

Одесский национальный экономический университет  
Кафедра экономики предприятия и организации предпринимательской  
деятельности

Куклинова Т.В., к.э.н., доцент  
Орленко О.М., ст. преподаватель

## **ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ МАЛЫХ И СРЕДНИХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

Постановка проблемы. Конкурентную борьбу среди малых и средних предприятий (далее МСП) усилила глобализация Украины в международное торгово-экономическое пространство. Интернет-пространство стало неотъемлемой частью коммерческой деятельности, которое влияет на мировую экономику. Применение Интернета позволяет МСП быстро с небольшими затратами конкурировать на глобальном рынке. Проблема стимулирования развития Интернет-торговли МСП становится все более актуальной и требует ее дальнейшего развития.

Значительный вклад в изучение развития отрасли Интернет-торговли осуществили ученые, как Звасс, А. Саммер, Г. Дункан, Д. Козье, В. Триз, Л. Стюарт, В.Л. Плескач, Т.Г. Затонацкая, Н. Соловенко, В.В. Царев и др. Они изучают конкурентные преимущества Интернет-торговли, тенденции и факторы ее развития в Украине, а также предлагают некоторые меры с целью ее активизации. Но остаются актуальными проблемы выявления возможностей стимулирования их развития, что требует дальнейшей разработки теории и методологии.

Цель исследования – изучение характерных особенностей развития Интернет-торговли МСП, а также разработка эффективных путей стимулирования развития с целью обеспечения их конкурентоспособности. В связи с этим становятся актуальными и требуют расширения теоретические и

прикладные вопросы научного обеспечения стимулирования развития МСП в рыночных условиях. Выявление уровня их развития в современных условиях и определение направлений их совершенствования. Несмотря на значительное количество исследований их ключевые проблемы остаются дискуссионными и недостаточно разработанными. Наличие нерешенных научных проблем, связанных с необходимостью привлечения потенциала Интернет-торговли МСП к процессам экономического роста, требуют исследования тенденций их развития.

По состоянию на 01.01.2017 г. 27,8% украинских торговых предприятий были убыточными [1]. Свойства и преимущества МСП вносят существенный вклад в развитие экономики, а их характерные особенности обеспечивают им место в рыночной среде. Этот сектор экономики должен стать основой выхода из кризиса.

Интернет-торговля имеет огромный потенциал развития. Их конкурентным преимуществом является использование Интернета, как канала реализации товаров. Интернет-торговля позволяет существенно снизить себестоимость. Продавец не несет затрат на помещение и штат продавцов, что позволяет продавать товары дешевле обычных магазинов. Покупателей привлекают низкие цены, широкий ассортимент товаров, возможность изучения отзывов на них, специальные предложения и скидки. Покупатель может быстро и легко просмотреть ассортимент товара, оплатить его через Интернет в удобное время и месте. Специальные веб-сайты отслеживают цену на товар. Интернет-магазины могут стать конкурентами offline-магазинам, предлагая аналогичную продукцию по более низким ценам.

Выделим следующие конкурентные преимущества Интернет-торговли МСП:

- рост конкурентоспособности за счет уменьшения операционных расходов (расходов на организацию бизнеса, рекламу и продвижение товара (услуги), обслуживание клиентов, поддержание коммуникаций, уменьшение

затрат времени на взаимодействие с клиентами и деловыми партнерами, расширение до - и после продажной поддержки;

- расширение и глобализация рынков;

- персонализация взаимодействия: с помощью информационных сетей фирмы могут получать подробную информацию от каждого клиента и автоматически предоставлять товары и услуги по массовым рыночным ценам;

- изменения в инфраструктуре за счет уменьшения доли или полного исключения материальной инфраструктуры (зданий, сооружений), сокращение численности персонала, уменьшение количества посредников;

- создание новых продуктов и услуг, например службы электронной поставки и поддержки, предоставлению справочных услуг, услуг по установлению контактов между заказчиками и поставщиками и прочее.

В свою очередь, электронные торговые площадки позволяют проводить прозрачную торгово-закупочной деятельности в Интернете, что является актуальным в сфере госзакупок. Продавцам переход на электронные схемы может дать прирост оборотов и максимальную экономию. Средний показатель экономии закупок товаров составляет 15-30%. Они являются удобными для управления процессом закупок МСП. В настоящее время в Европе функционирует около 150 электронных торговых площадок.

Подчеркивается, что украинский рынок электронных торгов отстает от зарубежного на несколько лет [3,4,5,6,7,8]. Собственные площадки имеют украинские компании: «Торговые системы», «Универсальные электронные торговые системы», «Украинская электронная торговая площадка» и тому подобное. Однако проведение торгов и закупок в Интернете не поддерживается на государственном уровне.

Таким образом, Интернет предоставляет еще больше возможностей покупателям и торговцам. Интернет-торговля в Украине только зарождается, но ее развитие происходит динамично. Так, по состоянию на 01.01.2017 г. количество пользователей Интернет в мире составило 19,678,089 (41.4% от

общего количества населения). В 2016 году количество пользователей Интернета в мире достигла 3,4 млрд. и составила 46% от населения планеты. Это в два раза больше, чем в 2009 году. Однако, в последние пять лет темпы роста Интернет-сообщества замедлились и остаются на уровне 10% [8].

Развитие Интернет-торговли в Украине является чрезвычайно важным, эффективным путем, который позволит выйти на мировой рынок многим украинским компаниям, в первую очередь фирмам, предоставляющих коммерческие услуги, и фирмам-разработчикам программного обеспечения. В конечном итоге, Интернет-торговля даст толчок к дальнейшему развитию в Украине как Интернет-технологий, так и всей финансовой инфраструктуры.

## Литература

1. Офіційний сайт Державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: — <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Системи електронної комерції: створення, просування і розвиток : монографія / О. М. Юдін, М. В. Макарова, Р. М. Лавренюк. – Полтава : РВВ ПУЕТ, 2011. – 201 с.
3. Юринець З.В. Інноваційні технології та інструменти та інструменти розвитку сфери торгівлі / З.В. Юринець // Науковий вісник НЛТУ України, 2016. – Вип. 26.2. – С. 125-129.
4. Маловичко С. В. Аналіз сучасних тенденцій та динаміки розвитку електронної торгівлі на підприємствах України / С. В. Маловичко // Проблеми економіки, 2015. – № 2. – С. 71-77.
5. Кислюк Л.В., 2016 Аналіз стану електронної агроторгівлі в Україні / Кислюк Л.В «Молодий вчений», 2016. – № 11 (38). Економічні науки – С. 606-610.
6. Ілляшенко С. М., Іванова Т. Є. Перспективи та основні проблеми розвитку інтернет-торгівлі в Україні / С.М. Ілляшенко, Т.Є. Іванова // Механізм регулювання економіки, 2014. – № 3. – С. 72-81.

7. М. Гуцалюк Безпека Інтернет-торгівлі / Гуцалюк М. // Правова інформатика, 2007 –№ 1(13). – С.29-31.

8. The Official World Wide We Anniversary Site Internet Live Stats [Електронний ресурс]. – Режим доступа: – <http://www.internetlivestats.com/internet-users-by-country/>