

## СЕКЦІЯ 18. ЕКОНОМІЧНІ ТА ПРАВОВІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

УДК 339.372

*Р.Г. БАБАЕВ, В.А. СОКОЛЕНКО*, канд. екон. наук, профессор

### Тенденции развития электронной коммерции в Украине

Быстрое развитие телекоммуникационных технологий не могло не коснуться экономических отношений, породив такой феномен, как электронная коммерция. Сегодня в Украине крупный и мелкий бизнес начал стремиться из традиционной торговли в электронную. Электронная коммерция является одним из перспективных видов бизнеса в сфере оптовой и розничной торговли.

Такое стремление в электронную торговлю объясняется, тем что затраты на создание интернет-магазина, в отличие от обычного, гораздо меньше: снижается затрата на аренду помещения, наем персонала и многое другое. А во-вторых, регулирование со стороны государства пока что минимальное.

На сегодняшний день в Украине зарегистрировано более 5000 электронных магазинов, среди них реально работающих – 1500, из которых 70 % продают технику и электронику. Объем рынка электронной коммерции в 2012 году увеличился на 45 %, составив в денежном выражении \$1,59 млрд. В 2013 объем рынка вырос на 49 % до \$2,37 млрд. При этом средние годовые затраты украинцев на покупку товаров в интернете уже составляют \$714[1]. Перспективы столь существенного роста обусловлены рядом факторов. Во-первых, в Украине уровень проникновения интернета более чем вдвое ниже, чем в странах Западной Европы, а значит – есть куда развиваться. Во-вторых, в Украине только 14% интернет-пользователей совершают покупки в интернете тогда, как, например, в США – 68 %, а в Великобритании – 82 %. В-третьих, в Украине высокий показатель окупаемости вложений в интернет-рекламу. Каждый \$1, потраченный на рекламу в интернете, в среднем вернется в виде \$17,6 прибыли. Для сравнения, в России этот показатель равен 6,5, а в США – 4,3.

Причина такого различия в том, что украинский рынок электронной рекламы явно отстает от объемов и динамики роста аудитории, и в 2012 составил не более \$85 млн. тогда, как в России – \$1,9 млрд. Некоторые ниши уже прочно заняты несколькими крупными компаниями, которые тратят миллионы долларов в год на интернет-рекламу, чтобы потеснить конкурентов и увеличить свою долю рынка.

Подводя итоги, можно отметить, что рынок онлайн-торговли активно развивается. Однако существует ряд факторов, тормозящих развитие электронной коммерции, к которым следует отнести недоверие потребителя, усиливающееся давление со стороны регулирующих органов и зачастую неспособность торговцев обеспечить качественную и своевременную логистику.