

СЕКЦІЯ 5 |||
SECTION 5

ЕКОНОМІКА ТОРГІВЛІ ТА ПОСЛУГ
ECONOMICS OF TRADE AND SERVICES

УДК: 658.6

Мельникова О. А.

к. е. н., доцент,
доцент кафедри економіки підприємств,
ДВНЗ «Київський національний університет
ім. Вадима Гетьмана»

**ІНТЕРНЕТ-ПІДПРИЄМНИЦТВО –
СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ**

В даний час Інтернет став невід'ємною частиною життя населення по всьому світу і перспективним бізнес-середовищем. Згідно з даними консалтингового агентства Gemius, половина населення України (22 мільйони) активно використовує мережу Інтернет. При цьому, 19,2 млн. користувачів використовують для виходу в Інтернет – комп'ютер. Переважна кількість активних користувачів Інтернету – це молоді, активні люди 14 – 34 років, які переважно мають вищу освіту (38 %) [1]. Така структура інтернет-користувачів є передумовою для розвитку інтернет-підприємництва в Україні, оскільки саме люди до 40 років є активними, креативними та швидко навчаються.

Якщо в широкому сенсі, під підприємництвом можна розуміти діяльність по виробництву товарів (виконанню робіт, наданню послуг), яка носить інноваційний і ризиковий характер, і яка спрямована на отримання прибутку або іншої вигоди, то інтернет-підприємництво – це інноваційно-активна діяльність, яка здійснюється в мережі Інтернет з використанням інтернет-технологій і інструментів, вона спрямована на отримання прибутку або досягнення інших ефектів. При цьому взаємодія між підприємцем- посередником-(покупцем) клієнтом здійснюється з використанням електронних засобів комунікації.

В даний час, можна виділити кілька найпоширеніших напрямків інтернет-підприємництва:

– продаж товарів (робіт, послуг) з використанням інтернет-інструментів. Сьогодні багато реальних магазинів стали використовувати інтернет-сайти, соціальні мережі, не тільки, для просування та реклами своїх товарів (робіт, послуг), але і для прямої їх реалізації. Крім того, з'явилася величезна кількість інтернет-магазинів, які не існують фізично в офф-лайн середовище в загальноприйнятому вигляді. Ну і найзначнішою тенденцією розвитку цього виду інтернет-підприємництва в останні роки є поява дропшипінгу (реалізація товарів через партнерів – дропшіпперів в мережі Інтернет).

– створення власних сайтів і отримання з них доходу за розміщення на них контенту. Це можуть бути статті інформаційного та рекламного характеру, рекламні блоки, посилання і т.д.

– SMM-маркетинг – тобто створення тематичних співтовариств в соціальних мережах і їх подальша монетизація. SMM-маркетинг має два

основних напрямки – просування товарів (робіт, послуг) на замовлення, або створення тематичного співтовариства, і у подальшому – продаж реклами відповідної тематики у співтоваристві.

Специфічними напрямками інтернет-підприємництва можна назвати – арбітраж трафіку (покупка і / або залучення трафіку і його подальший продаж рекламної та / або СРА мережі), перепродаж контенту (статті, графічні та інші медіа матеріали), інфобізнес (розробка і продаж он-лайн курсів різних тематик, тренінгів та інших інформаційних та навчальних матеріалів) [2].

Аналіз ринку електронної комерції в Україні, дозволяє зробити висновок, що найпопулярніший вид інтернет-підприємництва – це продаж товарів і послуг. Згідно зі статистичними даними компанії Prom.ua, найбільший оборот мають такі категорії: одяг, взуття, аксесуари; сад і город; краса і здоров'я; техніка та електротехніка; подарунки, хобі, книги [3].

Що стосується підприємницької он-лайн активності в регіональному аспекті, то найбільш прогресивними є Київ та Київська область (45 %), а також Дніпропетровська (8,33 %), Харківська (7,92 %) і Одеська (6,36 %) області [3]. У той же час, однією з переваг інтернет-підприємництва є якраз таки відсутність територіальних кордонів, що дозволяє охоплювати широке коло потенційних покупців (клієнтів). Розвитку он-лайн покупок, сприяє також масовий розвиток транспортних компаній в Україні, таких як – УкрПошта, Нова Пошта, Інтайм, Делівері та ін. Розвиток інтернет-підприємництва в Україні є перспективним ще й тому, що існує багато сфер в Інтернет просторі, реалізація бізнес-починань в яких не вимагає великих фінансових витрат.

У той же час, слід зазначити, що основною проблемою розвитку інтернет-підприємництва в Україні є недосконале нормативно-правове законодавство в цій сфері діяльності. У зв'язку з чим, можна зробити висновок, що вагома частина інтернет-підприємців в Україні функціонують в тіні, коли як інтернет-підприємство у всьому світі вважається дуже перспективним видом діяльності, який стрімко розвивається та зростає. Інтернет-підприємство здатне бути не тільки джерелом доходу для підприємців, але й бути джерелом наповнення державного бюджету. У зв'язку з чим, основною стратегічною умовою розвитку інтернет-підприємництва в Україні є створення законодавчих, регулюючих, нормативних умов і консультаційних документів для підтримки і розвитку існуючих і майбутніх інтернет-ініціатив.

Список літератури

1. Портрет украинского интернет-пользователя по версии Gemius – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://itc.ua/news/portret-ukrainskogo-internet-polzovatelya-po-versii-gemius-lyubimyie-saytyi-ustroystva-pol-voznrast-i-obrazovanie-infografika>.

2. Предпринимательство ОНЛАЙН! – [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://tankushin.ru/predprinimatelstvo-onlajn/obzornaya_statya.html.

3. 2016 год в электронной коммерции Украины: итоги от Prom.ua – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://evo.business/2016-god-v-elektronnoj-kommercii-ukrainy-itogi-ot-prom-ua>.