

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

АНДРЕЄВА Л.О.

*к.е.н., доцент кафедри підприємництва,
торгівлі та біржової діяльності*

БОЛТЯНСЬКА Л.О.

*к.е.н., доцент кафедри підприємництва,
торгівлі та біржової діяльності*

ЛИСАК О.І.

*к.е.н., доцент кафедри підприємництва,
торгівлі та біржової діяльності*

*Таврійський державний агротехнологічний університет
м. Мелітополь, Україна*

В Україні електронна комерція почала розвиватися нещодавно в порівнянні з провідними країнами світу. Підприємцям важливо вивчати та враховувати світові досягнення в цій сфері для забезпечення ефективного розвитку.

В сучасних умовах електронна комерція в світовій торгівлі має важливе значення, адже Internet став ефективним посередником між підприємцями в усьому світі. Проникнення інформаційних та комунікативних технологій в світові комерційні операції створює нові можливості для бізнесу та споживачів в усьому світі.

Поняття «електронна комерція» має різні тлумачення. Частина авторів відособлює поняття електронного бізнесу, електронної комерції та електронної торгівлі, інші – їх ототожнюють. Зокрема, А. Саммер, Гр. Дункан визначають електронну комерцію як будь-яку форму бізнес-процесу, в якому взаємодія між суб'єктами відбувається електронним шляхом з використанням Internet-

технологій, а електронну торгівлю як процес купівлі-продажу товарів чи послуг, за якого весь цикл комерційної транзакції чи його частина здійснюється електронним шляхом [1]

Тардаскіна Т.М. виділяє електронну комерцію як складову електронного бізнесу, один із способів його здійснення. Вона зазначає, що *електронний бізнес* – це вид економічної діяльності компаній через комп'ютерні мережі, зокрема, з метою отримання прибутку. В той же час, *електронна комерція (e-commerce)* – вид електронної комерційної діяльності з використанням інформаційних комунікаційних технологій. [2, с. 24]

Закон України «Про електронну комерцію» визначає електронну комерцію як 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-телекомунікаційних систем, внаслідок чого в учасників таких відносин виникають права та обов'язки майнового характеру. Цей же нормативний документ регламентує електронну торгівлю як господарську діяльність у сфері електронної купівлі-продажу, реалізації товарів дистанційним способом покупцю шляхом вчинення електронних правочинів із використанням інформаційно-телекомунікаційних систем. [3]

Визначення електронної комерції, надане в документах UNCITRAL (Комісії ООН з міжнародного торговельного права), являє собою перерахування різних видів операцій, що здійснюються через Internet та інші електронні засоби комунікацій, що обумовлено широким тлумаченням поняття «торгівля». До них належать будь-які торгові угоди (постачання товарів/послуг або обмін товарами/послугами), дистриб'юторські угоди, факторинг, лізинг, інжиніринг, купівля-продаж ліцензій, банківські послуги, страхування, угоди про експлуатацію та концесії, перевезення товарів і пасажирів повітряним, залізничним та автомобільним транспортом та інші форми комерційного співробітництва.

Тобто використання понять електронний бізнес, електронна комерція та електронна торгівля чітко не регламентовано. В своїй праці Н. Чучко та Г. Лозікова пропонують об'єднати поняття електронної комерції та електронної торгівлі: «оскільки в українській мові поняття «торгівля» відрізняється від поняття «бізнес», то і терміни «електронна торгівля» та «електронний бізнес» будемо відокремлювати і вважати електронну комерцію або електронну торгівлю складовими електронного бізнесу». [4, с. 153]

О. Кудіна вважає, що електронна торгівля охоплює весь процес товарно-грошового обміну, реалізованого електронним способом, а не лише ту його частину, яка безпосередньо пов'язана з купівлею-продажем. [5]

Таким чином, електронна комерція (торгівля) в широкому розумінні – це використання комп'ютерних мереж для підвищення ефективності організації. Підвищення ефективності організації можна досягти за рахунок збільшення долі ринку, підвищення рентабельності, покращення обслуговування клієнтів та пришвидшення доставки. Електронна комерція – це не лише замовлення товарів з каталогу «он-лайн». Вона містить аспекти електронної взаємодії компанії з усіма особами, що визначають майбутнє компанії, від інвесторів до потенційних покупців або співробітників.

