

19. Зайчикова, В. В. Принципи забезпечення ефективності та прозорості в органах місцевого самоврядування [Текст] / В. В. Зайчикова // Наукові праці НДФІ. – 2008. – №4 (45). – С. 10–22.

20. Войтко, С. В. Критерії оцінювання інноваційного рівня промислового підприємства [Текст] / С. В. Войтко, О. А. Козлова // Вісник Донецького інституту економіки та господарського права. – 2008. – №1–2. – С. 130–139.

21. Капітан, І. В. Принципи і методи аналізу в управлінні інноваційною діяльністю при виведенні нових товарів на ринок [Текст] / І. В. Капітан // Економіка та управління підприємствами. – 2007. – №7 (73). – С. 54–62.

Отримано 30.10.2011. ХДУХТ, Харків.

© М.В. Чорна, С.В. Глухова, 2011.

УДК 658.849 (477)

**І.І. Помінова**, ст. викл.

## **ПЕРЕВАГИ ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЇЇ РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ**

*Розкрито основні риси та переваги електронної торгівлі; доведено необхідність державного регулювання цієї сфери; проаналізовано динаміку розвитку електронної торгівлі в Україні за останні роки.*

*Раскрыты основные черты и преимущества электронной торговли; доказана необходимость государственного регулирования данной сферы; проанализирована динамика развития электронной торговли в Украине за последние годы.*

*Main characteristics and advantages of electronic trade are defined; nesessegity of government regulation in this field is proved; dynamics of electronic trade's development in last years in Ukraine is analyzed.*

**Постановка проблеми у загальному вигляді.** Застосування сучасних інформаційних технологій у бізнесі формує нові напрямки в глобальній системі координат світової економіки. Цей напрямок сьогодні прийнято називати інтернет-економікою. Інтернет дає можливість вітчизняним компаніям вийти на світовий ринок, розширює канали збуту, поєднує постачальників і покупців у єдину систему. Обороти електронної торгівлі становить такі значні суми, що ігнорувати або применшувати значення цього відносно нового сектору економіки не можна.

Ведення великомасштабного бізнесу в сучасних умовах без використання інформаційних технологій неможливе. Для малого й середнього бізнесу Інтернет дає прекрасну можливість для просування. Безумовно, Україна ще дуже відстає в розвитку й поширеності електронної торгівлі від розвинених країн, що пояснюється певними причинами. Саме тому особливу увагу необхідно звернути на перспективи й умови ефективного функціонування Інтернет-економіки й ті переваги, які вона дає окремому підприємству і національній економіці в цілому.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблематикою розвитку інтернет-комерції займалися такі вітчизняні та зарубіжні науковці: В.В. Ковтунець, В.В. Царьов, А.А. Кантарович, Д. Еймор, Е. Лоуренс, Б. Корбитт тощо. Окремим питанням електронної торгівлі у вітчизняній та зарубіжній літературі також приділяється увага. Серед зарубіжних авторів у цій сфері знань найбільш відомі Д. Джонсон, Д. Вуд, Д. Вордлоу. Серед російських та українських учених даною проблемою займалися А.М. Гресь, В.В. Мазурик, І.А. Петропавлов тощо. Однак визначенню перспектив розвитку електронної торгівлі, а також розробці нових науково-практичних рекомендацій, орієнтованих на державну підтримку онлайн-суб'єктів торговельної сфери, приділяється недостатня увага.

**Мета та завдання статті.** Мета дослідження полягає у виявленні специфіки розвитку електронної торгівлі в умовах сучасної економіки України. Задля досягнення цієї мети необхідно розв'язати такі завдання:

- виявити специфіку поведінки суб'єктів інтернет-торгівлі в сучасній Україні;
- показати основні переваги та вигоди, яких надає економіці електронна торгівля;
- визначити основні напрямки державного регулювання інтернет-економіки.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Електронна торгівля не є новим явищем. У цілому електронна торгівля може бути визначена як здійснення угод (тобто купівлі й продаж товарів і послуг або переговори щодо купівлі й продажу) за допомогою електронних грошей або через електронні мережі. Протягом багатьох років компанії обмінювалися діловою інформацією за допомогою різних мереж зв'язку, але всі вони були частками мережі. Інтернет дав можливість вбудувати електронну торгівлю в комплексну мережу комерційної діяльності, яка здійснюється у світовому масштабі з постійно зростаючою кількістю учасників.

