

Таким чином, потенціал фондового ринку України не є наразі повністю розкритим. Частково допомогти вирішити цю проблему могло б об'єднання 13 українських фондових бірж у 3—4 провідні. Це дозволило б поліпшити ліквідність вітчизняного фондового ринку та прискорити його розвиток.

Література

1. НРА «Рюрік». Аналітичний огляд фондового ринку України за 2011 рік. — Режим доступу: http://rurik.com.ua/documents/Fund_market_2011.pdf
2. Матеріали з офіційного сайту Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку: <http://www.nssmc.gov.ua/>
3. Матеріали з офіційного сайту фондової біржі ПФТС: www.pfts.com
4. Robert L. Smith. The Ukraine Stock Market Environment: Challenges and Recommendations. — 34 ст.
5. Закон України «Про цінні папери та фондовий ринок».

Тимова Т. В.

(факультет маркетингу, магістрант)

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ

За останні 10—15 років роздрібна торгівля в Україні витримала значні зміни. Темп зростання обсягу роздрібногo товарообороту підприємств за 2001—2012 рр. склав у середньому 14,7 % до попереднього року [1]. Основною причиною швидкого зростання роздрібногo товарообороту в Україні в останні роки є економічне зростання держави, зокрема збільшення добробуту населення, яке можна визначити через темп росту заробітної плати громадян.

Аналіз діяльності роздрібних підприємств України дозволив визначити такі тенденції:

- консолідація бізнесу та розвиток роздрібних мереж великого та малого розміру;
- поєднання різних форматів діяльності / мультиформатність (власники ТРЦ «Караван» вивели на ринок локального продовольчого оператора Tormart; Fozzy Group вийшли у новий ціновий сегмент, представивши магазин делікатесів Le Silpo);

- укрупнення бізнесу за рахунок процесів злиття та поглинання (наприклад, «Ексмо» та «Буква», «Технополіс» та «Ельдорадо», Fozzy Group та Varus поділили Rainford, «Алькор и Ко» (Л'Етуаль) та Brocard, Bonjour);

- значна експансія на український роздрібний ринок західних конкурентів (Watsons (Гонконг), «Л'Етуаль» (Росія), Auchan (Франція));

- динамічно розвивається Інтернет-ритейл (обсяг у 2012 р. — \$2 млрд);

- розвиваються дошки оголошень (slando.ua, inforico.ua), що дозволяє малим підприємствам з мінімальними витратами успішно здійснювати свою діяльність.

Незважаючи на тенденції глобалізації, в Україні до цього часу в загальному випадку домінують національні оператори (44,6 %) [4]. В залежності від виду роздрібною ринку такі дані різні: побутова техніка та електроніка — 100 % (Фокстрот, Ельдорадо, Comfy, Технополіс), DIY/все для ремонту — 66,7 % (Нова Лінія, Епіцентр, ОЛДІ, БудМакс, МастерОк), косметика та побутова хімія — 50 % (Космо, Eva, Бомонд, Prostor), продовольчі товари — 51,4 % (Fozzy Group, АТБ Маркет, Фуршет, ЕКО).

Українська електронна торгівля знаходиться тільки на початку шляху. Однак останні два кризових роки підкреслили значення Інтернет-магазинів в якості ефективного каналу просування товарів і послуг — онлайн продажі впали менше, ніж традиційний роздріб. За рахунок цього онлайнним майданчиком навіть вдалося трохи збільшити свою частку в загальній структурі роздрібних продажів. Окрім цього, це призвело до появи електронних продавців та виходу офлайн-ритейлерів у мережу.

Особливості електронної торгівлі в Україні [2]:

- 71 % українських Інтернет-користувачів мають досвід здійснення онлайн-купівель;

- причому споживачі не поспішають повністю відмовитися від контакту з роздрібним торговцем, обираючи при здійсненні замовлення дзвінок в call-центр (63 %);

- серед найпопулярніших товарів, що купуються в мережі, можна виділити комп'ютери та оргтехніку (17 %), побутову техніку (14 %), книжки та періодичні видання (14 %), мобільні телефони та аксесуари (11 %);

- оплату покупок користувачі здійснюють готівкою при доставці (43 %) або обирають спеціалізовані системи онлайн платежів (14 %).

Найбільша кількість Інтернет-магазинів України, безумовно, розвиває свою діяльність у Києві. Серед лідерів Інтернет-продажів також Харків, Дніпропетровськ, Одеса, активний розвиток електронної комерції спостерігається в Донецьку, Луганську, Криму [5]. На разі, на українському ринку Інтернет-торгівлі оперує, за підрахунками експертів, близько 1000 Інтернет-магазинів з різним товарним асортиментом.

