

Gogorishvili I., PhD.,
Associate Professor of Economics and Management Department,
Ivane Javakhishvili Tbilisi State University
irine.gogorishvili@tsu.ge

EFFECTIVE DIRECTION OF DEVELOPMENT OF SMALL AND MEDIUM BUSINESS IN GEORGIA

Summary. *The work is focused on topical issues of support and development of small and medium-sized businesses. Universities play a leading role in the digitalization of SMEs. State support of entrepreneurial activity should be carried out through and through the educational and scientific sphere. The main links in these processes should be universities.*

Key words: *digitalization, intellectual data, small and medium business, model a „quadropole Helix”, labor resources.*

Голіонко Н.Г., к.е.н.,
доцент кафедри стратегії підприємств,
Коротченко А.П.,
асистент кафедри стратегії підприємств
ДВНЗ «Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана»
golionko@ukr.net

ТЕНДЕНЦІЇ РИНКУ ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ

Анотація. *У статті розглянуто вітчизняні і світові тенденції розвитку електронної комерції, сучасні тренди онлайн-торгівлі в Україні, що пов'язані з надзвичайно стрімким поширенням ІКТ та процесами глобалізації. Розвиток інноваційних бізнес-організацій в умовах цифрової економіки має власні закономірності та тенденції, основні з яких є визначальними для успішної бізнес-реалізації інноваційних форм господарювання*

Ключові слова: *електронна комерція, інформаційні технології, цифрова економіка, електронний бізнес, онлайн-магазин, електронна торгівля, інформаційне суспільство*

Актуальність. Сфера електронної комерції є однією з найбільш динамічних у останні роки в Україні та завдячує своїм розвитком стрімкому поширенню Інтернет та інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) у світі. Починаючи з 1990-го року ХХ ст. від створення Тімом Бернерсом-Лі першого веб-серверу та браузера, до сучасного обсягу продажів інтернет-магазинів у всьому світі, який за оцінками дослідників [1] склав у 2017 році майже 2 трильйони доларів США, минуло лише 27 років. Такий експоненційний розвиток вражає своїм розмахом і одночасно змушує замислитись і оцінити власні вітчизняні можливості у електронній комерції, визначити тенденції та потенціал українських онлайн-магазинів на найближчу перспективу.

Постановка задачі (мета). В умовах зростаючого ринку глобальної е-комерції і все більшої конкуренції, що посилюється, необхідно бути обізнаним щодо тенденцій галузі, щоб збільшувати продажі і забезпечувати кращу роботу власних електронних магазинів. Сучасний електронний ринок безпосередньо або опосередковано здійснює вплив також і на діяльність реальних компаній і організацій у різних країнах світу. Отже, оцінка сучасних тенденцій цифрового ринку, світових інтернет-компаній та вітчизняних лідерів ринку онлайн-торгівлі, а також подальших етапів та викликів цифровізації суспільства є актуальною метою даного дослідження.

Результати. Сучасний розвиток інформаційних технологій (ІТ) у різних сферах господарювання, їх клієнт орієнтованість, взаємодоповнюваність та зростаюча інтегрованість лише посилюють синергічні ефекти і збільшують кількість електронних суб'єктів цифрової економіки, зокрема, і інтернет-магазинів. Вперше введене Доном Тапскотом у 1995 році поняття «цифрової економіки» і сьогодні інтерпретують як економіку, що базується на цифрових комп'ютерних технологіях [2]. Складовими елементами такої концепції є електронний бізнес, е-комерція та підтримуюча інфраструктура, як сукупність програмного забезпечення, мережевих, телекомунікаційних та інших пристроїв.

Одночасно цифрова економіка є елементом більшої системи – електронно-цифрового суспільства, або за іншою близькою концепцією – постіндустріального чи інформаційного суспільства, основними продуктами якого є інформація і знання. Науковцями визначені суб'єкти і об'єкти інформаційного суспільства, етапи розвитку, його характерні ознаки, визначальними серед яких, на нашу думку, є нематеріальний характер джерел конкурентної переваги та глобальні межі конкуренції.

