

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОНОЇ КОМЕРЦІЇ В УКРАЇНІ

¹Вінницький національний технічний університет

Анотація

У статті розглянуто проблеми та переваги електронної комерції, проблематика та шляхи її розвитку.

Ключові слова: електронна комерція, інтернет технології, збутова діяльність.

Abstract

The article examines the problems and advantages of electronic commerce, issues and ways of its development.

Keywords: e-commerce, Internet technologies, sales activity.

Вступ

Останнє десятиліття характеризується пришвидшенням темпів цифровізації усіх процесів у суспільстві. Саме тому ринок електронної комерції став найбільш динамічним в Україні. Проблемами електронної комерції займалися чимало видатних українських вчених: Шалева О. І., Яценко В.В., Ярова І.І., Гармідер Л.Д., Орлова А.В., Щербак В. Г. У роботах висвітлюються проблеми та способи удосконалення електронної комерції, взаємодія з іншими сферами, наприклад маркетингом та в загальному економічну складову збутової діяльності та економічної діяльності. Зрозумілим стає той факт, що розробка практичних рекомендацій щодо ефективного ведення електронної комерції є досить важливою. Також потрібно систематизувати теоретичний матеріал щодо поняття та змісту електронної комерції на українському ринку.

Результати дослідження

Концепції “електронного бізнесу” та “електронної комерції” виникли в США у 1980-х роках і стали результатом розвитку більш ранніх ідей глобальної інформаційної економіки. В сьогоdnішніх умовах коли швидкість обробки інформації досить значна. В умовах реального часу потрібно приймати рішення та здійснювати певні дії. Інформаційні технології допомагають підприємницьким структурам інтегрувати себе у специфіку підприємства в країні і закордоном, адже значне відставання від передових комунікаційних технологій завдасть значних збитків.

З середини 90-х рр. у бізнесі особливого значення набуває електронна комерція. Завдяки цьому появляються нові терміни такі як: електронна торгівля, електронна комерція, інтернет-бізнес. Це явище зацікавило економістів, які в свою чергу здійснювали поглиблені дослідження. Інтенсивний розвиток інформаційних технологій також значною мірою надав популярності цим термінам. Сьогодні завдяки всевітній мережі, яка є головним каналом обміну товарами і послугами завдяки високій пропускній спроможності. Не високі витрати на організацію торгівлі, постійне зростання користувачів є запорукою успіху електронної комерції.

За даними «Gemius», станом на червень 2019 в Україні було 24,8 млн користувачів Інтернету. За рік карантину, пов'язаного з пандемією коронавірусу COVID-19, з початку 2020-го до початку 2021 року, тобто за 2020 рік, українська аудиторія соцмереж збільшилася на 7 млн осіб, зазначається в повідомленні компанії [GlobalLogic](#) із посиланням на підсумки дослідження, проведеного на основі відкритих даних. Станом на початок 2021 року кількість українських інтернет-користувачів становила майже 30 мільйонів, тобто близько 67 % населення країни. У 2021 році в Україні Інтернет вперше обійшов телебачення як джерело інформації. За результатами опитування, проведеного Research&Branding Group, 51 % опитаних українців у якості джерела інформації віддають перевагу Інтернету, тоді як телебаченню — 44 %, а радіо й друкованій пресі — 2 %. Але не тільки кількість користувачів, а й якість зв'язку з кожним роком стає краще. Складовою Інтернет-технологій та інших інформаційних технологій є електронна комерція, що забезпечує функціональність і нові способи ведення бізнесу, якими неможливо знехтувати. Електронна комерція- це діяльність суб'єктів бізнесу

для купівлі-продажу товарів та надання послуг, здійснюються з використанням мережевих технологій, зокрема глобальних мереж.[15].

Таблиця 1. Електронна комерція: найбільш вживані визначення у науковій літературі

Визначення	Автори
Використання електронних комунікацій та технологій обробки цифрової інформації для встановлення та змін відносин створення вартості між організаціями та між організаціями і індивідами.	А. А. Масвська, [1]
Будь-які форми ділової угоди з використанням інформаційних мереж.	А. И. Пушкарь, Е. Н. Грабовский, Е. В. Пономаренко. [2]
Ділова активність з купівлі-продажу товарів і послуг, що передбачає взаємодію сторін на основі інформаційних мереж (без безпосереднього фізичного контакту).	О. М. Юдін, М. В. Макарова, Р. М. Лавренко. [3]
Широкий набір інтерактивних методів ведення діяльності з надання споживачам товарів та послуг	Балик У. О., Колісник М. В. [4]
Сукупність дій фізичних і юридичних осіб із вчинення «електронних» право-чинів (укладання договорів) і які мають на меті отримання матеріальної вигоди)	І. О.Трубін. – К. : Алерта [5]
Система відносин у сфері здійснення обміну даними (електронними документами) та інформацією між суб'єктами господарювання з використанням глобальної мережі Інтернет	Желіховський В. М. [6]
Використання електронних комунікацій та технологій обробки цифрової інформації для встановлення та змін відносин створення вартості між організаціями та між організаціями та індивідам	Кошонько О. В.[7]
Відносини, спрямовані на отримання прибутку, що виникають під час вчинення правочинів щодо набуття, зміни або припинення цивільних прав та обов'язків, здійснені дистанційно з використанням інформаційно-комунікаційних систем, внаслідок чого в учасників таких відносин виникають права та обов'язки майнового характеру	Закон України Про електронну комерцію[8]
Бізнесдіяльність, що реалізується за допомогою інформаційних технологій і глобальної мережі інтернет.	Олійник Л. В. [9]
Комерційна взаємодія суб'єктів бізнесу з приводу купівлі-продажу товарів та послуг (матеріальних та інформаційних) з використанням інформаційних мереж (Internet, мережа стільникового зв'язку, внутрішні локальні мережі фірм)	Шалева О. І. [10]

