

Пак А. В., Власенко К. І.

ЕЛЕКТРОННА ТОРГІВЛЯ В УКРАЇНІ: ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ

В даній роботі розглянуто електронну торгівлю, яка нарощує обсяги у світовому масштабі та визначено її переваги й недоліки.

На сьогоднішній день світ бізнесу переживає значні зміни, і однією з них є стрімкий розвиток та впровадження електронної комерції (ЕК). З кожним днем все більше підприємств різних країн впроваджують у свою діяльність інструменти ЕК, що дозволяє залучати нових клієнтів, і таким чином збільшувати прибуток.

Згідно з Законом України «Про електронну комерцію», електронна торгівля визначається як частина ЕК, а саме – господарська діяльність у сфері електронної купівлі-продажу, реалізації товарів дистанційним способом покупцю із використанням інформаційно-телекомунікаційних систем [1].

Електронна торгівля може здійснюватися безпосередньо на сайтах, на торговельних майданчиках, а також у соціальних мережах (Instagram та Facebook). До відомих в Україні торговельних майданчиків можна віднести OLX, Shafa.ua, Rozetka, Prom.ua та інші. До переваг можна віднести: 1) охоплення певної території потенційних покупців, а також досягнення глобального ринку й збільшення кількості покупців; 2) скасування часових обмежень: замовлення 24 години на добу, у свята та у вихідні; 3) доставка товарів у віддалені міста, села та селища міського типу та ін.; 4) охоплення покупців, без можливості відвідати магазин offline; 5) можливість порівнювати ціни та якість продукції, а також знайомитися з відгуками клієнтів, що впливає на прийняття остаточного рішення; 6) заощадження кампанії на обслуговуванні, зарплаті, на системі відеоспостереження, оренді приміщення, тощо, що призводить до здешевлення товарів та збільшенню замовлень; 7) здійснення продажу товару у надзвичайних ситуаціях (наприклад, пандемія, воєнний стан).

До недоліків електронної торгівлі можна віднести: 1) низький доступ до мережі Інтернет (особливо у сільській місцевості); 2) відсутність довіри споживачів до онлайн-торгівлі (неможливість пересвідчитися у якості товару тощо); 3) відсутність можливості оцінити органолептичні властивості товарів перед замовленням; 4) деякі види товарів не підходять для інтернет-торгівлі.

Отже, на основі вищеприписаного можна зробити висновок, що електронна торгівля дає змогу підприємствам охопити якомога більшу кількість потенційних покупців на певній території, що призведе до збільшення кількості замовлень та збільшення прибутку. Електронна торгівля має багато переваг як для підприємства, так і для покупця, а також є основним способом торгівлі у надзвичайних ситуаціях, що на сьогоднішній день є надзвичайно актуальним.

Література:

1. Nanekaran, Y. An Introduction to Electronic Commerce / Y. Nanekaran// International Journal of Scientific & Technology Research. – 2 (4), 2013 – P. 190–193.