Стосовно електронної економіки, істотними її ознаками є зниження витрат на процеси взаємодії економічних суб'єктів та набуття стратегічної ваги фактором часу. Зважаючи на розширення меж діяльності сучасних підприємств та ускладнення відносин між бізнес-суб'єктами саме зазначені фактори є критично важливими для діяльності компаній, особливо інтернет-магазинів, та кількості і якості управлінських рішень, які компанії генерують в умовах часового обмеження та висококонкурентного ринку.

Розвиток цифрової економіки та інформаційного суспільства в цілому передбачає взаємовплив і поступове цифрове перетворення усіх сфер життєдіяльності, забезпечуючи їм значні економічні та соціальні ефекти і одночасно нові потужні можливості для громадян, суспільства та держави. Цифрова медицина, цифрові освітні послуги, електронне урядування, електронні підприємства та інші концепції, які сьогодні в Україні ще формуються. Гарним прикладом комплексного розвитку цифрової економіки, на думку Голови Державного агентства України з питань електронного урядування, можна вважати успішний досвід Швеції, Естонії, Ірландії та Ізраїлю, безпосередній ефект від якого становив близько 20% ВВП протягом п'яти років [3].

Розвиток цифрової економіки є сьогодні пріоритетним напрямом для більшості держав світу. В Україні також розроблено концепцію і план розвитку цифрової економіки до 2020 року, ключовими заходами у якому є розвиток цифрової інфраструктури, підвищення цифрової освіченості населення, цифровізація реального сектору національної економіки, в тому числі через розвиток «смарт-фабрик», «Індустрії 4.0», інших сучасних проєктів, що базуються на новітніх ІКТ [3].

Такі перспективи сьогодні є цілком реальними і пов'язані, в першу чергу, зі стрімким розвитком сфери електронної торгівлі в Україні, який характеризує найбільший серед східноєвропейських країн середній темп приросту е-комерції з 2011 по 2016 рр., що склав 37% [4]. Також, за даними автора, щороку кількість електронних замовлень товарів в Україні збільшується приблизно на 25-30%, а товарообіг у гривнях – на 40-60%. Обсяг ринку е-комерції у 2016 р. склав майже 34 млрд грн., у 2017 р. – близько 45 млрд грн. Прогнози експертів на найближчі 3-5 років свідчать про подальше зростання обсягу ринку е-комерції, що неодмінно має призвести до збільшення частки е-торгівлі (сьогодні – 2%) у структурі роздрібно́ї торгівлі України.

На думку дослідників цифровізації найбільше заохочує операторів ринку е-торгівлі збільшення її проникнення в мережу

Інтернет останніми роками. Наразі в Україні налічується близько 30 млн користувачів, що складає майже 60% населення країни. Порівняно з європейськими країнами, де аналогічний показник сягає 80%, а середні витрати одного користувача перевищують півтори тисячі євро, українські онлайн-покупці з середніми витратами на одного в межах 300 євро, ще мають достатні резерви для зростання. Одночасно, тенденції до підвищення онлайн-продажів безпосередньо пов'язані з умовами надання таких послуг операторами ринку. На жаль, ще існує достатньо невирішених питань, що стримують розвиток е-комерції в країні, основними з яких є такі:

- недосконала та фрагментарна нормативно-правова база, особливо зважаючи на відсутність паперових, а лише електронні способи взаємовідносин суб'єктів; існує потреба у встановленні відповідних вимог, правил та ступеню відповідальності за порушення угод суб'єктами різних моделей е-комерції (B2B, B2C, C2C тощо),
- відсутній єдиний відповідальний орган у сфері формування і реалізації державної політики у електронній торгівлі, зокрема, зважаючи на, так би мовити, флагманські позиції електронної комерції у структурі національної економіки,
- забезпечення захисту прав споживачів, посередників та інших учасників ланцюга створення цінності у електронних трансакціях, особливо, зважаючи на наявний європейський досвід і напрацьовані регламентуючі процедури.

Прийнятий у 2015 році Закон України «Про електронну комерцію» [5] дещо покращив законодавчу базу е-торгівлі, проте на думку науковців закон не охопив всі можливі сьгодні моделі е-комерції та залишив значну частину неузгоджених з іншими нормативно-правовими актами аспектів діяльності електронного ринку.

