

## АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ СТАНОВЛЕННЯ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНІВ В УКРАЇНІ

Вінницький національний технічний університет

### **Анотація**

*В статті проаналізовано основні фактори, які впливають на створення та активне розповсюдження інтернет-магазинів. Проведено оцінювання ролі інтернет-магазинів на вітчизняному ринку у даний момент та спрогнозовано можливі перспективи їх майбутнього розвитку.*

**Ключові слова:** інтернет-магазин, інтернет, Україна, торгівля, оцінка, фактори, перспективи.

### **Abstract**

*The article analyzes the main factors that influence the creation and active distribution of online stores. The evaluation of the role of online stores in the domestic market is carried out at the moment and the possible prospects for their future development are predicted.*

**Keywords:** online store, internet, Ukraine, trade, evaluation, factors, perspectives.

### **Вступ**

Останніми роками в усьому світі все більшого поширення набувають методи ведення бізнесу в сфері інтернет-торгівлі. Інтернет-магазин або електронний чи віртуальний магазин, з англійської – e-shop являє собою спеціалізований Web-сайт, який належить фірмі-товаровиробнику чи торговій фірмі та призначений для просування споживчих товарів на ринку, збільшення обсягів продажу, залучення нових покупців [1]. Торгівля через Інтернет дозволяє істотно знизити вартість продукції, оскільки відпадають потреби в утриманні торгових площ, придбанні торговельного обладнання, не потрібно утримувати торговельний персонал. Також застосування Інтернету дозволяє швидко і з незначними витратами вивести і просувати продукцію на національний і міжнародні ринки.

Метою роботи є аналіз причин створення і популярності інтернет-магазинів в Україні, а також дослідження їх можливості подальшого розвитку.

### **Результати дослідження**

Протягом своєї історії торгівля постійно змінювалася і розвивалася: все почалось як обмін речами, а далі вже для цього почали виділяти спеціальні місця. Згодом з'явилися перші зразки грошей і так у процесі еволюції торгівля дійшла до того, що для здійснення покупки не потрібно особисто бути в місці де щось продають, а стало можливе займаючись своїми справами деінде й мати при цьому змогу зробити покупку. Цей процес отримав назву торгівля в Інтернеті.

Торгівля в Інтернеті на території України почала зароджуватися в дев'яності роки минулого століття. На той час активно розширювався асортимент електротехніки та електроніки, хоча відносно асортименту сьогодення він був вкрай вузьким. З іншого боку, такі чинники, як низький рівень життя населення, мінімальний відсоток населення, що мали доступ до мережі Інтернету, не сприяли позитивному розвитку інтернет-ринку в Україні.

Проте завдяки стрімкому розвитку науково-технічного прогресу інноваційні заходи в сфері віртуального ринку почали з'являтися в Україні як перші інтернет-магазини електроніки, які в своїй чисельній більшості і сформували комп'ютерний ринок в 90-ті роки минулого століття. За допомогою інтернет-магазинів, самі "просунуті" на той час користувачі купували комп'ютери і комплектуючі. Упродовж декількох наступних років до асортименту інтернет-торгівлі увійшли мобільні телефони, більш сучасна аудіо і відеотехніка, інші види товарів. З часом все більша частка населення підключалась до Інтернету і популярність інтернет-магазинів безперервно зростала.

Бізнес у цій сфері є доволі перспективний, адже, за даними порталу Statista, всього 13 років назад у 2005 році загальна кількість інтернет-користувачів у світі ледве перевищувала 1 млрд, а вже у 2017-му їх було понад 3,5 млрд, тобто близько половини населення планети. З них онлайн-шопінг практикує понад 1,5 млрд осіб, більшість із яких розраховується за допомогою кредитних карток та електронних платежів. [2]

Якщо подивитися на ситуацію в нашій країні, то масштаби в нас є меншими, проте відносно велика частина населення користується Інтернетом і робить покупки в інтернет-магазинами, особливо молодь, тому цей напрямок віртуального бізнесу є доволі перспективним. Слід також зауважити, що не дивлячись на нестабільну економічну, політичну і військову ситуацію на Україні відсоток користувачів послугами інтернет-покупок стабільно зростає з року в рік. Так, на рисунку 1 можна побачити самі поширені форми Інтернет торгівлі в Україні, а саме:

- 32% – виділений проект на базі існуючого оф-лайн магазину;
- 14% – інтернет-магазин, що не має бази у вигляді оф-лайн магазину;
- 17% – повністю віртуальний інтернет-магазин, що не має бази у вигляді оф-лайн магазину і власного складу;
- 16% – дилер одного чи кількох магазинів, що не їх прямим продовженням;
- 21% – як одна з вітрин оф-лайн магазину.