Для традиційної електронної торгівлі мережа є засобом передачі даних; для електронної торгівлі мережа є ринком здійснення угод. До електронної торгівлі в широкому значенні (як до сфери цифрового господарства) належать:

- глобальний електронний маркетинг, у тому числі просування традиційних товарів і послуг;

- електронна комерція у вузькому значенні – це торгівля «невловимими» товарами, які можуть передаватися в цифровій формі і/або оплата яких може відбуватися в цифровій формі (інформація в текстовій, графічній або звуковій формах);

- віддалені послуги (послуги, пов'язані з консультуванням, юридичною й бухгалтерською підтримкою тощо, які можуть надаватися на відстані);

- дистанційна робота (організація «розподілених офісів», в яких спільно працюють люди, що перебувають у різних приміщеннях, містах і навіть країнах).

Ринок інтернет-торгівлі України перебуває на етапі бурхливого розвитку. За останні 10 років кількість інтернет-магазинів у країні зросла приблизно в 60 разів, а оборот онлайн-торгівлі перевищив 1 млрд дол. У 2010 році приблизно 7,5% обсягу української роздрібною торгівлі припадали на покупки у «світовій павутині». Початок становлення електронної комерції прямо пов'язаний із появою й розвитком Інтернету. До 2000-х років глобальна мережа в Україні майже не розвивалася, а більшість населення навіть не підозрювала про її існування. У 2000 р. у країні налічувалося тільки 20000 користувачів Інтернету. Високі ціни доступу разом із низькими швидкостями були нездоланим бар'єром для розвитку онлайн-торгівлі. У 2000 р. в Україні діяло всього близько 100 інтернет-магазинів. Однак у наступні роки ситуація почала змінюватися. Уже до середини 2000-х років Інтернет перестав бути екзотикою для українців: у 2005 р. аудиторія уанету перевищила 5 млн користувачів. Це й стало основою для динамічного розвитку онлайн-торгівлі. У 2005 р. кількість інтернет-магазинів виросла в п'ять разів і досягла 500. В 2008 р. налічувалося вже більше 3000 сервісів онлайн-торгівлі, в 2009 – 5500, а в 2010 ця цифра перевищила 6000 [1].

Інтернет-магазини в Україні мають певні особливості, що відрізняють їх від закордонних аналогів. На відміну від США та Європи, де до списку провідних онлайн-магазинів часто входять філії реально існуючих, в Україні найбільшою популярністю користуються повноцінні віртуальні ресурси електронної комерції. Наприклад, один із лідерів роздрібною торгівлі в Україні – «Фокстрот» – не входить

навіть до десятки найбільших віртуальних магазинів. А рейтинг найпопулярніших торговельних онлайн-ресурсів очолює супермаркет Rozetka.

*Таблиця 1 – Динаміка розвитку інтернет-торгівлі в Україні [3]*

<b>Рік</b>	<b>Чисельність користувачів Інтернету, млн</b>	<b>Кількість Інтернет-магазинів</b>
2000	0,2	100
2005	5,0	500
2008	6,7	3000
2009	12,3	5500
2010	13,9	6000

З іншого боку, далеко не всі інтернет-магазини є активними гравцями на ринку. Торговельних суб'єктів, річний товарообіг яких перевищує 1 млн дол., налічується в Україні приблизно сто. Проте зростання обороту інтернет-торгівлі в Україні істотно перевищує темпи розвитку традиційної, тому частка товарів, куплених у мережі, неухильно зростає. У другій половині 2000-х років обсяг віртуального шопінгу щорічно збільшувався у 1,5...2 рази. Такі показники вдвічі вище російських. У підсумку, скромні 100 млн дол. у 2005 р. перетворилися за п'ять років на 1 млрд дол. Наприклад, сукупний роздрібний товарообіг у країні дорівнює 29 млрд дол. [3].

