



УДК 004.738:658.8

Н. В. Трушкіна

Інститут економіки промисловості НАН України (м. Київ)

ЗБУТОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ У СИСТЕМІ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ

У останні роки в Україні спостерігається стрімкий розвиток електронної комерції із застосуванням цифрових технологій. Це відповідає прийнятому в 2015 р. Закону України «Про електронну комерцію», де визначено організаційно-правові засади діяльності у сфері електронної комерції. У діючому законодавстві України під електронною комерцією розуміються «відносини, спрямовані на отримання прибутку, що виникають під час вчинення правочинів щодо набуття, зміни або припинення цивільних прав та обов'язків, здійснені дистанційно з використанням інформаційно-телекомунікаційних систем, внаслідок чого у учасників таких відносин виникають права та обов'язки майнового характеру» [1].

У законопроекті «Про цифровий порядок денний України» до основних напрямів розвитку «цифрового суспільства» віднесено створення на законодавчому рівні інституційних, інфраструктурних, правових, регуляторних, економічних і фінансових механізмів організації торгівлі (e-commerce, розвиток каналів і методів продаж) з використанням інформаційно-телекомунікаційних технологій [2].

Ринок електронної комерції в Україні зростає з темпом 40-45% на рік і має значний потенціал [3]. За експертними оцінками, прогнозується щорічне збільшення обсягів онлайн-продажів у глобальному масштабі на 17-18%. При цьому в Україні значення цього показника становить 20-30% [4].

Як зазначено у проекті «Цифрова адженда України – 2020», протягом наступних 3 років очікується зростання рівня розвитку електронної комерції у 2 рази. У 2017 р. обсяг електронної комерції становитиме 40-45 млрд грн [5].

Разом з тим, до ключових бар'єрів у сфері електронної комерції в Україні віднесено недостатній розвиток інтернет-комунікацій. За показником «Технологічна готовність», що є складовим Індексу глобальної конкурентоспроможності, Україна у 2016 р. посіла 85-е місце серед 138 країн світу; за показником «Наявність новітніх технологій» – 93-є; «Технологічні запозичення» – 97-е; «Використання інформаційно-комунікаційних технологій» – 78-е місце [6]. Останні з яких, за оцінками фахівців, становлять у ВВП України лише 2%, тоді як в Естонії – 7% [7].

Отже, у сучасних умовах динамічного розвитку цифрової економіки актуалізується проблема організації збутової діяльності підприємств у системі електронної комерції. Це підтверджується результатами аналізу статистичних даних. За даними Державної служби статистики України, кількість підприємств, що користуються автоматизованим обміном даних для відправлення або одержання товарно-транспортних накладних, зросла за 2011-2015 рр. на 119,7%; одержання замовлень від клієнтів – на 70,4%; відправлення або одержання інформації про продукцію – на 57,6%. При цьому частка підприємств у загальній їх кількості, де здійснюється автоматизований обмін даними, збільшилася на 14,4% (з 24,4 до 38,5%); 11,3 (з 49,5 до 60,8) і 7,8% (з 57,2 до 65%) відповідно (табл. 1).

За 2011-2015 рр. кількість підприємств, на яких здійснюється регулярний електронний обмін інформацією, за рівнем техніко-матеріального забезпечення, виробничим планом або прогнозом попиту клієнтів збільшилася на 35,6%; розвитком

© Трушкіна Н. В., 2017



доставки кінцевої продукції споживачам – на 40,6%. Питома вага цих підприємств у загальній кількості підприємств, де використовується автоматизований обмін даними, становила в 2015 р. 14,3 і 16,7% відповідно (табл. 2).

Таблиця 1

Кількість підприємств, що користуються автоматизованим обміном даними при організації збутової діяльності

Мета обміну даними	Роки				Темпи змін, %
	2011	2013	2014	2015	
Одержання замовлень від споживачів	13005	14669	19703	22161	170,4
Відправлення або одержання інформації про продукцію	15038	16031	21139	23702	157,6
Відправлення або одержання товарно-транспортних накладних	6398	8683	12337	14057	219,7

Складено за даними: [8, с. 12].

Таблиця 2

Кількість підприємств, на яких здійснюється регулярний електронний обмін інформацією за напрямками

Напрямок електронного обміну інформацією	Роки				Темпи змін, %
	2011	2013	2014	2015	
Рівень техніко-матеріального забезпечення, виробничих планів або прогнозу попиту клієнтів	3840	4020	3874	5206	135,6
Розвиток доставки кінцевої продукції споживачам	4331	4894	4525	6088	140,6

Складено за даними: [8, с. 13].

На основі обстеження рівня усвідомлення переваг у використанні інформаційно-комунікаційних технологій при організації ринку збуту виявлено, що 10,7% респондентів відзначають про значні поліпшення (у 2011 р. – 7,7%) [8, с. 16].