Проте у законі визначено більшість суб'єктів ринку, зокрема уточнено поняття *інтернет-магазину* (онлайн-магазину) як суб'єкта електронного підприємництва, мета якого полягає у наданні за допомогою мережі Інтернет та ІКТ послуг, продажу товарів або виконанні робіт. Враховуючи реалії сучасного бізнесу до формату інтернет-магазину підприємці приходять не лише шляхом його створення так би мовити «з нуля». Дуже часто інтернет-магазин є продовженням реального бізнесу, іноді, навіть, великого промислового підприємства. Метою створення інтернет-магазину в такому разі є укріплення і покращення позицій реального підприємства на ринку товарів і послуг; або підвищен-

ня популярності бренду; або залучення більшої цільової групи споживачів тощо.

Перевагами онлайн-магазинів є привабливі можливості, серед яких:

- Можливість цілодобової роботи е-магазину без святкових і вихідних днів;
- Відсутність орендної плати за обладнання та торговельне приміщення;
- Оптимізація оплати праці персоналу в зв'язку з обмеженою його чисельністю;
- Необмежена віртуальна площа вітрин, що дозволяє описати характеристики кожного товару детально;
- Глобальна база потенційних клієнтів, які з усіх куточків Землі можуть увійти на сайт і ознайомитися з асортиментом інтернет-магазину;
- Можливість цілодобового спілкування з клієнтами сім днів на тиждень задля надання відповідей на всі виникаючі запитання;
- Значна економія фінансових коштів через відсутність потреби у будівництві реального приміщення та оренди (купівлі) обладнання;
- Відсутність потреби у контролі діяльності суб'єкта підприємництва з боку інспектуючих органів (санепідемстанція, спеціальні служби тощо).

Вищезазначені та інші переваги є істотними причинами розвитку ринку е-комерції, збільшення числа його гравців і стрімкого поширення онлайн-магазинів по всьому світу і в Україні в останні роки. За даними компанії Similarweb найбільш відвідуваними у 2017 році інтернет-магазинами в Україні є Rozetka, Allo, Citrus, Makeup, Modnakasta [3]. А найбільш затребуваними серед зарубіжних країн є українські продукти харчування та напої, на другому місці – продукція сільського господарства, а на третьому – дерево-, пило- та будматеріали. Найбільш швидкозростаючим товаром на експорт стала українська пшениця. А найбільші країни-експортери – США та Німеччина [3].

Успішність та ефективність е-торгівлі у перспективі однаково визначатиметься як розумінням наявних тенденцій та зазначених вище показників е-ринку, так і врахуванням прогнозних трендів на наступний період. На думку експертів американської агенції Absolutnet у 2018 році варто зважати на такі тренди е-комерції [6]:

1. Поєднання форматів шоу-руму та онлайн-вітрин, заходів та презентацій продукту, до чого вдаватимуться ритейлери з метою втримати клієнтів,

2. Очікуваний прискорений розвиток B2B сектору, чому завдячуватимуть через збільшення у інтернет-магазинах співробітників-міленіалів (та їх культури життя), поширенню мобільності та оптимізації бізнес-процесів,

3. Візуалізація товару перед купівлею завдяки технологіям доповненої реальності, які дозволять «приміряти» нову сукню або нові меблі у інтер'єр кімнати,

4. Вимірювання конверсії: від реклами в он-лайн до покупок у оф-лайн-магазинах, що запровадять ритейлери за допомогою нового відповідного показника,

5. Зростання кількості покупок зі смартфона, які можуть сягнути 70% від загального обсягу платежів, за прикладом таких компаній як Starbucks або Amazon go,

6. Посилення машинного навчання, тобто сегментування користувачів за місцезнаходженням за допомогою спеціальних програм, що дозволить інтернет-магазинам застосувати точкове націлювання у рекламі на потрібний сегмент споживачів,

7. Розвиток Amazon як маркетплейса, тобто віртуального торговельного центру, що призведе до зростання його частки ринку (і відповідно впливу) у кожному секторі,

8. Система голосового управління – новий спосіб комунікації з покупцями, що набуває поширення у мережах американських супермаркетів,

9. Знаходження товарів за допомогою інструментів візуального пошуку, що запровадили на eВау, тобто додаток який дозволяє відшукати у власному каталогі товар по зображенню на смартфоні,

10. Скорочення кількості покупок здійснених через браузер, та урізноманітнення е-комерції за допомогою зображень і голосу, інтернет-додатків тощо.