В теперішній час майже половина людства користується мережею Internet, і більш ніж кожна четверта людина здійснює on-line покупки.

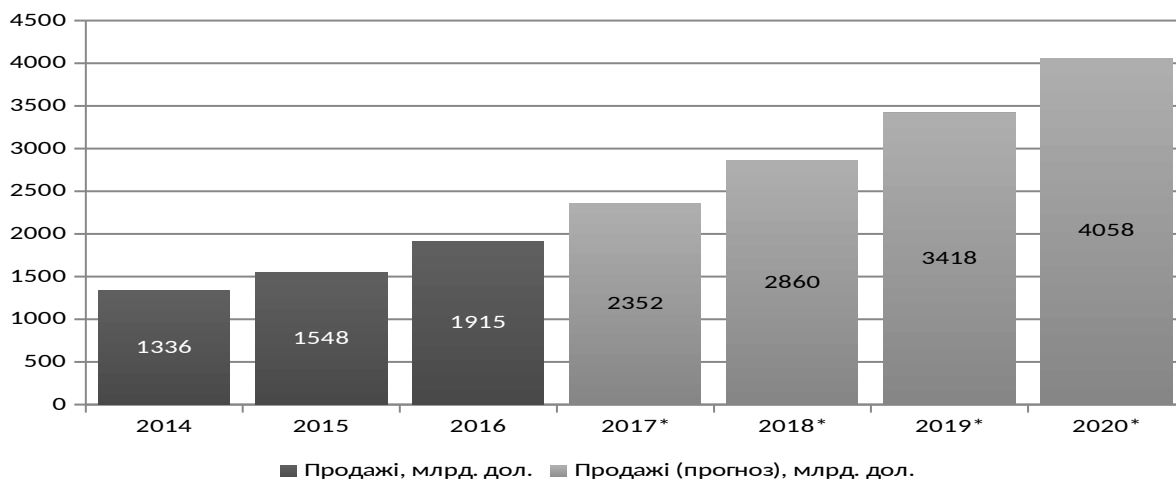


Рис. 1. Обсяги роздрібної інтернет-торгівлі в світі з 2014 року з прогнозом до 2020 року [7]

Якщо поглянути на структуру торговельних онлайн-угод, то можна побачити, що 85,2% угод здійснюються в 10-ти країнах-лідерах електронної торгівлі (рис. 2). Світовим лідером електронної комерції є Китай. Україна разом з усіма іншими країнами світу знаходиться в тих 14,8%, що залишилися.

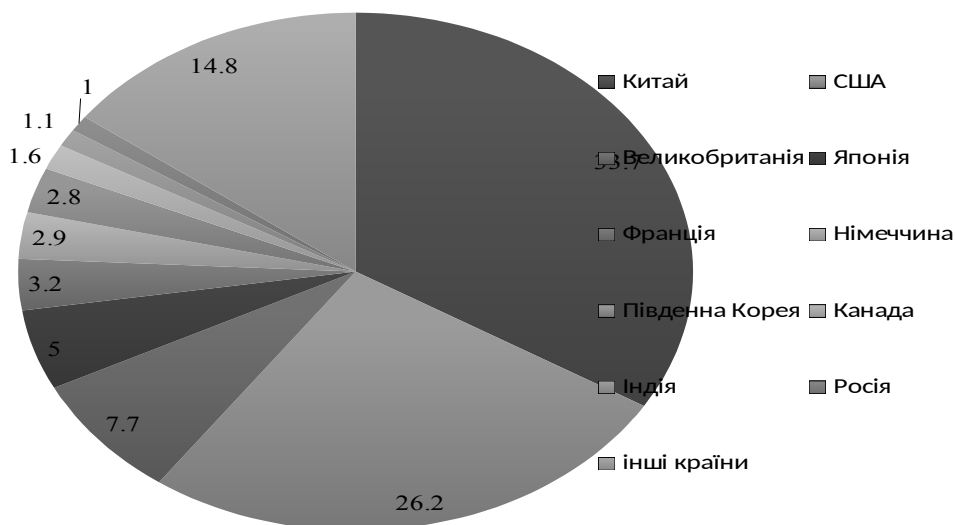


Рис. 2 Структура торговельних онлайн-угод в світі в 2016 р. [6]

