

УДК 330.837

Прожога І.В.
кандидат економічних наук,
завідувач кафедри економіки та управління
Шосткинського інституту Сумського державного університету

Мануйлович Ю.М.
кандидат економічних наук,
викладач кафедри економіки та управління
Шосткинського інституту Сумського державного університету

Сачко О.О.
бакалавр
Шосткинського інституту Сумського державного університету

ЄВРОІНТЕГРАЦІЯ ТА АСПЕКТИ ІНТЕРНЕТ-ТОРГІВЛІ

EUROPEAN INTEGRATION AND ASPECTS OF INTERNET COMMERCE

АНОТАЦІЯ

У статті розглянуто значення євроінтеграційних процесів в Україні та їхній вплив на розвиток торгівлі. Досліджено методи ведення бізнесу в Інтернеті, зокрема інтернет-торгівля. Акцентовано увагу на значущості ефективного розвитку електронної комерції в Україні, що є кроком до євроінтеграції. Запропоновано шляхи вдосконалення і розвитку електронного бізнесу в Україні.

Ключові слова: євроінтеграція, інтернет-торгівля, електронна комерція, інтернет-магазин.

АННОТАЦИЯ

В статье рассмотрено значение евроинтеграционных процессов в Украине и их влияние на развитие торговли. Исследованы методы ведения бизнеса в Интернете, в частности интернет-торговля. Акцентировано внимание на значимости эффективного развития электронной коммерции в Украине, что является шагом к евроинтеграции. Предложены пути совершенствования и развития электронного бизнеса в Украине.

Ключевые слова: евроинтеграция, интернет-торговля, электронная коммерция, интернет-магазин.

ANNOTATION

The article considers the significance of European integration processes in Ukraine and their impact on trade development. The methods of conducting business on the Internet, in particular Internet commerce, are explored. The emphasis is placed on the importance of the effective development of e-commerce in Ukraine, which is a step towards European integration. The ways of perfection and development of e-business in Ukraine are offered.

Keywords: European integration, internet commerce, e-commerce, Internet shop.

Постановка проблеми. Процес сучасної євроінтеграції, укладення Угоди про асоціацію між Україною та ЄС, впровадження нових аспектів забезпечення якості товарів і послуг потребує забезпечення рівності доступу до інформаційних ресурсів, захисту інтересів підприємництва на міжнародних, зокрема європейських, ринках на основі нових пріоритетів.

Для України євроінтеграційне спрямування є головним напрямом та можливістю її включення в наявну систему розподілу функцій і ролей у сучасній світовій економічній та політичній системі.

В інтеграційній стратегії України основним напрямом нині виступає євроінтеграція, яка офіційно проголошена ключовим пріоритетом зовнішньої політики України.

Тому саме зараз виникає потреба дослідження основних етапів євроінтеграційних процесів України та оцінки їхнього впливу на розвиток торгівлі. Це допоможе виявити загрози та можливості, пов'язані з реалізацією євроінтеграційних намірів за змін зовнішньої політики тощо.

Останнім часом в усьому світі все більшого поширення набувають методи ведення бізнесу в Інтернеті, зокрема інтернет-торгівля. Використання Інтернету дає змогу швидко та з незначними витратами вивести і просувати продукцію на національний та міжнародні ринки.

Отже, для України інтернет-торгівля набуває особливої актуальності, оскільки в наявних складних економічних умовах вона дає змогу швидко і з відносно невеликими витратами організувати збут продукції вітчизняних товаровиробників, забезпечуючи їх виживання та розвиток.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання організації та вибору методів інтернет-торгівлі досліджувались у працях вітчизняних науковців. Зокрема, у працях В.В. Апопія [1] та В.М. Кравець [4] детально розглянуто основні проблеми та перспективи розвитку інтернет-торгівлі в Україні. Зазначається, що відсутність будь-якої діяльності з боку виробничих компаній у всесвітній мережі розцінюється як недолік. Удосконалення системи продажів у мережі Інтернет завдяки експлуатації мобільної торгівлі розглянуто в працях В.В. Драчова [3] та І.І. Дахно [2].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Проте євроінтеграційні процеси значно впливають на електронну комерцію та розвиток інтернет-торгівлі в Україні, а це питання є недослідженим.

Мета статті полягає у розгляді теоретичних та практичних аспектів стратегічного аналізу інтернет-торгівлі України в євроінтеграційних процесах.