Стрімко розширюється й аудиторія клієнтів. У 2010 р. вже 83% користувачів Інтернету зробили хоча б одну покупку онлайн, тоді як у 2008 р. ця цифра не перевищувала 66% [3]. З огляду на те, що місячна аудиторія глобальної мережі впевнено перевищила 10 млн осіб, мова може йти про величезний потенціал. За даними американських дослідників, електронна торгівля товарами народного споживання є вигідною за умови, що користувачами Мережі є не менше 12% населення країни, а потенційним покупцем в онлайн-магазині є кожен четвертий активний користувач.

Об'єктом купівлі у 2010 році стали не лише товари (комп'ютери, побутова техніка, квитки на концерти й транспорт), але й різні послуги – реклама, хостинг, онлайн-ігри. Одночасно трохи зменшилась частка книг, фільмів та музики на CD- і DVD-носіях, медикаментів, спортивних товарів. Маркетингові дослідження показують, що купують в Інтернеті переважно товари середньої цінової категорії. Продукти не користуються попитом, оскільки мають властивість

швидко псуватися. Особливо дорогі речі просто побоюються купувати через «світову павутину». Середній розмір однієї покупки істотно варіюється. Вартість чека в середньому коливається в межах 100–200 доларів. Однак спостерігається чітка тенденція до його збільшення. Усе більше покупців зважається на здійснення дорогих покупок, тоді як кількість дрібних зменшується. Порівнюючи з провідними країнами Європи, відзначимо, що у 2010 році європейський покупець у середньому витратив на покупки в інтернет-магазинах 1072 євро, купивши при цьому 25 речей. За прогнозами фахівців, у 2011 році європейський покупець у середньому витратить в Інтернеті 1226 євро [4].

Відповідно до проведеного мережним виданням "Rynok.biz" дослідження структура покупок в українському Інтернеті виглядає таким чином: більшість респондентів повідомили, що купують через Мережу комп'ютерну та побутову техніку, мобільні телефони, оргтехніку, книги, пристрої мультимедіа.

*Таблиця 2 – Структура он-лайн-покупок в Україні у 2010 році [2]\**

Асортимент продукції	Чисельність респондентів,%
Комп'ютерна техніка	51
Побутова техніка	50
Мобільні телефони	42
Оргтехніка	37
Мультимедіа	25
Меблі	6
Продукти харчування	5
Будівельні матеріали	5
Примітка. *Сума перевищує 100%, тому що можна було вказати кілька варіантів.	

Інтернет-торгівля залишається бізнесом великих міст: приблизно 40% покупок здійснюють мешканці Києва, на другому місці найбільше місто урбанізованої східної частини України – Донецьк (8%). В Одесі 7% українців роблять покупки через Інтернет. Далі в «рейтингу» знаходяться Харків, Дніпропетровськ (по 6%) і Львів (5%) [3]. Відзначимо, що представництва онлайн-магазинів поки є тільки у великих містах, а доставка по Україні впливає на вартість покупок, що автоматично робить інтернет-шопінг менш привабливим.

Добовий оборот інтернет-торгівлі тільки в Києві оцінюють у кілька сотень тисяч доларів, причому ця торгівля є переважно роздрібною, а товари порівняно недорогими. Зростання популярності інтернет-торгівлі в Україні пояснюють у першу чергу тим, що витрати на запуск інтернет-магазину складають від 2 до 15 тис. дол., що неможливо порівняти із витратами на відкриття реального магазину [5]. До того ж, за різноманітністю асортименту та цінами інтернет-магазини складають серйозну конкуренцію звичайним магазинам та навіть торговельним мережам.