Досвід передових країн показує, що розвиток електронної комерції відбувається швидкими темпами. Якщо в 1994 р. обсяг ринку електронної комерції в США становив 240 млн. дол., то в 2012 р. – 186 млрд. дол. Ще більш стрімкий розвиток електронної торгівлі спостерігаємо в Китаї. В 2012 році Китай посідав друге місце на ринку електронної торгівлі із оборотом в 75,3 млрд. дол., а в 2014 р. вже обігнав Сполучені Штати Америки та посів перше місце в світі із оборотом в 538 млн. дол. В 2015 р. обсяг електронної торгівлі Китаю становив вже 766,5 млрд. дол., що складало 35% світової електронної торгівлі. За словами комерційного аналітика Morgan Stanley в Китаї Роберта Ліня, доля Китаю в майбутньому буде лише збільшуватись.

В Україні електронна торгівля з'явилася порівняно нещодавно, проте серед усіх галузей економіки розвивається найбільш швидкими темпами. За підрахунками фінансової компанії Fintime, оборот вітчизняного ринку інтернет-торгівлі у 2012 році досяг 1,6 млрд. дол., майже втричі перевищивши показники 2008 р. [7] За даними European B2C E-Commerce Report 2016 щороку обсяг онлайн-торгівлі збільшується на 25-35%. [9].

За результатами дослідження Кредитпромбанку (табл. 1) за період з 2007 по 2016 рр. в Україні спостерігається зростання обсягів як роздрібної торгівлі в цілому, так і обсягів електронної торгівлі.

Таблиця 1

Динаміка показників роздрібної та електронної торгівлі в Україні в 2007-2016 рр.

Показники	роки									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Обсяг роздрібної торгівлі в Україні, млрд. дол.	63,2	85,2	56,9	66,8	84,7	99,5	105,5	111,8	118,5	125,6
Обсяг інтернет-торгівлі в Україні, млрд. дол.	0,40	0,60	0,55	0,73	1,10	1,59	2,37	3,24	4,44	5,65
Проникнення інтернет-торгівлі в Україні, %	0,6	0,7	1,0	1,1	1,3	1,3	2,3	2,9	3,8	4,5

Джерело: [8]

За досліджуваний період обсяг роздрібної торгівлі зріс майже в 2 рази, а електронної торгівлі – більш ніж в 14 разів. Відповідно збільшується і коефіцієнт проникнення інтернет-торгівлі. Якщо в 2007 р. відсоток проникнення електронної комерції в роздрібну торгівлю був лише 0,6%, то в 2016 – вже 4,5%.

Необхідно відмітити, що на відміну від інших секторів економіки, криза лише сприяла зростанню електронної торгівлі в Україні. Підприємці намагаються знизити витрати на оренду приміщень, покупці шукають більш дешеві товари, і тому частина торгівлі переходить в мережу. Один лише торговельний майданчик Prom.ua в 2016 р. збільшив кількість продавців на 111 тисяч. В той же час

можливості для поширення електронної комерції дуже значні – в 2016 році лише 4,5% роздрібних торгівельних операції здійснювалися он-лайн (в світі цей показник становив 9,3%, а в Китаї – 11%).

Необхідно відмітити, що в Україні існують і певні перешкоди для розвитку електронної комерції. До них в першу чергу слід віднести недосконалість нормативної бази (в тому числі щодо захисту прав інтелектуальної власності, регулювання фінансових питань та договірних суперечок). Потребують удосконалення норми регулювання роботи електронних платіжних систем, питання оподаткування, митні питання, проблеми конфіденційності та безпеки.

Значні перепони для розвитку торгівлі в інтернеті виникають через недостатній розвиток мереж та невелику кількість покупців. За даними компанії Gemius станом на липень 2017 р. інтернет-аудиторія України становила 22 млн. чол., а кількість осіб, що купують в інтернеті становила 3,5 млн. чол. (16% інтернет-користувачів). [13] В той час як в Європі цей показник складає 50,9%, а в Великобританії – 81%.

Також уповільнює темпи поширення електронної торгівлі в Україні невисокий рівень довіри до покупок в мережі через завищення цін в електронних магазинах та випадки шахрайства з електронними картками, слабкий захист персональних даних. Поки що недостатньо розвинені в нашій країні логістика та обслуговування покупців із регіонів.