Виклад основного матеріалу дослідження. Євроінтеграція передбачає стратегічне

завдання, що полягає в забезпеченні ефективності для України, світової економічної стабільності, співробітництва та взаємної вигоди, а також є кроком до конкурентоспроможної економіки, залучення іноземних інвестицій і новітніх технологій, вільного руху кваліфікованої робочої сили, товарів, послуг, наукової співпраці, а все це передбачає вихід на єдиний спільний ринок. Співробітництво України з ЄС сприятиме наближенню нашої держави до високих європейських стандартів, підвищенню рівня життя та добробуту населення, енергетичній безпеці держави.

Онлайн-торгівля є одним з найбільш динамічних ринків і входить у невелику кількість тих сегментів економіки, що продовжують зростати і розвиватися, незважаючи на кризу та інші проблеми, з якими країна зіткнулась останнім часом.

Згідно з дослідженнями ринку e-commerce, проведеним «Morgan Stanley Research», «Fintime», «Forbes.ua», «Gemius Україна», «InMind», «InAU», світовий ринок електронної комерції виглядає так, як на рис. 1, а ринок України – в табл. 1.

Як видно з табл. 1, темпи зростання як проникнення інтернет-торгівлі в економіку, так і фактичних обсягів в грошовому еквіваленті стрімко збільшуються.

Також очевидно, що майбутнє торгівлі України за e-commerce, що зображено на рис. 2.

У 2016 році «Цитрус» став другим за відвідуванням інтернет-магазином в Україні (рис. 3).

Найбільший маркетплейс України «Prom.ua» – проєкт української IT-компанії «EVO». На його платформі підприємці самостійно створюють інтернет-магазини або розміщують свої товари в загальному каталозі, а покупці знаходять величезний асортимент товарів.

Порівняно з першою половиною 2015 року у першому півріччі 2016 року товарообіг «Prom.ua» збільшився на 100% і склав 4 млрд. грн.

Згідно з даними «Prom.ua» список найбільш відвідуваних інтернет-магазинів за перші шість місяців 2016 року виглядає так (табл. 2).

Протягом лютого 2016 року Київський міжнародний інститут соціології (КМІС) здійснював всеукраїнське дослідження користування Інтернетом дорослим населенням України. Дослідження було проведене методом особистого інтерв'ю за місцем проживання. Усього опитано 2 020 респондентів, що мешкають у всіх регіонах України (крім Криму та непідконтрольних Україні територій) за стохастичною вибіркою, репрезентативною для населення України віком від 18 років.

Обсяг вибірки становить 10 170. Вибірка є репрезентативною для дорослого населення (віком 18 років і старше) України загалом, а також для кожної області України. Дослідження проводилися за випадковою багатоступінчастою вибіркою з квотним відбором на останньому етапі.

На початку 2016 року майже 62% дорослого населення України користувалися Інтернетом (рис. 4). Кількість користувачів Інтернету продовжує зростати більшими темпами, ніж це прогнозувалося. Темп приросту протягом лютого 2015 року – лютого 2016 року склав 8%.

За підсумками 2016 року Україна випередила всі інші європейські країни за таким показником, як темпи зростання продажів в Інтернеті (для нашої країни цей показник склав 35%).

Однією з важливих складових портрета інтернет-користувача є його дохід. Тут явно позначається негативний вплив поточної еконо-

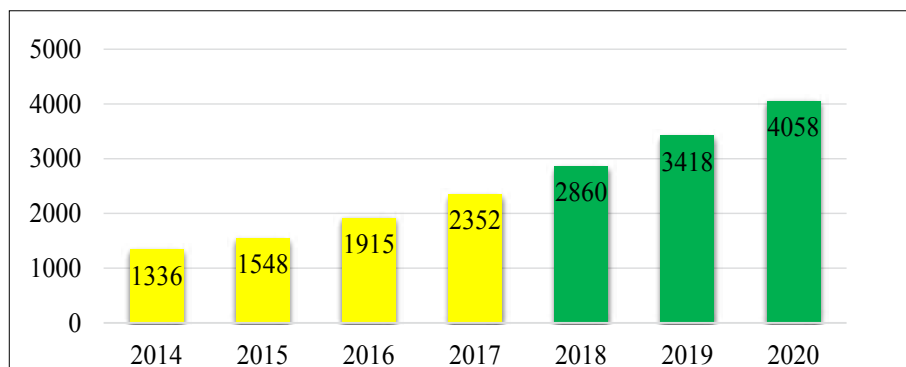


Рис. 1. Обсяг роздрібної торгівлі у світі, дол. США [12]