Незважаючи на несприятливий економічний клімат, інтернет-торгівля і в Європі залишається одним з найбільш швидкозростаючих ринків. Дослідження фахівців британського онлайн-ресурсу Kelkoo показало, що європейські онлайн-продажі в 2011 році зростуть на 18% порівняно з минулим роком. За прогнозами, онлайн-продажі в Старому Світі до кінця 2011 року досягнуть 202 860 000 000 євро (273 800 000 000 дол.). Для порівняння, оборот ринку онлайн-торгівлі США цього року досягне 192 млрд дол. На інтернет-шопінг у минулому році припало 5,9% всіх роздрібних продажів у Європі. При цьому найбільше купували в Інтернеті британці. У минулому році їх витрати склали 52,1 млрд євро. Це набагато більше, ніж витратили жителі Німеччини (39,2 млрд євро) і Франції (31,2 млрд євро). На ці три країни припадає більше 70% європейських онлайн-продажів [4].

Стрімке зростання електронної торгівлі та її вплив на українське суспільство й економіку викликає потребу в ефективному державному регулюванні даної сфери. В електронній торгівлі зацікавлені різні сфери бізнесу, тому необхідна координація діяльності багатьох регулюючих органів і органів влади: від податкових структур до органів керування поштовим зв'язком і телекомунікаціями.

Електронна торгівля має принести українській економіці й суспільству наступні вигоди: інвестиції, дохід від експортних операцій, підвищення заробітної платні, а також збільшення бази оподаткування.

Розвиток електронної торгівлі впливає на структуру й функціонування українського ринку праці. В усьому світі електронна торгівля ставала потужним імпульсом до створення нових робочих місць. Так, наприклад, у США на етапі її становлення з 1993 до 2000 роки у рамках індустрії високих технологій було створено більше мільйона нових робочих місць. За рахунок електронної торгівлі в Україні істотно збільшиться обсяг зайнятості за двома наступними спеціальностями: технічні програмісти й сервіс-провайдери. По мірі розвитку електронної торгівлі українська робоча сила зможе швидко й

ефективно адаптуватися з урахуванням необхідних змін, що має викликати зростання доходу на душу населення, збільшити розмір оподаткованої бази, а також знизити подальший від'їзд робітників за кордон. Необхідність у службі по роботі з клієнтами, що викликана розвитком електронної торгівлі, є ще однією сферою широкомасштабного створення нових робочих місць в Україні. Необхідність у створенні подібних служб також може стати стимулом для створення цілої галузі таких послуг. Фінансовані приватними особами й урядом програми розвитку цих послуг забезпечать Україні як ринок кваліфікованих технічних фахівців, так і орієнтований на клієнта ринок праці.

Розвиток електронної торгівлі багаторазово збільшує потенціал експорту товарів і послуг. По мірі зміцнення позицій національної промисловості й підвищення якості товарів українські компанії зможуть поширювати свою продукцію також в інших країнах. Це сприятиме посиленню національних підприємств, збільшенню бази оподаткування й доходів держави від збору податків і мита.

Електронна торгівля допомагає малим і середнім підприємствам конкурувати з більшими підприємствами, даючи їм можливість одержати ширший ринок споживачів і допомагаючи знайти способи зменшення витрат. У США, наприклад, малі підприємства, що використовували Інтернет, зростали на 46% швидше. Розвиток малих підприємств підкріплює економічний розвиток, а в підсумку відбувається економічне зростання, розширення бази оподаткування й попиту на супутні послуги.

Електронна торгівля також переборює традиційні бар'єри бізнесу: територіальну віддаленість і нестачу інформації щодо можливостей ринку. Компаніям уже не потрібно підтримувати зайвий персонал або здійснювати більші капіталовкладення у розвиток фахівців. Віртуальні магазини й контактні адреси в Інтернеті дозволяють наблизити місця зберігання товарів до місця їхнього безпосереднього виробництва, тим самим прискорюючи поширення товарів і зменшуючи пов'язані із цим витрати. Інтернет і електронна торгівля збільшують рекламні можливості.

Ще одним позитивним моментом для України є те, що електронна торгівля дозволяє здійснювати низку робіт, таких, як розробка програмного забезпечення й технічні послуги, безпосередньо за місцем перебування консультантів, а не в тій країні, в якій потрібні відповідні послуги. Це полегшить продаж українських послуг, які до останнього часу значно відставали через обмеження, пов'язані з пересуванням фізичних осіб. Також інтернет-економіка створить в

Україні значну кількість супровідних підприємств. Це викликано потребою в апаратному комп'ютерному забезпеченні й послугах менеджерів, у тому числі в забезпеченні безпеки, бухгалтерському забезпеченні й обслуговуванні клієнтів.