Через те, що електронна торгівля порівняно нове явище в Україні у власників інтернет-магазинів та майданчиків виникають проблеми з наймом кваліфікованого персоналу. Створення та супроводження сайтів, консультування, організація зворотного зв'язку – ці питання потребують фахового підходу. Доведено, що людський фактор в електронній торгівлі може впливати як на кількість відвідувачів, так і на обсяг виручки.

Крім того, розвиток електронної торгівлі гальмує недостатнє поширення електронних платіжних систем. Лише 4% онлайн-покупців в Україні здійснюють оплату за допомогою платіжних карток, тоді як в США та

Великобританії – 75%. Великі продавці лише нещодавно почали активно працювати з провідними платіжними системами, в більшості невеликих магазинів такі можливості відсутні.

Незважаючи на велику кількість перепон, український бізнес активно освоює сферу електронної комерції. Результати бліц-опитування учасників роздрібною торгівлі показують, що 45% опитаних планують відкриття або розвиток онлайн-магазинів, 40% респондентів планують здійснити більш 10% продаж через інтернет. [10]

Висновки. Проведене дослідження показало, що галузь електронної комерції в Україні має стійку тенденцію до зростання. Попри складну ситуацію в економіці країни (а частково і внаслідок такої ситуації) український бізнес активно переміщує свою діяльність в мережу інтернет. Популярність покупок в Інтернеті в найближчі роки зростатиме, особливо якщо покращиться економічна ситуація і зросте платоспроможність населення. На теперішній час високий рівень конкуренції спостерігається лише в найбільш популярних товарних позиціях, тому велика кількість напрямків залишаються відкритими для нових учасників.

Ринок електронної торгівлі має значний потенціал зростання за умов вирішення проблем технологічного супроводження електронних торговельних майданчиків, забезпечення безпеки особистих і платіжних даних покупців, подальшого розвитку логістичних мереж, вдосконалення правового забезпечення електронної торгівлі.

Для досягнення найкращих результатів важливо відслідковувати найновіші досягнення лідерів світової інтернет-торгівлі. Серед головних трендів розвитку ринку електронної торгівлі слід відмітити розвиток мобільних додатків та мобільних платежів, орієнтацію на омніканальність, клієнтоцентричність та персоналізацію продаж. При цьому забезпечення виняткового клієнтського сервісу має залишатися серед обов'язкових вимог до свого бізнесу.

Практика показує, що ринок успішно знаходить рішення всіх проблем, які виникають у процесі його розвитку, і найбільш ефективні рішення досить швидко стають фактичними стандартами в галузі.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Summer, A. E-Commerce [Text] / A. Summer, Gr. Dunkan. — NYH Publishing, 1999. — 263 p.
2. Тардаскіна Т.М. Електронна комерція: Навчальний посібник / Тардаскіна Т.М., Стрельчук Є.М., Терешко Ю.В. - Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2011. - 244 с.
3. Закон України «Про електронну комерцію» (Відомості Верховної Ради (ВВР), 2015, № 45, ст.410) {Із змінами, внесеними згідно із Законом № 1977-VIII від 23.03.2017, ВВР, 2017, № 20, ст.240}
4. Електронна торгівля в системі світогосподарських відносин / Н.О. Чучко, Г.М. Лозікова // Економіка пром-сті. — 2011. — № 4. — С. 153-158.
5. Кудіна О. Ю. Розвиток електронної торгівлі в умовах становлення глобального інформаційного простору / О.Ю. Кудіна //Бюлетень Міжнародного Нобелівського економічного форуму. – 2011. – №. 1. – С. 4.
6. **Retail e-commerce sales worldwide from 2014 to 2021 (in billion U.S. dollars)/ Statista.** [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.statista.com/statistics/379046/worldwide-retail-e-commerce-sales/>
7. Додали в кошик. Інтернет-торгівля стала лідером української економіки за темпами зростання. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ua.korrespondent.net/journal/1576449-korrespondent-dodali-v-koshik-internet-torgivlya-stala-liderom-ukrayinskoyi-ekonomiki-za-tempami-zros>
8. Рынок e-commerce в Украине. / Кредитпромбанк. Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.kreditprombank.com/upload/content/512/E-commerce_Market_in_Ukraine.pdf