

ЮРИДИЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
СУМСЬКОГО ДЕРЖАВНОГО УНІВЕРСИТЕТУ
ЛІГА СТУДЕНТІВ АСОЦІАЦІЇ ПРАВНИКІВ УКРАЇНИ

**ДІЯЛЬНІСТЬ ОРГАНІВ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ
ЩОДО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАБІЛЬНОСТІ ТА
БЕЗПЕКИ СУСПІЛЬСТВА**

МАТЕРІАЛИ
Міжнародної науково-практичної конференції
(Суми, 21–22 травня 2015 року)

Суми
Сумський державний університет
2015

ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА СУЧАСНОГО СТАНУ ІНТЕРНЕТ-ТОРГІВЛІ В РІЗНИХ РЕГІОНАХ УКРАЇНИ

Семішкур М. В.

Юридичний факультет, Сумський державний університет

Актуальність. Швидкий розвиток інформаційних технологій, а надто всесвітньої мережі Інтернет, наприкінці минулого століття кардинально змінив усі сфери людського життя. Більшість країн почала спрямовувати зусилля на побудову так званого інформаційного суспільства, що було визначено Організацією Об'єднаних Націй як глобальне завдання в новому тисячолітті. Цю мету поставила перед собою й Україна.

Стан наукової розробки. Питаннями інтернет-торгівлі займалися такі дослідники: Т. Дубовик, А. Чучковська, Н. Тягунова, М. Гудзенко, О. Галочкін, О. Матвієнко, І. Трубін, В. Соболев та інші.

Мета роботи – провести порівняльну характеристику сучасного стану інтернет-торгівлі в різних регіонах України.

Виклад основного матеріалу. Бурхливий розвиток процесів інформатизації суспільства спричинив появу нових суспільних відносин в сфері господарювання, які охоплюються поняттям “електронна комерція”. Важливою рисою цих відносин є те, що їх учасники наділені взаємними правами і обов'язками, а також мають власні потреби та інтереси, що реалізуються за допомогою інформаційної системи загального доступу – Інтернет.

Існує велика кількість думок і підходів щодо визначення поняття інтернет-торгівлі. Так, переважна більшість зарубіжних авторів, пояснюючи поняття електронної комерції, узагальнюють її як таку діяльність, що охоплює всі типи електронних транзакцій між організаціями та зацікавленими особами [7].

Що стосується вітчизняних науковців, то найбільш конкретне визначення Інтернет-торгівлі, на нашу думку, дає М. В. Макарова : «Інтернет-торгівля – це форма здійснення торгівлі товарами чи послугами з використанням технічних і програмних можливостей глобальної комп'ютерної мережі Інтернет» [3].

Дане питання регулюється Законами України «Про електронні документи та електронний документообіг», «Про електронний цифровий підпис», Цивільним та Господарським Кодексами України та іншими нормативно-правовими актами, що регламентують відносини в сфері інтернет-торгівлі.

Варто зазначити, що Україна має один із найнижчих показників інтернет-торгівлі серед країн Центральної та Східної Європи [5].

У цілому інтернет-активність малого та середнього бізнесу в Україні на 30 % нижче, ніж у Німеччині, Ірландії та Бразилії [4].

Нині на українському ринку інтернет-торгівлі представлені такі бізнес-моделі діяльності підприємств:

- підприємства, для яких торгівля в Інтернеті є професійним бізнесом, мають у своїй структурі підрозділи, що забезпечують високу якість обслуговування клієнтів;
- мережі торговельних підприємств, які мають великий асортимент товарів і за рахунок надання послуг із доставки збільшують обсяги продажів;
- інтернет-магазини, які мають власний сайт, працюють як посередники між споживачем і традиційним роздрібним магазином та, як правило, не мають служби доставки;
- традиційні роздрібні магазини, які мають власний сайт, що виконує функції вітрини і є доповненням до основного бізнесу [1].

Останнім часом в Україні спостерігається позитивна динаміка зростання впливу мережі Інтернет – у березні 2010 р. українська інтернет-аудиторія від 15 років і старше, що регулярно користується всесвітньою мережею, складала 12.9 млн осіб – більше третини дорослого населення країни, і увійшла до десятки країн Європи за кількістю інтернет-користувачів [6].

