

відображатись на його особистій самореалізації.

Отже, нами було з'ясовано, що головною особливістю менеджменту персоналу в екологічних стартапах є зосередження основної мотивації на працівниках інноваційного відділу підприємства, так як успішність екологічного стартапу прямо залежить від ефективності використовуваних ним технологій, що створюються в інноваційному відділі.

Література

1. Грішнова О.А.. Інноваційні стратегія управління персоналом у контексті забезпечення конкурентоспроможності підприємства / О.А. Грішнова, Н.М. Полив'яна // Науковий вісник ЧДІЕУ. – 2009. – №1 (2). – С. 64-75.
2. Грішнова О., Брінцева О. Впровадження екологічної відповідальності в практику менеджменту вітчизняних підприємств // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. –2013. – С. 13-18.
3. Грішнова О.А. Соціальна відповідальність у контексті подолання системної кризи в Україні // Демографія та соціальна економіка: науково-економічний та суспільно-політичний журнал / НАН України, Ін-т демографії та соціальних досліджень. – Київ, 2011. – № 1 (15). – С. 39-46.
4. Касич А.О., Литвиненко Я.О., Мельничук П.С. Альтернативна енергетика: світовий і вітчизняний досвід – [Електронний ресурс] – Режим доступу: esj.oa.edu.ua/articles/2013/n23/8.pdf
5. Климчук С. А. Таксономічний аналіз стратегії розвитку підприємств альтернативної енергетики – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/11361/1/24.pdf>
6. Офіційний сайт «Вітряні парки України» – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://wpu.com.ua/ru/>

Фаталієва А.В.

Науковий керівник: викл. Полтавець М.М.

Кіровоградський національний технічний університет, м. Кіровоград, Україна

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ

Розвиток глобальної мережі Інтернет та її проникнення у всі сфери життя людей, пошук нових ринків збуту продукції все більше стимулюють підприємців до такого виду діяльності, як електронна торгівля. За даними відомої дослідницької компанії Forrester Research кількість користувачів Інтернет у світі на сьогодні складає більше 2,7 млрд. людей. У той же час постійно зростає кількість часу, який користувачі проводять в Інтернет. Цьому сприяє все більша інтеграція професійної діяльності з можливостями, що надає мережа: проведення інтернет-семінарів, конференцій, презентацій, аукціонів тощо.

Метою роботи є огляд ринку інтернет-торгівлі в Україні, зокрема дослідження її перспектив, переваг та оцінка позитивних сторін, визначення особливостей організації електронної торгівлі.

Кількість користувачів Інтернет в Україні постійно зростає і на початок 2015 року, згідно даних дослідження проведеного компанією «Factum Group Ukraine», складає 57% дорослого населення. Найбільша доля трафіку в українському Інтернеті припадає на Google середньоденна доля інтернет-гіганта складає 48%. В цілому, список найбільш популярних серед українців сайтів не поспішає мінятися і в ньому продовжують лідувати російські соціальні мережі, американський відеохостинг youtube, українські файлообмінники, погодні інформери. Серед ресурсів, які істотно збільшили свій трафік в Україні за останні півроку, виділяються сайт ask.fm, на якому користувачі ставлять один одному анонімні питання, а також ресурс pravda.com.ua з найбільш актуальними новинами зі світу політики. Постійне збільшення аудиторії користувачів є одним із головних чинників розвитку електронної комерції загалом та інтернет-торгівлі зокрема.

Аналіз ринку засвідчує, що саме роздрібна торгівля є пріоритетним напрямком такого розвитку, адже до 7,5 % роздрібною торгівлі в Україні припадає саме на Інтернет [1].

У пошуках вигідних пропозицій українці все більше звертаються в інтернет-магазини. Так, число покупців торгового майданчика Prom.ua у кінці червня 2015 року досягло 3,2 млн чоловік, що в 2,1 разу більше, ніж за той же період в 2014 році. За півроку по усьому торговому майданчику на 26,9% збільшилася відвідуваність і на 23,8% збільшилося число переглядів сторінок. За оцінкою аналітиків Prom.ua, таке зростання обумовлено залученням покупців в пошук товарів і послуг.

Безумовним лідером по відвідуваності серед інтернет-магазинів в Україні залишається Rozetka. Його відвідувачами є майже 6 млн інтернет-користувачів або 31% усієї онлайн-аудиторії України. До п'ятірки лідерів українських інтернет-магазинів також входять eldorado.com.ua, bonprix.ua, lamoda.ua і mobilluck.com.ua. Зокрема, онлайн-ритейлер Lamoda, що вийшов на український ринок на початку 2014 року в листопаді вже піднявся на 4-у позицію рейтингу.

За оцінкою Української асоціації директ маркетингу (УАДМ), загальний обсяг ринку В2С-продажів за підсумками 2014 року склав 19 млрд. грн. Основною тенденцією 2014 року, за оцінками аналітиків, став перехід споживачів від купівлі дорогих брендів до дешевших. За прогнозами така ситуація збережеться до тих пір, поки в Україні не почнеться економічне зростання і доходи населення не почнуть зростати пропорційно цінам на товари. Головного удару інтернет-магазинам у 2014-2015 роках завдали значні зміни курсу долара, через які в пікові періоди маржинальність торгівлі знижувалась практично до нуля.

Позитивною тенденцією останніх років є те, що все більше компаній малого і середнього бізнесу відкривають свої торгові точки в Інтернеті. Тільки на торговому майданчику Prom.ua, з червня 2014 року по червень 2015 року на 49% збільшилося число компаній, які стали займатися онлайн-продажами на постійній основі. За той же період у 3,6 разів (до 34,6 млн. товарів і послуг) збільшився онлайн-асортимент малого і середнього бізнесу. При цьому, в першому півріччі 2015 року онлайн-торговці отримали майже в два рази (чи на 99,2%) більше замовлень, чим за той же період 2014 року. За першу половину поточного року сукупний товарообіг інтернет-магазинів малого e-commerce на торговому майданчику Prom.ua склав \$133 млн [2].

Позитивно на розвиток інтернет-торгівлі вплинуло відкриття для малого і середнього бізнесу ринку держзакупівель, обсяг якого аналітики оцінюють у 250 млрд. грн. Завдяки проведенню державних закупівель через електронні торгові майданчики, замовники отримали можливість скоротити операційні витрати і оптимізувати процес закупівель, а постачальники розширити свій ринок збуту за рахунок участі в нових тендерах.

В умовах, що склалися в Україні, давати які-небудь прогнози по розвитку ринку e-commerce досить складно. Якщо оцінити темпи розвитку основних сегментів інтернет-торгівлі за останні роки і врахувати політичну і економічну ситуацію, що склалася в країні, то позитиву не додається. Можна припустити, що при темпі росту середнього чека і кількості замовлень по основних категоріях товарів, що склався в 2014-2015 роках, ринок електронної комерції в наступному році впаде приблизно на 30% в доларах відносно минулого року, і виросте в гривні приблизно на 25%. За умови стабілізації ситуації, очікується, що на рівень 2013 року ринок вийде лише в середині 2018. Та не зважаючи на існуючі проблеми, інтернет-торгівля є однією з найбільш перспективних для розвитку галузей, і продажі багатьох категорій товарів в онлайні ростуть, навіть в умовах падіння самого ринку.

Література

1. Огляд ринку Інтернет-торгівлі в Україні World [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrbiznes.com/analytic/marketing/10614.html> .
2. 7 трендов украинского e-commerce по версии Prom.ua [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://e-commerce.com.ua/2015/08/7-трендов-украинского-e-commerce-по-версии-prom-ua/>