

ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ІНТЕРНЕТ-ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ ТА ПРОБЛЕМИ ЇХ РЕАЛІЗАЦІЇ

Волкова С.В., Рудєва А.В., гр. МОЗ-17

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **О.П. Ткаченко**
Харківський державний університет харчування та торгівлі

За сучасних умов Інтернет-торгівля є галуззю, що демонструє найшвидші темпи зростання серед усіх галузей економіки. Перспективні напрямки розвитку Інтернет-торгівлі в Україні та проблеми їх реалізації наступні:

1. Продаж споживаних товарів. Проблеми: наявність сильного, добре розрекламованого гравця на ринку OLX.ua, відсутність гарантій щодо якості товарів на сайті, високий ступінь недовіри покупців. Можливі рішення: створення єдиних правил для продажу споживаних товарів на сайті (з коментарями та оцінками експертів), активна реклама для залучення покупців через різні канали комунікацій.

2. Продаж будівельних матеріалів, металопродукції, великого обладнання. Проблеми: залежність від відстаней (висока вартість доставки у разі віддаленості від центру реалізації), складність документообігу (відсутність «мокрих» печаток в електронних документах). Можливі рішення: введення простих тарифів на перевезення обладнання або створення стратегічних складів у різних регіонах для зниження вартості перевезень, ведення електронного документообігу, перевірка контактних даних.

3. Продаж послуг (ремонтні, косметологічні, тренінгові). Проблеми: невідповідність очікувань реальному ефекту, на сайті ціни зазвичай нижчі від реальних для залучення більшої кількості покупців. Можливі рішення: наявність на сайті посилання «Відгуки. Рекомендації», наприклад фото «до та після», встановлення чітких фіксованих цін на певний вид послуг з детальним описом.

4. Створення сервісів із продажу Hand-Made товарів. Проблеми: висока собівартість ручної роботи, неможливо оцінити якість товару «у руках». Можливі рішення: створити сервіс на основі аукціонних торгів (для товарів розкоші), надання детальної інформації про товар, власника, перегляд галереї робіт майстра.

5. Створення шопінг-клубів (купівля товарів відомих світових брендів). Проблеми: недовіра до продавців, незадовільні терміни поставок, великі націнки, зумовлені вартістю пересилки товару. Можливі рішення: встановлення чітких термінів доставки з можливістю відшкодування у разі затримки товару, здійснення оптових закупок для зниження кінцевої ціни реалізації.