

## МАРКЕТИНГ

**Власюк Ю.Ю.**

*студентка,*

*Національний технічний університет України*

*«Київський політехнічний інститут»*

### **СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ УКРАЇНСЬКОГО РИНКУ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В СЕКТОРІ В2В**

Протягом останніх років активного розвитку набули інформаційні технології та нові методи ведення бізнесу в Україні, що спричинило розвиток та становлення електронної комерції. У світі спостерігається справжній підйом розвитку ринку електронної комерції. Це один з найбільш динамічно розвиваючих ринків економіки. Незважаючи на економічну нестабільність ринок електронної комерції в Україні продовжує розвиватись, про що свідчить відкриття нових інтернет-магазинів та їх стабільність. З кожним роком популярність і вигідність такого виду комерції в Україні почне завойовувати більший обсяг ринку.

Слабка економіка країни та прозорість умов інтернет торгівлі, гальмують процес розвитку електронної комерції на 2–3 роки, в порівнянні з іноземними ринками, хоча темпи зростання ринку електронної комерції в країнах, що розвиваються вищі ніж у розвинених. Тому в Україні є всі передумови для ефективної роботи ринку електронної комерції. Так, протягом останніх кількох років ринок електронної комерції в Україні зростає з темпом 40–45 % на рік та має досить великий потенціал. За прогнозами Держкомстату, обсяг ринку електронної комерції нашої країни у 2015 році становитиме приблизно 4,4 млрд. дол. [1]. Даний факт обумовлює актуальність вивчення українського ринку електронної комерції та його перспективи.

На сьогоднішній день відсутній єдиний підхід до розуміння поняття «електронна комерція». Кожен автор відповідно до накопиченого досвіду трактує його на свій розсуд. Більшість авторів, які досліджують тему електронної комерції, сходяться на думці, що електронна комерція – це швидкість, доступність з'єднання, обмін товарами, послугами та інформацією за допомогою мережі [2 с. 95]. Також поширена думка, що електронна комерція – це технологія здійснення комерційних операцій та управління виробничими процесами із застосуванням електронних засобів обміну даними [3, с. 235].

Загалом, електронна комерція розвивається в наступних напрямках [4, с. 20]:

- B2B (business-to-business) – взаємодія бізнесових структур між собою;
- B2C (business-to-customer) – взаємодія бізнесових структур з кінцевими споживачами;
- G2B (government-to-business) – взаємодія державних структур з бізнесовими компаніями;
- G2C (government-to-customer) – взаємодія державних структур з громадянами країни;
- C2C (customer-to-customer) – взаємодія користувачів між собою;
- C2B, G2G, C2G, G2B – включають тих самих учасників, лише відрізняються характером їхньої взаємодії.

Велика кількість наукових досліджень та робіт присвячена електронній комерції, однак, слід зауважити, що саме ринку електронній комерції в секторі B2B їх кількість

доволі обмежена. Тому дана робота буде присвячена дослідженню стану та перспектив розвитку українського ринку електронної комерції в секторі B2B.

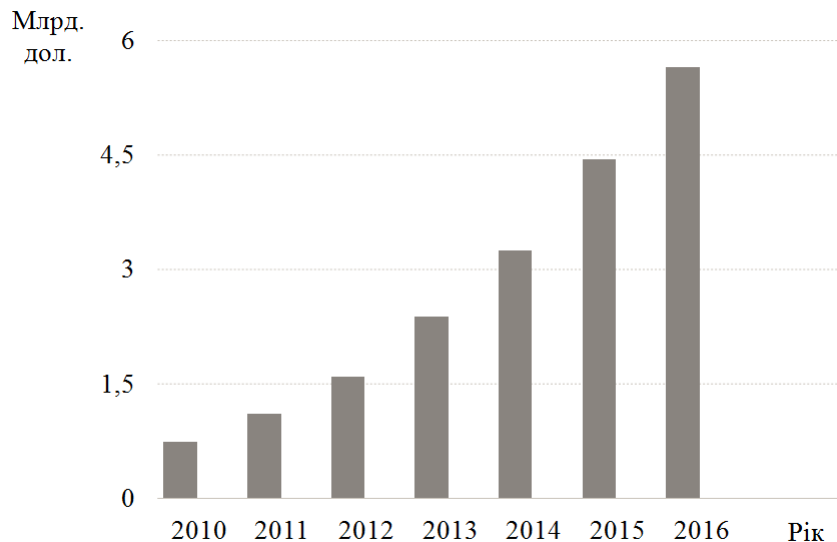
В Україні електронна комерція, напевно є галуззю, що демонструє найшвидші темпи зростання серед усіх галузей економіки. Український ринок електронної комерції, активно розвивається, як в споживчому, так і в промисловому секторі. Також Україна входить в десятку європейських країн з найбільшою кількістю онлайн-користувачів, отже, країна має великий потенціал для ведення бізнесу в мережі Інтернет. За прогнозами експертів, український ринок електронної комерції зростатиме з кожним роком, та в 2016 році становитиме 5,65 млрд. дол. [5].

