

ІНТЕРНЕТ-ТОРГІВЛЯ В УКРАЇНІ (ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ)

Студ. Стасів Н.В.

Наук. керівник доц. Люльчак З.С.

Національний Університет «Львівська політехніка»

У сучасному світі, що вступає в еру Інтернету, виграють ті, хто краще використовує технічні можливості отримання й аналізу інформації. Інтернет починає відігравати досить важливу роль у світовій економіці, багаторазово прискорюючи циркуляцію фінансових й інформаційних потоків по всій земній кулі. І, таким чином, він усе більше й більше стає визначальним фактором світової економіки.

Чи стануть електронні канали розподілу панівною силою збутової політики суттєво залежить від того, які переваги і недоліки має цей високотехнологічний спосіб збуту продукції і наскільки ці переваги та недоліки проявляться на ринку в найближчому майбутньому. До переваг Інтернет-торгівлі можна віднести глобальний масштаб і охоплення. Можливості Інтернету дозволяють розширити пошук бізнес-партнерів та істотно полегшити проведення ринкових досліджень. Тим самим на основі повної інформації можна щонайкраще запропонувати свій товар чи послуги. Інтернет-торгівля передбачає зручність і швидкість здійснення угоди, можливість доступу користувача до інформації з будь-якого місця без будь-яких додаткових витрат. Даний вид торгівлі несе також значно нижчі витрати на здійснення продажу і збуту [3].

Однак, поряд з перевагами існує також ряд недоліків використання торгівлі через Інтернет. Недовіра до цього виду збуту взагалі є основною причиною відмов від покупок он-лайн серед користувачів Інтернет в Україні. Найцікавішим є те, що 70% опитаних заявили про те, що вони не роблять покупки он-лайн, оскільки не бажають розголошувати номери своїх кредитних карток [2]. Вітчизняні аналітики визначають відсутність відповідного законодавства про кредитні картки й електронний підпис як одну з основних причин гальмування Інтернет-торгівлі в Україні. 15% опитаних вважають, що купувати товари і послуги в звичайному магазині значно безпечніше, ніж в Інтернеті [2]. Також варто зазначити, що особливо негативний вплив на розвиток віртуальних каналів має відсутність можливості побачити реальний товар, приміряти його, порівняти з іншим тощо. Повільність виконання замовлення є суттєвим бар'єром для більшості споживачів, які не мають бажання очікувати товар хоч будь-який нетривалий період часу. Проблеми безпеки і соціальних контактів клієнтів у процесі відвідування магазинів і купівлі здатні знизити привабливість такого швидкого і зручного способу отримання товару і задоволення потреб, як Інтернет.

Головною причиною гальмування Інтернет-торгівлі в Україні є слабкий розвиток економіки і низький рівень добробуту населення. Більшість українських громадян просто не відчуває потреби у швидкому й оперативному сервісі, що може забезпечити Інтернет [1].

Отже, можна зробити висновок, що Інтернет-торгівля в Україні ще далеко не досягла свого максимального рівня. Існує безліч механізмів її подальшого розвитку в сучасних умовах. Але в даного виду торгівлі є майбутнє, тому що вона потребує менших витрат, і виробники, особливо невеликі, природно, будуть звертатися до даного способу збуту. Це дасть можливість виробникам зекономити значні кошти та скоротити витрати на збут, які на сьогоднішній день часто перевищують витрати на виробництво продукції. Скорочення операційних витрат, в свою чергу, позитивно відіб'ється на фінансових результатах роботи підприємства.

1. Литовченко І.Л. Інтернет-маркетинг/ І.Л. Литовченко. В.П. Пилипчук: Навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2008. – с. 5. 2. Переваги та недоліки збуту через Інтернет.[Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://alpariweb.com/ua/info/www/info-10>. 3. Стадник В. Создание и использование сайта с позиции маркетинга // Маркетинг и реклама. – 2007. – №11. – С. 34-36.