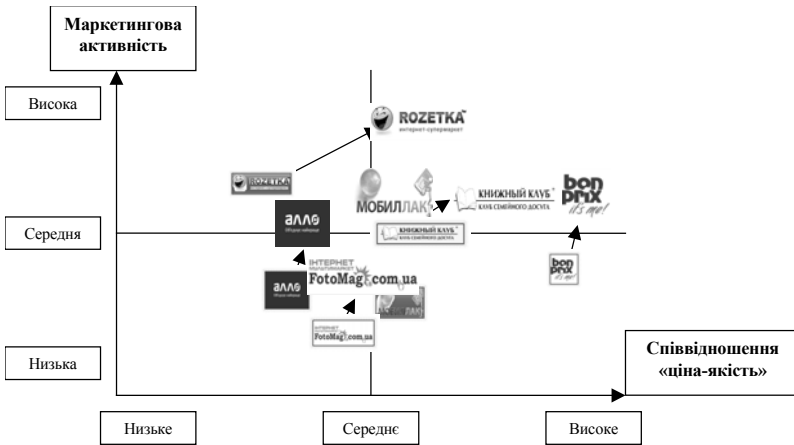


Рис. 1. Карта позиціювання Інтернет-магазинів у чистому вигляді

Умовно Інтернет-ритейл можна розділити на кілька гравців: Інтернет-магазини у чистому вигляді, дошки оголошень, сайти з порівняння цін, Інтернет-аукціони. Для аналізу кожного з сегментів дізнаємось, яке місце кожен з онлайн магазинів займає у свідомості споживачів (ринкове позиціювання), такими картами можуть оперувати як для створення нового Інтернет-магазину, так і для вибору одного з них. За відповідно розробленими картами (рис. 1) можна зробити наступні висновки:

1) серед Інтернет-магазинів лідирує Rozetka.ua, яка характеризується широким товарним асортиментом та значною маркетинговою активністю; окрім цього, на ринку існує тенденція до активізації маркетингової діяльності для збільшення збуту та формування іміджу компанії;

2) ніша Інтернет-аукціонів представлена дуже малою кількістю гравців, явним лідером серед яких є Aukro.ua;

3) лідерами серед дошок оголошень є Slando.ua та Inforico.ua, основне позиціювання яких зводиться до ступеня надійності розміщених повідомлень.

Як висновок можна сказати, що на місце традиційних для радянського роздрібу гастрономів і універмагів прийшли сучасні формати (супермаркети), працюють великі торгові центри/комплекси. Зараз роздрібна торгівля України знаходиться на етапі розвитку Інтернет-магазинів та становлення електронних супермаркетів. Проте, незважаючи на такі втішні результати досліджень, в Україні існують фактори, які стримують розвиток електронної комерції [3]:

- споживча ментальність українців;
- низький рівень проникнення Інтернету в регіонах;
- відсутність законодавчої бази, що регулює процес купівлі/продажу онлайн;
- низька ефективність більшості існуючих українських торгових майданчиків;
- відсутність налагодженої системи логістики, тобто доставка товарів зі складу Інтернет-магазину покупцю.

Література

1. Дослідження INRISE Development (особливості Інтернет-торгівлі України) — <http://inrisedevelopment.com/data/research/2012>.
2. Дослідження GfK Ukraine (прогноз розвитку Інтернет-ритейлу) — <http://ain.ua/2012/11/09/101611>.
3. Planet Retail (Топ-ритейлери України 2012) — <http://www.sales-support.com.ua/index.php/novosti/27-10-krupnejshikh-ritejlerov-ukrainy.html>.
4. iMarketing-Club.com — <http://imarketing-club.com/stati/internet-magaziny-yelektronnaja-kommercija/internet-torgovlja-v-ukraine-obzortendencii-perspektivy.html>.

Товкач Г. В.

(ф-т міжнародної економіки і менеджменту, I курс)

ВПЛИВ РОБОТИ ЗА КОМП'ЮТЕРОМ НА ЗІР ЛЮДИНИ

Сьогодні можна назвати комп'ютерною ерою. Персональні комп'ютери (ПК) все більше входять в повсякденне життя. Крім робочого дня, проведеного за комп'ютером в офісі, багато людей і вдома проводять за комп'ютером весь вечір, а часом і всю ніч, беручи участь у численних чатах і форумах. На перший погляд