Таблиця 1

Розвиток електронної комерції в Україні за 2007–2016 роки [12]

Показник	2007 рік	2008 рік	2009 рік	2010 рік	2011 рік	2012 рік	2013 рік	2014 рік	2015 рік	2016 рік
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
Ріст, %		50	-8	34	50	45	49	37	37	27
Проникнення інтернет-торгівлі в Україну, %	0,6	0,4	1,0	1,1	1,3	1,6	2,3	2,9	3,8	4,5

мічної ситуації, адже тільки 9% користувачів мають дохід вище середнього, а у кожного третього він нижче середнього.

Більше половини користувачів, як і раніше, користуються Інтернетом з домашнього комп'ютера. Частка тих, хто використовує мобільні пристрої, продовжує зростати, і зараз вона вже наблизилась до показника у 44%.

Прогноз розвитку e-commerce в Україні на 2018–2020 роки буде виглядати так:

- подальше розмиття кордонів ринків, глобалізація та євроінтеграція;
- поступове формування загальносвітових вимог і споживчих очікувань щодо ціни та сервісу;
- швидкість доставки;
- вибір асортименту та якості товарів, посилення конкуренції, як внутрішньої, так і міжнародної;
- зростання обсягів онлайн-торгівлі;

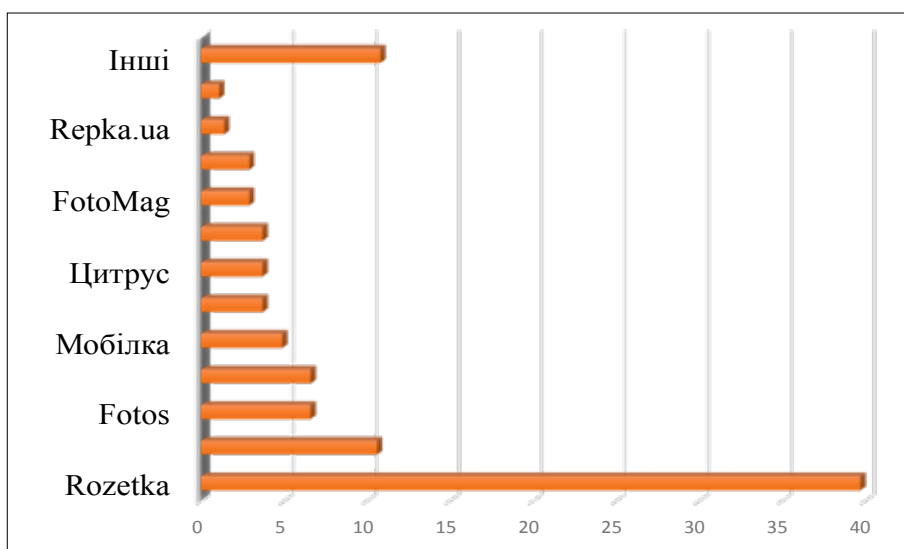


Рис. 2. Найбільш відвідувані сайти України за 2015 рік [6]

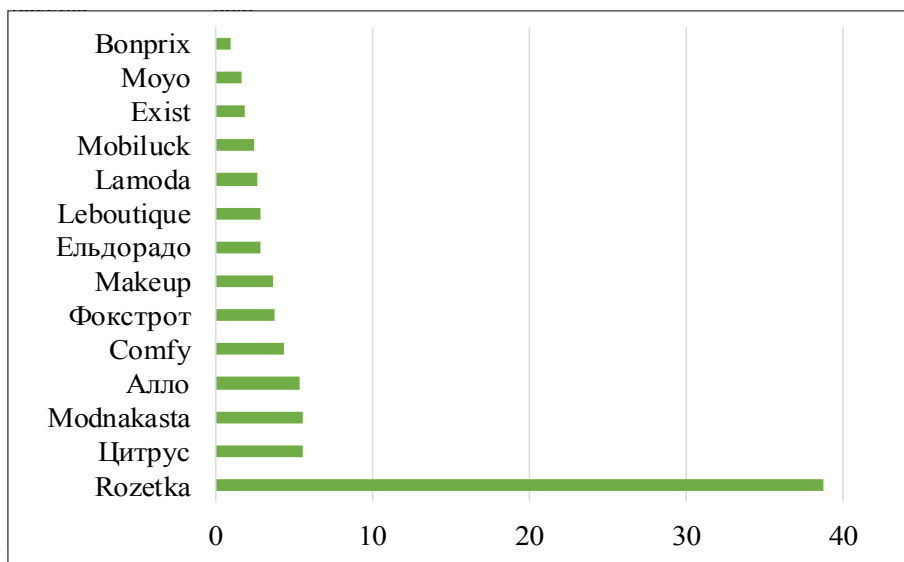


Рис. 3. Найбільш відвідувані інтернет-магазини за 2016 рік [5]