Переваги електронної торгівлі очевидні: український уряд, підприємства та споживачі одержать більшу вигоду від розвитку електронної торгівлі. Проте важливо відзначити, що розвиток електронної торгівлі не обходиться без потенційних ризиків, серед яких шахрайство, ухилення від оподаткування, недотримання конфіденційності, порушення прав інтелектуальної власності, хоча ці ризики характерні й не тільки для електронної торгівлі. Незважаючи на те, що ці ризики реальні й потенційно вони можуть ускладнюватися по мірі розвитку електронної торгівлі, урядам багатьох країн вдається регулювати їх таким чином, щоб не заважати розвитку електронної торгівлі.

Збільшення доходів від податкових надходжень може стати однією з багатьох прямих переваг. Для того, щоб розширити базу оподаткування, Україна має вирішити кілька питань. Першим із них є підтримка балансу між збереженням бази оподаткування за наявності електронних угод, що не відслідковуються, і одночасним стимулюванням розвитку електронної торгівлі на місцевому рівні. Застосування електронних угод створює багато труднощів для діючих податкових органів через анонімність електронної торгівлі, відсутність можливості відстежити угоди. Незважаючи на те, що ці проблеми поки ще далекі від вирішення, більшість із них чітко визначені. Загальні принципи оподаткування не повинні перешкоджати електронній торгівлі, а мають служити створенню сприятливішого клімату для її розвитку. У розвинених країнах світу дотримуються таких принципів оподаткування електронної торгівлі:

- оподаткування електронних торговельних угод має носити нейтральний характер порівняно з оподаткуванням аналогічних неелектронних угод;

- уряд не повинен вводити або застосовувати нові податки до електронної торгівлі або інших форм угод, що укладаються через Інтернет;

- система оподаткування має бути простою і прозорою, легкою для виконання;

- оподаткування електронної торгівлі має відповідати загальноприйнятим міжнародним принципам.

**Висновки.** Для України електронна торгівля відкриває нові перспективи. Діяльність державних і адміністративних органів має



вирішальне значення для розвитку електронної торгівлі в Україні й одержання тих переваг, які можна отримати за її допомогою: доступ до експортного ринку, робочі місця для кваліфікованої робочої сили, доступ до інвестиційного капіталу, а також збільшення податкових надходжень від застосування електронних платежів. Для того, щоб скористатися всіма цими перевагами, потрібно усунути різноманітні бар'єри на шляху ефективного розвитку електронної торгівлі в Україні.

#### *Список літератури*

1. Интернет-торговлю в Украине оценивают в 1 млрд дол. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <[www.biz.liga.net](http://www.biz.liga.net)>.
2. Новости малого и среднего бизнеса [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <[www.rynok.biz](http://www.rynok.biz)>.
3. Рынок Интернет-торговли Украины: обзор [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <<http://izmailbusiness.at.ua>>.
4. Європейці воліють купувати в Інтернеті [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <[www.100news.tv](http://www.100news.tv)>.
5. На закупа – до інтернет-магазину [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <<http://ridnamoda.com.ua>>.

Отримано 30.10.2011. ХДУХТ, Харків.  
© І.І. Помінова, 2011.

УДК 65.011.2

**Т.В. Ков'ях**, асп.

### **СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНЮВАННЯ РІВНЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ**

*Наведено та проаналізовано сучасний методичний інструментарій щодо оцінки рівня розвитку підприємства зарубіжних та вітчизняних науковців. Проведено систематизацію розглянутих підходів і запропоновано авторське визначення «рівня розвитку підприємства».*

*Приведен и проанализирован современный методический инструментарий оценки уровня развития предприятий иностранными и отечественными учеными. Проведена систематизация существующих подходов и предложено авторское определение «уровня развития предприятия».*

*The article demonstrates and analyses the modern methodological methods and techniques of the assessment of companies development by foreign and domestic scientists. The author of the article has systematized existing approaches and proposed his own definition of "development levels".*