціація України. URL: <https://inau.ua/> (дата звернення: 15.03.2020)
4. Синявська О. О. Електронна торгівля в Україні: тенденції та перспективи розвитку. Вісник ХНУ імені В.Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм».2019. Вип. №9. С 126-132.