

Міністерство освіти і науки України  
Сумський державний університет  
Шосткинський інститут Сумського державного університету  
Фармацевтична компанія «Фармак»  
Управління освіти Шосткинської міської ради  
Виконавчий комітет Шосткинської міської ради

# ОСВІТА, НАУКА ТА ВИРОБНИЦТВО: РОЗВИТОК ТА ПЕРСПЕКТИВИ

## МАТЕРІАЛИ III Всеукраїнської науково-методичної конференції

(Шостка, 19 квітня 2018 року)



Суми  
Сумський державний університет  
2018

## СТРАТЕГІЧНИЙ АНАЛІЗ ІНТЕРНЕТ-ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ

**І.В. Прожога, О.О. Сачко**

Шосткинський Інститут Сумського Державного Університету  
olechkasachko@gmail.com

Останніми роками в усьому світі все більшого поширення набувають методи ведення бізнесу в Інтернеті, зокрема, інтернет-торгівля. Застосування Інтернету дозволяє швидко і з незначними витратами вивести і просувати продукцію на національний і міжнародні ринки.

Питання організації та вибору методів інтернет-торгівлі досліджувались у працях вітчизняних науковців. Зокрема, у працях Апопія В.В.[1] детально розглядались основні проблеми та перспективи розвитку інтернет-торгівлі в Україні. Зазначається, що відсутність будь-якої діяльності з боку виробничих компаній у всесвітній мережі розцінюється як недолік.

На електронну комерцію (e-commerce) в контексті ведення бізнесу починають звертати увагу навіть досить консервативні підприємці. Адже для багатьох вона до сих пір є практично неосвоєним джерелом залучення клієнтів, з великими перспективами зростання.

За даними дослідження ринку e-commerce Кредитпромбанку (який в свою чергу використовував матеріали Morgan Stanley Research, Fintime, Forbes.ua, Gemius Україна, InMind, ІНАУ) український ринок електронної комерції активно зростає.

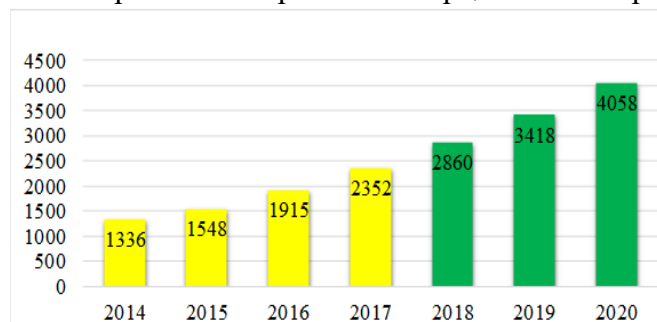


Рисунок - Обсяг онлайн – торгівлі в Україні у 2014 – 2020рр, млрд.\$ [4]

З рисунку видно зростання темпів інтернет-торгівлі в економіці, та її фактичних обсягів в грошовому еквіваленті. Отже, очевидно, що майбутнє торгівлі в Україні за e-commerce.

Прогноз розвитку e-commerce в Україні на 2018 рік буде характеризуватися наступним:

- подальше розмиття кордонів ринків, глобалізація,
- поступове формування загальносвітових вимог і споживчих очікувань по частині ціни, сервісу,
- швидкість доставки,
- вибір асортименту і якість товарів посилення конкуренції, як внутрішньої, так і міжнародної,
- зростання обсягів онлайн торгівлі,
- зростання числа споживачів, що віддають перевагу купівлі онлайн,
- поповнення онлайн сегмента новими галузями як в B2C (Business to consumer) , так і в B2B (Business to business) .

У цьому є загрози і можливості одночасно. Щоб успішно конкурувати на українському ринку електронної торгівлі, українським власникам інтернет-магазинів необхідно інвестувати в свій бізнес, інвестувати в сервіси, що дозволяють робити

покупки зручніше і простіше, просувати сайти в пошукових мережах, розширювати асортимент, в тому числі за рахунок продажів продукції українських виробників, оптимізувати витрати і ставати конкурентоздатними.

Загальний обсяг ринку за підсумками 2016 року становить - 5,65 млрд. \$. До кінця 2018 року прогнозується збільшення в двое та можливе перевищення позначки в 10 млрд. \$. Але рівень інтеграції "ікомерс" в Україні вкрай низький на фоні загальносвітових цифр і потенційно може вирости до 25 млрд.\$ до 2020 року[4].

Серед найбільш відвідуваних сайтів України, зі значним відривом від найближчих конкурентів лідерство тримає Rozetka. Отже, було досліджено діяльність цього лідера вітчизняної інтернет-торгівлі за допомогою комбінування SWOT – аналізу, SNW – аналізу, модифікованої матриці Бостонської консультативної групи та SPACE – аналізу.

Провівши стратегічний аналіз інтернет – магазину «Rozetka» визначено стратегію, яку можна використовувати для успішного розвитку. В роботі запропоновано стратегію посилення на ринку для кращого позиціонування. Цей тип стратегії для реалізації вимагає великих маркетингових зусиль.

За 2016 рік найбільшим конкурентом Rozetka став «Цитрус», другий на відвідуваність інтернет- магазин в Україні, що активно розвивається і є об'єктом подальшого стратегічного аналізу.

Згідно стратегічного аналізу (за допомогою SWOT-аналізу, SNW – аналізу, модифікованої матриці Бостонської консультативної групи та SPACE – аналізу) для інтернет – магазину «Цитрус», визначено стратегію його успішного розвитку. Найкращою пропонується комбінована стратегія, націлена на вирішення конкурентних переваг, що досягаються за рахунок пропозицій товарів вищої якості або завдяки низьким цінам.

До шляхів покращення інтернет-торгівлі належать наступні заходи:

- необхідність інвестування в свій бізнес;
- інвестиції в сервіси, що дозволяють робити покупки зручніше і простіше;
- просування сайтів в пошукових мережах;
- вдосконалення рекламних заходів;
- розширення асортименту, в тому числі за рахунок продажів продукції українських виробників;
- оптимізація витрат;
- підвищення конкурентоздатності.

Таким чином, розвиток електронного бізнесу в Україні значною мірою залежить від політики держави у цій сфері діяльності, а саме: в першу чергу, від сприяння залученню інвестицій у цей сектор та розвитку транспортної інфраструктури в Україні до рівня європейських стандартів.

Список використаних джерел

1. Апопій, В. В. Інтернет-торгівля: проблеми і перспективи розвитку [Текст] / В. В. Апопій // Регіональна економіка. – 2003. – № 1. – С. 25.
2. Динаміка використання Інтернету в Україні: лютий-березень 2016 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=621>
3. Дослідження ринку електронної комерції в [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ain.ua/2013/04/11/120835>.
4. Електронна комерція (e-Commerce): тренди та прогноз розвитку в Україні на 2017-2018 рр. [Електронний ресурс] : – Режим доступу: <https://www.web-mashina.com/web-blog/ecommerce-prognoz-elektronnoi-kommercii-ukrainy-2017-2018>