

Економічні науки

Лук'янченко Андрій Юрійович

студент,

Національна академія Служби безпеки України

НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ТА ДИНАМІКА РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В УКРАЇНІ

Виникнення такого поняття як "електронна комерція" вплинуло не тільки на економічні відносини та економічну систему, але і на суспільні відносини. З кожним роком електронна комерція набирає все більших і більших обсягів по всьому світі. Ми можемо спостерігати її формування в тій чи іншій країні, особливості розвитку відповідно до політичних, економічних систем в країні, а також виокремлювати ті чи інші особливості динаміки подібного розвитку.

Не є виключенням серед країн, в яких електронна комерція з кожним роком займає більш значне місце як в суспільних відносинах так і в сфері бізнесу, Україна.

В даній роботі пропонуємо розглянути динаміку розвитку електронної комерції в Україні, виокремити особливості її розвитку та причини уповільнення процесу остаточного формування електронної комерції в Україні.

Досліджуючи ринок електронної комерції в Україні, можемо спостерігати активну динаміку, яка спрямована на поліпшення рівня електронної комерції. Якщо у 2009 році понад 70% користувачів Інтернет придбали хоча б один товар через мережу Інтернет, то на сьогодні цей показник наближується майже до 100 % [1]. Це свідчить, що в першу чергу зріс показник активності українських споживачів - користувачів мережі Інтернет до сайтів, які спеціалізуються на електронній комерції.

Цікавим є те, що за кордоном, провідні місця на електронному ринку займають провідні магазини, товари, яких можна придбати як в магазині так і через мережу Інтернет. В Україні, статистичні дослідження показують, що очолюють рейтинг віртуальні компанії. Так, наприклад, протягом останніх років, он-лайн ресурс Rozetka займає перше місце у рейтингу найбільш затребуваних електронних ресурсів, що спеціалізується на електронній комерції. В той самий час, такі магазини як "Фокстрот", "Ельдорадо", які займають провідне місце на ринку, втрачають свої позиції саме в електронних ресурсах [2].

Також пропонуємо дослідити, які саме товари, користуються попитом через систему електронної комерції.

Досліджуючи достатню кількість електронних ресурсів, які повідомляють статистичні дані щодо електронної комерції, можемо навести наступний перелік товарів, які користуються найбільшим попитом на сайтах, що спеціалізуються на електронній комерції:

1. одяг та взуття (81%);
2. техніка і електроніка (73%);
3. краса і здоров'я (58%);
4. дім, сад (49%);
5. подарунки, книги (47%).

Проаналізувавши статистичні звіти динаміки електронної комерції з 2009 року по 2014 рік можемо зазначити, що в Україні спостерігався стрімкий приріст користувачів мережею Інтернет, а разом з тим і попит на продукцію через сайти, які спеціалізуються на електронній комерції [3]. До найбільш затребуваних сайтів відносяться: Rozetka.ua, Prom.ua, OLX.ua.

Найбільші зростання електронної комерції можна спостерігати у 2011 році - обсяги зросли на 51% порівняно з 2010 роком, у 2012 році обсяги зросли на 44% у порівнянні з 2011 роком, у 2013 році темп

зростання дещо уповільнився, проте обсяг становив 2 млрд. \$, що більше за попередній рік на 26% [4, с. 61].

У глобальному рейтингу розвитку електронної комерції Україна зайняла 58 місце. Про це йдеться у звіті міжнародної організації UNCTAD при Генеральній асамблеї ООН [5].

Варто зазначити, що розвиток електронної комерції залежить від економічних, політичних та суспільних процесів в країні.

2014 рік став роком спаду вітчизняного обігу електронної комерції на 30 % порівняно з 2013 роком [6, с. 76]. Дану динаміку спаду можна пояснити військовими діями на території Донецьку та Луганську. Також до причин спаду можна віднести анексію Автономної Республіки Крим, в результаті якої українська електронна комерція втратила достатню кількість відвідувачів. В наслідок вищезазначених процесів, розпочалися економічні проблеми, нестабільність економіки, девальвація валюти. Але незважаючи на те, що на певних частинах території України і досі продовжуються воєнні дії, економічна ситуація в країні не є врегульованою, 2015 і 2016 роки показують хоч і невелике, але все ж таки зростання обігу електронної комерції в Україні, що в свою чергу доводить, що електронна комерція в Україні продовжує набирати оборотів і розвиватися.

Література

- 1) Ринок Інтернет-торгівлі України: огляд [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://shops.at.ua/publ/3-1-0-11>;
- 2) Карпенко С. Обсяги ринку електронної комерції в Україні. Інтернет-ринок / С. Карпенко [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.reclamare.ua/blog/obemu-rynkaelektronnoj-kommercii-v-ukraine/>;
- 3) Електронна комерція. Статистика за 2015 - 2016 роки. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://nuigde.biz/uk/blog/elektronnaya-kommerciya-v-ukraine-statistika-za-2015-2016-goda.html>;
- 4) Говорушко Т. А. Розвиток електронної комерції в Україні / Т. А. Говорушко, І. П. Ситник, К. В. Соловей. // Формування ринкових відносин в Україні. – 2016. – №1. – С. 59–62.
- 5) Україна зайняла 58 місце в рейтингу економічної комерції. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.rbc.ua/ukr/news/ukraina-zanyala-mesto-mirovom-reytinge-elektronnoy-1427792216.html>;
- 6) Маловичко С. В. Аналіз сучасних тенденцій та динаміки розвитку електронної торгівлі на підприємствах України / С. В. Маловичко. // Проблеми економіки. – 2015. – №2. – С. 71–77.