

В Україні є надзвичайно великий потенціал щодо IT-технологій. Ми займаємо перше місце в Європі за кількістю сертифікованих фахівців. Вітчизняний IT-бізнес вже нині працює на зарубіжного замовника майже на 100%. Стартовий капітал для входження на цей ринок порівняно невисокий, а вартість послуг у нас суттєво нижча. Сьогодні ринок показує 30-35% зростання щорічно, а інвестиції у вітчизняні стартапи цього сегменту за останні 5 років перевищили 240 млн. дол., що набагато більше, ніж середній показник по Східній та Центральній Європі [3].

1. http://www.rusnauka.com/24_NTP_2009/Economics/50490.doc.htm

2. <https://biz.nv.ua/ukr/publications/chomu-zrostaie-investitsijna-privablivist-ukrajini-eksperti-1594579.html>

3. <https://www.epravda.com.ua/publications/2015/12/9/570529/>

4. <https://agronews.ua/node/73883>

Горячка А. І.

студ. групи ЕВМЕ-21

Науковий керівник – зав. каф. ММП, проф. Пирог О.В.

ДИНАМІЧНІСТЬ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В УКРАЇНІ

Електронна комерція стала невід'ємною сучасною складовою життя кожного жителя України [1]: ще десять років тому, коли на електронному ринку домінували великі компанії побутової техніки, ніхто з точністю не міг уявити, яку роль відіграватиме онлайн-сегмент у побуті сучасного українця. За даними державної служби статистики України [3], 80% громадян України щомісяця здійснюють мінімум одну онлайн-операцію, а 50% споживачів – щодня відвідують інтернет-магазини переглядаючи різноманітні товари: від дитячого одягу до великої побутової техніки та авто. За результатами 2017 р. обсяг електронної комерції України збільшився на 30% (на 50 млрд. грн.). І хоча це складає лише 3,5% товарообороту країни, стрімкий розвиток даного сектору з огляду на масове використання онлайн-платформ прогнозується шаленими темпами.

Аналізуючи ринок інтернет-товарів можна стверджувати, що станом на вересень 2018 р. [3] найпопулярнішими товарами онлайн є товари категорії одяг та взуття, жіночі та чоловічі аксесуари, книги та мобільні додатки. Однак, на інтернет-ринку також домінують й нові товари: товари щоденного вжитку (80% приросту у порівнянні з минулим 2017 р.), продукти харчування та напої (75%), сировина та матеріали (68%), електрообладнання (61%) та зоотовари (56%). Отже, беручи до уваги сучасні тенденції, можна прогнозувати перехід у майбутньому на повністю новий вид ринкових відносин, де головними учасниками ринку стануть саме інтернет-компанії з широким асортиментом продукції, який охоплюватиме всі сфери життя людини, а також модернізацію традиційних супермаркетів, які поруч з реальними покупками пропонуватимуть купівлю онлайн.

Згідно досліджень [2], український середньостатистичний онлайн-споживач – це людина у віці 26-35 р., з повною вищою освітою, середній дохід якої складає 4 978 грн. При цьому, можна виділити такі характеристики онлайн-покупців:

- чверть онлайн-покупців України не працює;
- гендерне співвідношення: чоловіків і жінок є практично однакова кількість: 48% чоловіки та 52% жінки;
- спосіб здійснення покупок: 51% споживачів воліють здійснювати покупки за допомогою мобільних додатків, при цьому користувачі android є в 3,5 р. активнішими ніж користувачі apple.

Українському інтернет-ринку притаманні 5 трендів динамічного розвитку:

- безпека покупки – полягає у використанні різних форм оплати товару, рейтингуванні продавців, запровадженні можливості оскарження товару та відкриття спору з продавцем;
- сервіс – полягає у наданні гарантій покупцеві на обраний товар, онлайн-консультації щодо обраного товару, подарункове пакування тощо;
- вторинний ринок – сьогодні більшість покупців бажає оновлювати предмети побуту та особистого користування вдвічі частіше, тому виникають вторинні онлайн-платформи, які здійснюють продаж вживаних товарів;
- нові функції – інтернет-магазини не перестають дивувати функціями, що замінюють похід у реальний магазин: з'являються віртуальні примірки, віртуальні полиці супермаркету, використовуються чатботи – онлайн помічники з шопінгу, тощо;
- відеоконтент – все частіше інтернет-магазини запроваджують відео-представлення товару при виборі покупки, що дає можливість покупцям побачити весь функціонал товару.

Отже, сфера електронної комерції України динамічно зростає та змінюється щороку, все більше інновацій з'являється на віртуальному ринку та залучає все більше онлайн-споживачів.

1. Пирог О. В. *The development of e-commerce in terms of virtualization industry / О. В. Пирог, А. І. Горячка. // Economics, entrepreneurship, management. - 2016. - Vol. 3, Num. 1.*

2. *Ecommerce in Ukraine. Електронний ресурс. Режим доступу: <https://ecommercenews.eu/e-commerce-per-country/e-commerce-in-ukraine>*

3. *Державна служба статистики України. Електронний ресурс. Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>*