

ЕЛЕКТРОННА ТОРГІВЛЯ ЯК ІНФРАСТРУКТУРНИЙ СЕГМЕНТ МЕРЕЖНОЇ ЕКОНОМІКИ

Помінова Т.І., гр. МВ-29

Науковий керівник – ст. викл. Помінова І.І.

Харківський державний університет харчування та торгівлі

Розвиток Інтернету та глобалізаційні процеси сприяли зародженню нових форм організації бізнесу, насамперед, електронної комерції. Величезна кількість компаній у всьому світі вбачають в Інтернеті великий комерційний потенціал та можливість переведення свого бізнесу на якісно новий рівень. Тому розвиток електронного бізнесу є об'єктом дослідження багатьох економічних експертів, які вивчають динаміку його розвитку, склад користувачів Мережі, ринок електронних послуг та багато інших параметрів та процесів. Поява нової форми організації торгівлі – електронної – відкриває принципово новий стратегічний напрям розвитку сфери товарного обігу. Світова практика показує, що за допомогою електронних форм торгівлі можна забезпечити широкий доступ до торговельних послуг, значно розширити товарно-грошовий обмін за рахунок глобальних ринків.

В Україні розвиток інтернет-торгівлі відбувається на тлі загального розвитку економіки й освоєння Всесвітньої мережі. Бурхливий старт розвитку української інтернет-торгівлі почався з 2005 року, коли було зареєстровано 500 інтернет-магазинів. В 2006 році їх стало вже 1,5 тисячі, а на початку 2009 – понад три тисячі. Однак реально працюючими є не більше 1000 магазинів, основну частину з них становлять інтернет-каталоги (70%).

Особливістю вітчизняного ринку інтернет-торгівлі є система розрахунків. Українські споживачі надають перевагу оплаті готівкою за фактом одержання й перевірки товару. Причиною такої ситуації є недовіра споживачів до оплати картками.

Отже, незважаючи на потенційно великі переваги Internet-магазинів (як для покупців, так і для продавців), на практиці більшість створених Internet-магазинів не зазнають ажіотажного напливу відвідувачів. Основною причиною цього більшість аналітиків вважають відсутність довіри українців до електронної комерції взагалі й до Internet-торговців зокрема. Нереалізованість таких переваг Internet-торгівлі, як нижчі ціни порівняно з офлайн-магазинами, неналагодженість логістичного каналу та відсутність зручних форм оплати та післяпродажного сервісу додатково гальмують розвиток Internet-комерції в Україні.