

УДК 331

Пиріжок В. – ст. гр. БЕ-51

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

РОЗВИТОК ІНТЕРНЕТ-ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ

Науковий керівник: ст. викладач Гац Л.Є.

Розвиток вітчизняного ринку інтернет-магазинів за останнє десятиліття пережив глибоку трансформацію. Починаючи з 2000-го року, коли в українському сегменті Інтернету було близько сотні онлайн-магазинів, ринок демонструє динамічне зростання. Вже сьогодні в UAнеті більшість інформаційних порталів в категоріях "інтернет-магазини" нараховують понад півтисячі адрес комерційних інтернет-ресурсів.

Лідерами серед категорій і груп товарів, що продаються через мережу, залишаються магазини електроніки і побутової техніки. На другому місці йдуть інтернет-магазини, які торгують книгами, CD - DVD -продукцією. Замикають трійку найпопулярніших серед населення категорій інтернет-комерції – інтернет-магазини, які займаються наданням передоплачених послуг: реалізують картки поповнення рахунку, здійснюють оплату послуг Інтернету, супутникового, кабельного телебачення.

Позитивним фактом у розвитку інтернет-ринку є те, що під час відсутнього скорочення обсягів звичайного збуту товарів, інтернет-торгівля набуває масової популярності, оскільки дана аудиторія є найбільш прогресивною та платоспроможною. Однак, слід зауважити, що лише кожен десятий покупець використовує банківські картки для розрахунків в Інтернеті. Так само майже не розвивається інтернет-банкінг, тобто здійснення банківських розрахунків в режимі он-лайн. Головні причини – недовіра до банків, до систем безпеки розрахунків та консервативність українців.

Результати досліджень компанії інтернет-маркетингових досліджень Gemius, показують ріст української інтернет-аудиторії. Починаючи з осені 2010 року місячні темпи зростання аудиторії склали від 2 до 7% і нараховували близько 8,5 мільйонів осіб у віці від 14 років. Доцільно зауважити, що інтернет-аудиторія є дуже цікавою для рекламодавців, адже її більшість є соціально активною та фінансово забезпеченою.

Найцікавіша для рекламодавців група у віці від 25 до 44 років, соціально активні та платоспроможні люди, – складає в українському Інтернеті 49%, тобто майже половину усієї аудиторії. Найпопулярніший спосіб оплати – це готівкою при доставці товару. В цьому зацікавлені обидві сторони - як магазини так і покупці. Перепоною в розвитку електронної комерції, на думку більшої частини респондентів (майже 46%), що брали участь у соціологічних опитуваннях є наявність ризику оплати через інтернет. За останніми даними UBR: "До кінця року кількість інтернет-користувачів в Україні збільшиться на 3 мільйони" і є позитивною тенденцією розвитку означеної сфери бізнесу. За останні 5 років обсяг торгівлі он-лайн щорічно додає 50-60%. Загальний обіг вітчизняної інтернет-торгівлі – понад 0,5 мільярда доларів. Хоча це в 10 разів менше, ніж у Росії, та у 70 – порівняно з Німеччиною. Сьогодні кожен третій українець – постійний інтернет-клієнт.

Отже, незважаючи на в дечому суперечливі вислови експертів, слід відзначити, що інтернет-торгівля в Україні продовжує зростати швидкими темпами, а даний аспект не може не радувати у зв'язку із прагненням вступу нашої країни до ЄС і розвитком світових інтернет-технологій вцілому.