Таблиця 1

### Розвиток українського ринку електронної комерції

Рік	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Об'єм ринку електронної комерції в Україні, млрд. дол.	0,73	1,1	1,59	2,37	3,24	4,44	5,65
Ріст до кожного року %	34 %	50 %	45 %	49 %	37 %	37 %	27 %
Проникнення інтернет-торгівлі в Україна, млрд. дол. %	1,1 %	1,3 %	1,6 %	2,3 %	2,9 %	3,8 %	4,5 %

*Розроблено автором за даними [5]*

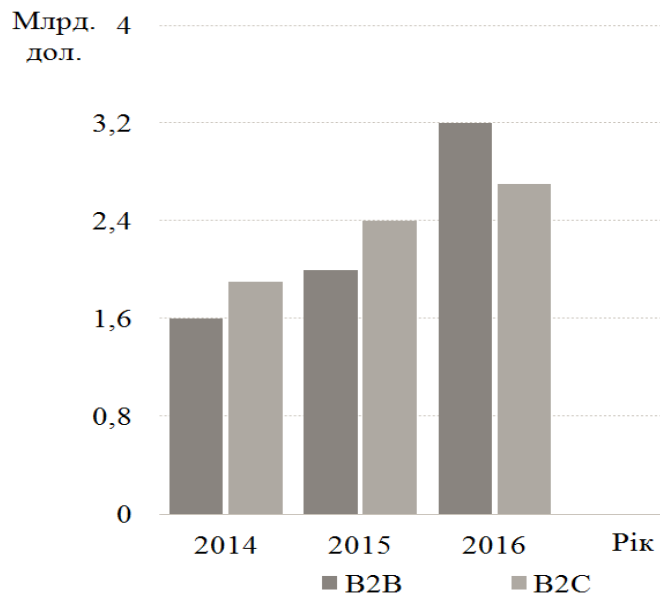


**Рис. 1. Темпи розвитку ринку електронної комерції в Україні**

*Розроблено автором за даними [5]*

Близька 80 % електронної комерції світу належить до сектору B2B, що підтверджено великою кількістю досліджень. Значно більший об'єм ринку B2B та стрімкі темпи його розвитку в електронній комерції, свідчать про високий потенціал ринку електронної комерції в секторі B2B та більші темпи розвитку, порівняно з B2C.

Проаналізувавши можливі дані щодо тенденцій та темпів зростання українського ринку електронної, прогнозуються наступні тенденції розвитку ринку в секторі B2B, що представленні на рис 2.



**Рис. 2. Перспективи розвитку українського ринку електронної комерції в секторах B2B та B2C**

*Джерело: розроблено автором за даними Держкомстат, Morgan Stanley Research, розрахунки Fintime.*

Отже, як видно з рис. 2, ринок електронної комерції в секторі B2B буде рости з кожним роком з темпами 40–55 % та в 2016 році в грошовому вимірі має обійти ринок електронної комерції в секторі B2C, що свідчить про велику перспективність електронної комерції в цілому та в даному секторі.

#### **Список використаних джерел:**

1. Стан ринку електронної комерції в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.ukrinform.ua/ukr/news/v\\_ukraiiini\\_strimko\\_zrostaie\\_rinok\\_onlayn\\_torgivli\\_1840710](http://www.ukrinform.ua/ukr/news/v_ukraiiini_strimko_zrostaie_rinok_onlayn_torgivli_1840710).
2. Климович, Л. Электронная коммерция в интернационализации предпринимательской деятельности // Бел. журн. междунар. права и междунар. отношений. 2003. № 1. С. 95–99.
3. Уриш, И.В. Современные информационные технологии в электронной торговле / И.В. Уриш, Л.С. Климченя // Опыт и проблемы реализации менеджмента и маркетинга : тез. докл. междунар. семинара / под общ. ред. И.Л. Акулича. Минск : БГЭУ, 2001. С. 235–237.
4. Плєскач В.Л. Електронна комерція : [підруч. для студ. вищ. навч. закл.] / В.Л. Плєскач, Т.Г. Затонацька. – К. : Знання, 2007. – 535 с.
5. Morgan Stanley Research [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.morganstanley.com/>.