Аналіз свідчить, що кількість підприємств, які використовували мережу Інтернет для отримання інформації про товари та послуги, становила в 2016 р. 33298, або 85,8% загальної кількості підприємств, що мали доступ до мережі Інтернет. Кількість підприємств, на яких веб-сайт забезпечував можливості обслуговування споживачів, складала 7188 (46,1%), а формувати замовлення товарів і послуг у режимі он-лайн – 4255, або 27,3% від загальної кількості підприємств, що мали веб-сайт, який функціонував у мережі Інтернет.

Соціальні медіа використовували для співпраці з діловими партнерами та іншими організаціями 6789 підприємств (20% загальної кількості підприємств, які використовували соціальні медіа); для отримання відгуків клієнтів або надання відповідей на їх запитання – 6089 підприємств (18%), а для залучення клієнтів у розвиток або інновацію товарів та послуг – 3963 підприємства (11,7% загальної кількості підприємств). У 2016 р. кількість підприємств, які купували програми для управління взаємовідносинами з клієнтами, складала 967, або 26,6% загальної кількості підприємств, що купували послуги хмарних обчислень [9, с. 11, 12, 14, 15].

Електронну торгівлю через комп'ютерні мережі здійснювали, як правило, підприємства переробної промисловості, оптової та роздрібною торгівлі, у сфері інформації та телекомунікації, транспорту, складського господарства, поштової та кур'єрської діяльності, будівництва. Як показав аналіз статистичних даних, кількість підприємств, що отримували замовлення через комп'ютерні мережі на продаж товарів або послуг, становила в 2016 р. 2503, а які здійснювали закупівлі через комп'ютерні мережі – 7147 (табл. 3).

Отже, у результаті дослідження виявлено, що для стимулювання подальшого розвитку електронної комерції в Україні доцільно розширювати способи здійснення



оплати; використовувати «електронні» гроші; впроваджувати інноваційні фінансові інструменти збутової діяльності (наприклад, онлайн-кредитування); застосовувати принципи smart-логістики.

Таблиця 3

Кількість підприємств, які здійснювали електронну торгівлю через комп'ютерні мережі

Види економічної діяльності	Підприємства, що отримували замовлення через комп'ютерні мережі на продаж товарів або послуг		Підприємства, що здійснювали закупівлі товарів або послуг через комп'ютерні мережі	
	кількість	Частка, %	кількість	частка, %
Переробна промисловість	696	27,8	1747	24,4
Будівництво	127	5,1	668	9,3
Оптова та роздрібна торгівля	836	33,4	1762	24,7
Транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність	168	6,7	487	6,8
Інформація та телекомунікації	224	8,9	478	6,7

Складено за даними: [9, с. 20].

За експертними оцінками, удосконалення організації збутової діяльності підприємств з використанням цифрових технологій і систем сприятиме зростанню рівня прибутковості від реалізації продукції на 15–20% у результаті скорочення трансакційних витрат; підвищенню якості документообігу; зменшенню адміністративних витрат на збут, маркетинг і підтримку клієнтів на 10–15%.

Список бібліографічних посилань (References)

1. Про електронну комерцію: Закон України від 03.09.2015 р. № 675-VIII (із змін.; редакція від 26.04.2017 р.). URL : <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/675-19>.
2. Про цифровий порядок денний України: проект Закону України [Електронний ресурс]. URL : <http://www.rada.gov.ua/uploads/document/40009.pdf>.
3. Власюк Ю.Ю., Юдіна Н.В. Дослідження українського ринку електронної комерції у секторі B2B. *Актуальні проблеми економіки та управління: зб. наук. праць*. К.: КПІ ім. І. Сікорського, 2015. Вип. 9. URL : <http://ape.fmm.kpi.ua/article/view/41571/43205>.
4. Федоричак В. Тренди електронної комерції в 2017-2018 роках. URL : <http://lemarbet.com/ua/trends/trendy-elektronnoj-kommertsii-v-2017-2018-godah/>.
5. Цифрова адженда України – 2020. Концептуальні засади (проект). URL : <https://uccr.org.ua/uploads/files/58e78ee3c3922.pdf>.
6. Позиція України в рейтингу країн світу за індексом глобальної конкурентоспроможності 2016–2017. URL : <http://edclub.com.ua/analityka/pozyciya-ukrayiny-v-reytingu-krayin-svitu-za-indeksom-glo-balnoyi-konkurento-spromozhnosti-1>.
7. Станут ли цифровая экономика и стратегия создания «точек роста» локомотивом развития Украины. URL : <https://delo.ua/news-companies/stanut-li-cifrovaja-ekonomika-i-strategija-sozdaniya-tochek-rost-304952/>.
8. Використання інформаційно-комунікаційних технологій на підприємствах України у 2015 році : стат. зб. Київ : Держ. служба статистики України, 2016. 24 с.
9. Використання інформаційно-комунікаційних технологій на підприємствах України у 2016 році : стат. зб. Київ : Держ. служба статистики України, 2017. 30 с.

Одержано 29.11.2017