

СУЧАСНІСТЬ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Каратаєва К.Є.

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут», м. Харків

На початку 1990 - х років з розповсюдженням комп'ютерів, відчувся їх значний вплив на всі сфери життя суспільства. Бурхливе поширення інформаційних технологій та нових методів ведення бізнесу в нашій країні привело до зародження і становлення нової сфери підприємництва - електронної комерції.

Електронна комерція — це широкий набір інтерактивних методів ведення діяльності з надання споживачам товарів та послуг. Також під електронною комерцією розуміють будь - які форми ділових операцій, де сторони взаємодіють через електронні технології, а не в процесі фізичного обміну чи контакту.

Сфера електронної комерції в Україні на сьогодні знаходиться на початковому етапі розвитку. Про це свідчить відкриття багатьох інтернет - магазинів в українському сегменті мережі. Протягом останніх кількох років ринок електронної комерції в Україні зростає з темпом 45 – 55% на рік та має досить великий потенціал. За оцінками експертів, в 2013 році ємкість ринку електронної комерції нашої країни становить приблизно 2,3 млрд. дол.

Сфера Інтернет-комерції розвивається не так швидко, як інші сегменти вітчизняного Інтернет-ринку, і має більш скромні інвестиції, тому що Інтернет - магазини ще не одержали масового визнання українськими покупцями. В Україні працює близько 8 тис. інтернет - магазинів, з яких 300 має більш-менш значний товарообіг. Інтернет - магазини продають практично будь-яку продукцію, але більшість з них невеликі гравці, які не в змозі забезпечити достатній рівень інвестицій у рекламу і маркетинг, інфраструктуру і логістику.

До найпопулярніших товарів українських онлайн магазинів можна віднести: побутову, комп'ютерну техніку та електроніку, книги, косметику та парфумерію, одяг, товари для дітей.

Дуже перспективним в Україні є така форма організації інформаційної та торговельної взаємодії між компаніями через Інтернет, як електронна комерція "бізнес-бізнес". В умовах поглиблення міжнародного поділу праці, активного розвитку спільної комерції, коли підприємства не тільки купують один у одного продукцію, а й спільно працюють над виробництвом нових товарів та послуг, електронна комерція такого напрямку набуває особливого значення, оскільки вона передбачає формування тривалих партнерських відносин між підприємствами, які здійснюються через комунікаційні мережі.

В Україні вже створюються корпоративні портали, в межах яких систематизується корпоративна інформація та надається доступ до неї сертифікованим користувачам. Перспективним для України є також створення електронних ринків, систем управління ланцюжком комплектації, систем управління взаємовідносинами з клієнтами.