Територіальна картина поширення інтернет-торгівлі повторить загальну ситуацію щодо розвитку економіки в країні. Це підтверджує і регіональний розподіл користувачів мережі Інтернет в Україні: станом на березень 2010 р. зі значним відривом лідирує Київ, на який припало 60.14 % усіх користувачів Інтернету в Україні; далі йдуть Одеса (5.14 %), Харків (5.39 %), Дніпропетровськ (4.92 %), Донецьк (4.82 %), Львів (2.83 %), Крим (2.80 %), Запоріжжя (1.80 %) – сумарна частка цих міст становила 24.9 %. На решту міст України припало 13.26 % користувачів. Аутсайдерами за рівнем проникнення Інтернету були Луцьк (0.18 %), Житомир (0.21 %), Чернівці (0.32 %) і Закарпаття (0.31 %) [2]. У західних областях реальний рівень розвитку інтернет-торгівлі може бути вищим, ніж за даними офіційної статистики, через велику кількість трудових мігрантів, надходження від яких переважно лишаються у тіні (це підтверджується рівнем економічної активності населення, що є значно вищою на Сході) [1].

За даними Української асоціації інтернет-реклами 30 % населення купували товари через Інтернет. На відміну від європейців, для яких головним критерієм вибору магазину є асортимент, для українців пріоритетною залишається ціна. І саме інтернет-магазини можуть запропонувати більш низький рівень цін. Водночас у невеликих містах вплив інтернет-торгівлі майже не відчувається, оскільки інтернет-магазини користуються набагато меншою популярністю через невисокий рівень охоплення населення Інтернетом і низький рівень логістичної інфраструктури, необхідної для оперативної доставки товару [1].

Покупцями інтернет-магазинів є переважно жителі великих міст. Близько 40 % усіх інтернет-покупців припадає на м. Київ, за ним Донецьк (8 %), Одеса (7 %), Харків і Дніпропетровськ (по 6 %), Львів (5 %). Аудиторія всіх інших міст та регіонів представлена скромно і не перевищує 30 % [8].

Ситуація пояснюється тим, що представництва інтернет-магазинів поки що існують лише у великих містах, доставка по Україні впливає на вартість покупки, що автоматично робить покупки в Інтернеті менш привабливими [1].

Висновки. Інтернет-торгівля – це форма здійснення торгівлі товарами чи послугами з використанням технічних і програмних можливостей глобальної комп'ютерної мережі Інтернет. Україна має один із найнижчих показників інтернет-торгівлі серед країн Центральної та Східної Європи. Як показує статистика, покупцями інтернет-магазинів є переважно жителі великих міст. Такий стан речей зумовлений тим регіональним розподілом користувачів мережі Інтернет в Україні: зі значним відривом лідирують великі міста, аутсайдерами є переважно міста західної України. Отже, можна зробити висновок, що обсяги інтернет-торгівлі в Україні напряду залежать від регіонального розподілу користувачів мережі Інтернет.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Дубовик Т. Інтернет-торгівля в Україні / Т. Дубовик // Вісник КНТЕУ. – 2013. - №1. – С. 20-28.
2. Інтернет. Матеріал з Вікіпедії – вільної енциклопедії [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://uk.wikipedia.org>
3. Макарова М.В. Електронна комерція / М.В. Макарова. – К. :

Видавничий центр «Академія», 2002. – 272 с.

4. Малий бізнес в Інтернеті [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://predprinimatel.co.ua/ua/entrepreneurship/practice/malyjj-biznes-v-internete>.
5. Покупки в Інтернеті : українці пасуть задніх [Електронний ресурс]. — Режим доступу : http://life.pravda.com.ua/society/2011/11/14/89477/view_print/.
6. Трубін І.О. Правове регулювання електронної комерції в Україні [Електронний ресурс] / І.О. Трубін // Національна академія ДПС України. – Режим доступу : <http://zavantag.com/docs/609/index-398387-1.html>
7. Тягунова Н.М., Гудзенко М.Ю. Інтернет-торгівля: сутність та особливості / Н.М. Тягунова, М.Ю. Гудзенко // Вісник Полтавської державної аграрної академії. – 2013. - №3. – С. 160-162.
8. Хто заробить на зростанні інтернет-ринку в 2011 році [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://vkurse.ua/ua/business/na-roste-internetrynka-v-2011-godu.html>.