Зазначені світові тенденції електронної комерції, очевидно, набуватимуть поширення і в Україні, особливо зважаючи на процеси глобалізації та розвитку технічної інфраструктури ринку. Так, наприклад, вже сьогодні голосові технології пошуку товарів є поширеними у молодіжному сегменті споживачів інтернет-магазинів.

Висновки. Вітчизняний ринок е-комерції розвивається дуже динамічними темпами, чому не заважають і наявні правові, організаційні та технічні перешкоди, як от обмеження доступу до Інтернет, економічна і політична нестабільність, низька купівельна спроможність населення, девальвація гривні тощо. Одночасно фахівці впевнені у подальшому збільшенні значення і впливу е-

комерції на економіку України. З огляду на таке важливим висновком є сприяння подоланню більшості перешкод та створення сприятливих умов для організації та функціонування сфери електронної торгівлі в Україні.

Список використаних джерел:

1. Цікаві факти про інтернет-торгівлю в світі у 2018 році / Електронний ресурс: режим доступу // <http://lemarbet.com/ua/razvitie-internet-magazina/interesnye-fakty-ob-internet-torgovle/>;
2. *Tapscott, Don* (1997). *The digital economy: promise and peril in the age of networked intelligence*. New York: McGraw-Hill. ISBN 0-07-063342-8.;
3. *Риженко О.* Як цифрова економіка змінить Україну // Електронний ресурс: режим доступу // <https://www.epravda.com.ua/columns/2018/01/16/633057/>;
4. *Плескач В.Л., Затоначька Л.Г., Олексюк Л.В.* Проблеми розвитку електронної комерції в Україні // *Економіка України*. – 2017. — №11. – с. 89-75;
5. Закон України «Про електронну комерцію» від 03.09.2015р. № 675 VIII [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/675-19>;
6. Магазин без товарів і онлайн примірка:десять трендів e-commerce у 2018 році // Електронний ресурс: режим доступу // <https://rau.ua/uk/ecommerceuk/trends-e-commerce-2018-year/>.

Holionko N., PhD.,
Assosiate Proffesor of Business Strategy Department,
Korotchenko A.,
Asistant of Business Strategy Department,
SHEE «Kiyv National Economic University
named after Vadym Hetman»
golionko@ukr.net

**TRENDS IN THE ELECTRONIC
TRADE MARKET IN UKRAINE**

Summary. *The article deals with domestic and world tendencies of e-commerce development, modern trends of online trade in Ukraine, which are connected with the extremely rapid spread of ICT and processes of globali-*

zation. The development of innovative business organizations in the digital economy has its own patterns and trends, the main of which are crucial for the successful business implementation of innovative forms of management

Key words: e-commerce, information technology, digital economy, e-business, online store, e-commerce, information society

Kraeva Violeta, PhD, Prof.

Dean of the faculty of Management and Marketing
D. A. Tsenov Academy of Economics
Svishtov, Bulgaria
v.kraeva@uni-svishtov.bg

Shishmanov Krasimir, PhD, Prof.

D. A. Tsenov Academy of Economics
Svishtov, Bulgaria
k.shishmanov@uni-svishtov.bg

TRAINING OF IT SPECIALISTS FOR THE DIGITAL SINGLE MARKET

Abstract. *To implement all initiatives related to the development of the digital economy, adequate education and training is required for people who are at the same time creators and users of the e-services that feature it. The paper discusses the three areas where the EU can help overcoming the shortage of IT specialists in Europe and particularly in Bulgaria. It represents the main types of computer skills that are necessary for the business.*

Keywords: digital single market, digital skills, training of IT specialists, digital competencies.

Introduction. Internet and digital technologies globally change the world. Digitization of the economy is a world trend that has many challenges and risks.

The ICT sector represents nearly 5% of the EU economy and accounts for a quarter of the total costs of businesses. ICT investment are responsible for half of the rise in productivity in Europe.

Digitization is not only a choice but also a necessity for European businesses and economies as a whole. It brings plenty of opportunities, but also changes as well: some jobs will be replaced, new jobs will be created, and many jobs will be transformed. Thus, it is important the citizens to be prepared for this transition.