Таблиця 2

Найпопулярніші категорії товарів на "Prom.ua" в Україні

Найменування	Кількість	Найменування	Кількість
Одяг, взуття, аксесуари	1 645 120	Спорт і відпочинок	325 929
Дім і сад	701 869	Авто, мото	273 952
Краса і здоров'я	529 788	Товари для дітей	250 018
Техніка і електроніка	465 667	Товари для надання послуг	236 084
Подарунки, книги, хобі	380 850	Продукти харчування, напої	201 986

Джерело: складено авторами на основі даних джерела [10]

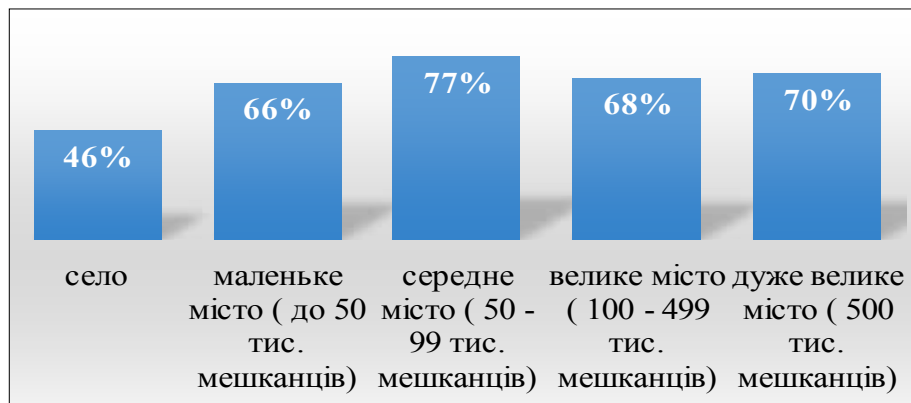


Рис. 4. Частка користувачів Інтернету серед мешканців поселень різних типів за 2016 рік [11]

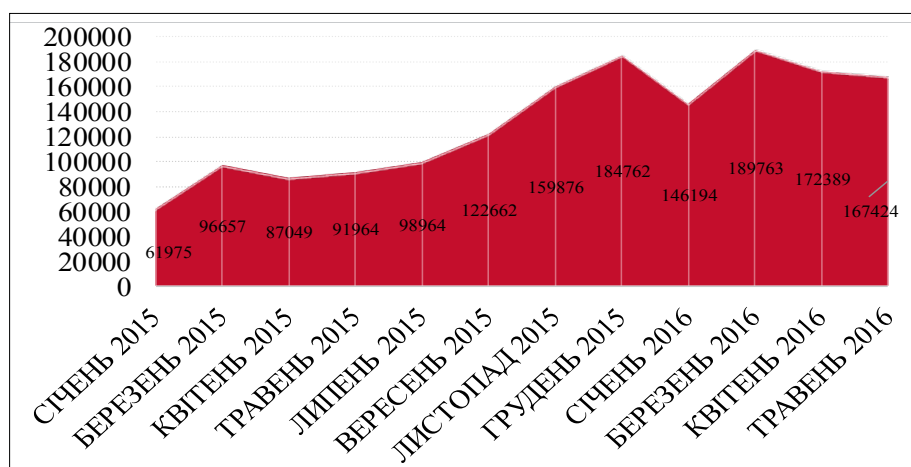


Рис. 5. Динаміка замовлень товарів українського виробництва за даними "Prom.ua" [9]

– зростання кількості споживачів, що віддають перевагу купівлі онлайн;

– поповнення онлайн-сегменту новими галузями як в "Business to consumer", так і в "Business to business".

Отже, прогноз для e-commerce українських інтернет-магазинів загалом позитивний. Так, усе більше споживачів ставатимуть онлайн-покупцями, все більше магазинів відкриватимуть свої інтернет-магазини, інформаційні сайти і сайти-каталоги додаватимуть e-commerce до поточного користування.