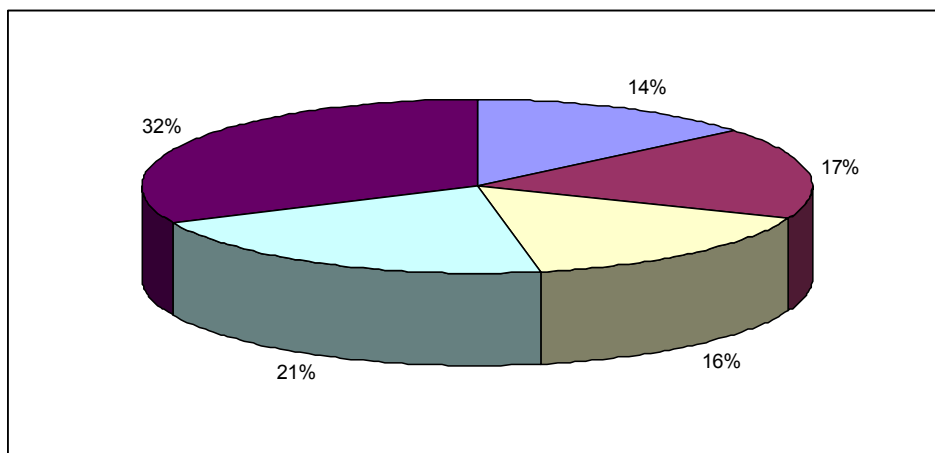


Рис. 1. Основні форми організації інтернет-магазинів на Україні

Як можна побачити з рисунка 1, третину всіх інтернет-магазинів України займають магазини, які створені на базі вже існуючого офлайн-магазину. Це говорить перш за все те, що вже існуючі магазини переходять на новий рівень розвитку і просують свою продукцію як в мережі так і поза нею. П'яту частину ринку займає також складова офлайн-магазину в інтернеті проте вона більш вужча за номенклатурою та асортиментом, ніж магазин, на основі якого була створена його інтернет складова. З вищенаведеного можна зробити висновок, що майже половина всього віртуального ринку України на даний момент є прикріпленими до існуючих офлайн магазинів, що є однією з їх складових і лише третина магазинів повністю займається інтернет-торгівлею.

За підрахунками компанії EVO, порівнюючи з 2016-м, товарообіг у сфері онлайн-торгівлі у 2017 році зріс на 68%, кількість замовлень — на 61%, а вартість середнього чека — на 4%. Загальний же обсяг е-комерції в Україні оцінюють у 50 млрд грн, а до кінця 2018-й очікується зростання до 65 млрд грн. Такі показники є нищими ніж в Європі і цьому є логічне пояснення, адже за даними Держстатистики, у 2017 році українці витрачали майже 50% своїх доходів на їжу (включно з алкоголем і тютюном), а це є традиційною сферою офлайн-торгівлі [3].

### Висновки

Отже, інтернет-торгівля була створена в результаті процесу еволюції класичної торгівлі, а в Україні почала зароджуватись у 90-их роках ХХ століття і вона з кожним роком набуває все більшої і більшої популярності збільшуючи свою частку на ринку. На даний момент половина інтернет-

торгівлі здійснюється завдяки он-лайн версіям оф-лайн магазинів, але третина магазинів є абсолютно незалежна від оф-лайн версій і є самостійними економічними суб'єктами. З огляду на існуючі світові і вітчизняні тенденції та швидкий розвиток і здешевлення інтернет-технологій, з великою долею вірогідності можна прогнозувати, що в недалекому майбутньому саме інтернет-торгівля може витіснити з обороту звичайну для нас зараз оф-лайн торгівлю і стати звичайним і необхідним явищем в житті пересічного українця.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Навчальні матеріали онлайн [Електронний ресурс]. – режим доступу: [http://pidruchniki.com/10931123/informatika/organizatsiya\\_tehnologiya\\_roboti\\_internet-magazinu](http://pidruchniki.com/10931123/informatika/organizatsiya_tehnologiya_roboti_internet-magazinu)
2. Офіційний портал Статистика [Електронний ресурс]. – режим доступу: [www.statista.com](http://www.statista.com)
3. Державна служба статистики України. [[Електронний ресурс]. – режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

***Нікіфорова Лілія Олександрівна** - к.е.н., доцент каф. ЕПВМ, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: [nikiforovalilia@gmail.com](mailto:nikiforovalilia@gmail.com), [nikiforova@vntu.edu.ua](mailto:nikiforova@vntu.edu.ua)*

***Лошак Михайло Володимирович** – студент групи МОВ-15б, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, [fm.3mo15.loshak@gmail.com](mailto:fm.3mo15.loshak@gmail.com).*

***Nikiforova Liliya Oleksandrivna** – Ph.D. (Econ.), Associate Professor, Associate Professor of Business Economics and Production Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsa.*

***Loshak Mykhailo Volodymyrovych** - student of the MOB-15b group, Faculty of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.*