Можна виділити такі недоліки електронної комерції:

- Недостатня безпека, шахрайство незаконне заволодіння особистою інформацією;
- Невизначеність ряду юридичних та фінансових питань, зокрема інтелектуальної власності, захист інформації, регулювання криптографії;
- Незнання правил введення іноземного бізнесу;
- Підміна даних, незаконне отримання паролів, ідентифікація даних за допомогою шкідливих програм.

Сьогоднішній споживач володіє декількома пристроями: смартфоном, планшетом, комп'ютером. І він очікує, що Інтернет-шопінг буде для нього швидким, легким і приємним.

Електронна комерція тісно поєднана зі збутовою діяльністю. Збутова діяльність - це система організації просування продукції, орієнтована на задоволення потреб покупців і одержання прибутку на основі формування попиту і стимулювання збуту[11]. Інтернет-інтеграція підприємства починається зі створення його представництва в мережі. Створюються власні сайти або інтернет магазини. Через електронну комерцію змінюються традиційна структура збутової діяльності на підприємствах. Щоб досягти більш кращої конкурентоспроможності потрібні конкурентоспроможні переваги серед яких застосовують електронну комерцію.

Потрібно вистроїти певну стратегію для методів електронної комерції, це допоможе орієнтувати послідовність дій. Розробку стратегії здійснюють в декілька етапів. При цьому варто зважати уже на існуючі засоби та надбання на підприємстві. Тобто для застосування електронної комерції для збутової діяльності підприємства потрібно організувати відповідні процеси збутової системи, таким чином щоб не перешкоджати її функціям. В свою чергу підприємство досягає конкурентних переваг за рахунок

зменшення витрат для збутової діяльності. Отже, для будь-якого суб'єкта бізнес-діяльності потрібно розвивати свою власну електронну комерцію.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. А. А. Масвська, Електронна комерція і право : навчально-методичний посібник. Харків, 2010. 256 с
2. А. И. Пушкар, Е. Н. Грабовский, Е. В. Пономаренко, Стратегічне управління розвитком електронного бізнесу та інформаційних ресурсів підприємства (моделі, стратегії, механізми): навч. вид., вид. ХНЕУ, 2006
3. О. М. Юдін, М. В. Макарова, Р. М. Лавренюк, Системи електронної комерції: створення, просування і розвиток : монографія /– Полтава : РВВ ПУЕТ, 2011
4. Балик У. О., Колісник М. В., Електронна комерція як елемент системи світового господарства. Вісник Національного університету «Львівська політехні-ка». 2014. № 811: Логістика. С. 11–19.
5. Трубін І.О., К. Алерта, Правові засади функціонування електронних грошей у сфері електронної комерції : монографія, 2013. 145 с.
6. Желіховський В. М., Правові засади електронної комерції в Україні: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 12.00.07 «Адміністративне право і процес, фінансове право, інформаційне право» / Київський національний університет внутрішніх справ. Київ, 2007. 22 с
7. Кошонько О. В., Електронні фінансові послуги. Сайт Хмельницького національного університету. URL: http://dn.khnu.km.ua/dn/k_default.aspx?M=k1095&T=intro&st=0&L=1 (дата звернення: 07.03.2023)
8. Закон України про електронну комерцію від 2015, № 45, ст.410 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19#Text> (дата звернення: 07.03.2023)
9. Олійник Л. В., Електронна комерція як новий формат підприємницької діяльності. Modern Economics. 2020. № 20(2020). С. 34-39.
10. Шалева О. І., Електронна комерція: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2011. 216 с.
11. Поняття збутової діяльності підприємства URL: <https://studfile.net/preview/5199297/> (дата звернення: 08.03.2023)
12. Інтернет в Україні URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%86%D0%BD%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%B5%D1%82_%D0%B2_%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D1%96 (дата звернення: 08.03.2023)
13. Індикатори оцінки інноваційного потенціалу розвитку промислового підприємства в умовах світового ринку/ А.Р. Дунська// Вісник НТУ „ХПІ”. Серія: Технічний прогрес і ефективність виробництва. Х.: НТУ „ХПІ”. 2013. С. 45-49.
14. Формування моделі збутової діяльності підприємства із використанням методів електронної комерції. Шалева О.І.
15. Україна: 56 відсотків онлайн-реклами відображається в полі зору користувача URL: <https://www.gemius.com/advertisers-news/ukraine-56-per-cent-of-on-line-advertisements-displayed-within-the-users-view.html> (дата звернення: 13.03.2023)

Гарук Владислав Володимирович – студент групи МІТ-20б, факультет менеджмент інформаційних технологій, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: vgaruk12@gmail.com

Міронова Юлія Володимирівна – канд. екон. наук, доцент кафедри менеджменту та безпеки інформаційних систем, Вінницький національний технічний університет.

Garuk Vladyslav Volodymyrovych – student of MIT-20b group, faculty of information technology management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: vgaruk12@gmail.com

Mironova V. Yuliia – candidate of economy Sciences, Associate Professor of the Department of Information Systems Management and Security, Vinnytsia National Technical University.