Загальний обсяг ринку, що становить за підсумками 2016 року 5,65 млрд. дол., до кінця 2018 року подвоїться і перетне позначку у 10 млрд. дол. Рівень інтеграції "e-commerce" в Україні вкрай низький на фоні загальносвітових цифр і потенційно може зрости до 25 млрд. дол. до 2020 року.

До покращення інтернет-торгівлі в Україні необхідно підходити комплексно. Українське законодавство вже зробило значні кроки у напрямі врегулювання відносин у сфері електронного документообігу.

Досить важливим фактором, що впливає на покращення інтернет-торгівлі в Україні,

є недосконалість програмного забезпечення. Зазвичай інтернет-компанії вибирають метод скорочення витрат за рахунок зниження собівартості устаткування та програмного забезпечення, що призводить до погіршення якості власних сайтів, роблячи їх неконкурентоспроможними серед інших сайтів інтернет-простору.

Розвиток сфери інтернет-торгівлі потребує запровадження останніх технічних розробок, проте це вимагає значних витрат власників інтернет-магазинів та інтернет-аукціонів. Необхідно створити програму підтримки технологічного оснащення суб'єктів ринку інтернет-торгівлі, до якої входять заходи з надання довгострокових пільгових кредитів під технологічне переоснащення. Таким чином, інтернет-магазини отримають можливість покращити власний бізнес, а загалом для галузі це допоможе підвищенню конкурентоспроможності цього сектору на світовій арені, відповідно, це є кроком до євроінтеграції.

Висновки. Сфера електронної торгівлі має чимало недоліків і проблем, які гальмують її подальший розвиток, але від яких вона безпосередньо залежить.

Серед головних тенденцій спостерігаються збільшення обсягів торгівлі через Інтернет, підвищення кількості підприємств електронної торгівлі, збільшення кількості споживачів інтернет-магазинів та підвищення їхньої лояльності до процесу придбання товарів онлайн, розширення асортименту підприємств.

Ріст електронної торгівлі залежить від ключової інфраструктури, в розвитку якої спостерігається певна нерівномірність, адже одні країни значно пішли вперед, частина їх наздоганяє, а інші просуваються повільно. Основні умови такого процесу визначаються розвитком інформаційних технологій та телекомунікацій, а також соціальною, культурною, комерційною та урядовою підтримкою.

Отже, можна сказати, що розвиток електронного бізнесу в Україні значною мірою буде залежати від політики держави в цій сфері діяльності, перш за все від залучення інвестицій у цей сектор, підвищення рівня транспортної інфраструктури, інвестування технічного переоснащення та встановлення нормативно-правової бази.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Апопій В.В. Інтернет-торгівля: проблеми і перспективи розвитку. Регіональна економіка. 2003. № 1. С. 25.
2. Дахно І.І., Бабіч Г.В. Зовнішньоекономічний менеджмент: навч. посіб. Київ: Центр навчальної літератури, 2012. 568 с.
3. Драчов В.В. Мобільна торгівля як один із перспективних напрямків електронної торгівлі. Журнал європейської економіки. 2005. Т. 4, червень. С. 242–255.
4. Кравець В.М. Інтернет-комерція в Україні. Вісник НБУ. 2004. № 3. С. 9.
5. Як українські інтернет-користувачі обирають та купують. URL: <http://e-commerce.com.ua/2014/04>.
6. Дослідження ринку електронної комерції. URL: <http://ain.ua/2013/04/11/120835>.
7. Національний електронний каталог товарів (депозитарій). URL: <http://www.gs1ua.org/uk/services/depos.csp>.
8. Інтернет-торгівля в Україні. URL: <http://proit.com.ua/article/telecom/2013/07/22/180231.html>.
9. Електронна комерція в Україні – 2016: цифри і факти. URL: <https://webexpert.com.ua/ua/elektronna-komertsiya-v-ukrayini-2016>.
10. Топ-10 найпопулярніших категорій товарів на "Prom.ua" у першому півріччі 2016 року. URL: <https://ain.ua/2016/08/09/za-god-onlajn-spros-na-ukrainskie-tovary-vyros-vdvoe-statistika-prom-ua>.
11. Динаміка використання Інтернету в Україні: лютий-березень 2016 року. URL: <http://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=621>.
12. Електронна комерція (e-commerce): тренди та прогноз розвитку в Україні на 2017–2018 роки. URL: <https://www.web-mashina.com/web-blog/ecommerce-prognoz-elektronnoi-kommercii-ukrainy-2017-2018>.