

*Еріка Сотніченко*  
*студентка 2 курсу, спеціальності Економіка підприємства,*  
*факультету Економіки та управління,*  
*ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана»,*  
*sotnichenko.erika@kneu.ua*  
*Науковий керівник*  
**Вікторія Кривещенко**  
*к.е.н., доцент кафедри комерційної діяльності і логістики*

## **ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ УКРАЇНИ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ**

### **ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ УКРАИНЫ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

#### **ELECTRONIC COMMERCE OF UKRAINE: STATUS AND PROSPECTS**

**Анотація.** У статті встановлюється роль маркетплейсів для просування товарів та послуг в режимі онлайн. Були проаналізовані головні переваги й недоліки онлайн-ритейлу. Визначені важливі проблеми електронної комерції в Україні. Досліджені основні аспекти для покращення розвитку роздрібної торгівлі у Всесвітній мережі Інтернет в умовах карантину у зв'язку з COVID-19. Освітлені перспективи розвитку електронної торгівлі в Україні.

**Анотация.** В статье установлена роль маркетплейсов по продвижению товаров и услуг в онлайн-режиме. Проанализированы основные преимущества и недостатки онлайн-ритейла. Обозначены важные проблемы электронной коммерции в Украине. Исследованы главные аспекты совершенствования развития розничной торговли через Всемирную сеть Интернет в условиях карантина в связи с COVID-19. Освещены перспективы развития электронной торговли в Украине.

**Abstract.** The article establishes the role of marketplaces in promoting goods and services online. The main advantages and disadvantages of online retail are analyzed. The problems of electronic commerce in Ukraine are outlined. The main aspects of improving the development of retail trade through the World Wide Web in the conditions of quarantine in connection with COVID-19 are investigated. The prospects for the development of electronic commerce in Ukraine are highlighted.

В современном мире интернет технологии проникли во многие аспекты жизни общества. Именно поэтому большую популярность имеет сфера цифровой экономики - E-commerce, суть которой заключается в применении непосредственно Интернет-ресурсов и реализуется путем большого объема продаж товаров и услуг в Всемирной сети интернет.

Тщательный анализ E-commerce дает возможность строить так называемый трафик потребителей, с помощью которого онлайн-ритейлеры с легкостью смогут корректировать SEO/SMM стратегии за относительно короткий срок.

Актуальность исследования заключается также в том, что оно помогает понять онлайн-ритейлерам все слабые и сильные стороны онлайн-коммерции, дает представление о состоянии и развитии рынка.

Кроме того, в связи с введением карантина и чрезвычайной ситуации для противодействия COVID-19, актуальным будет рассматривать потенциальные перспективы для развития интернет-коммерции. Ограничение работы офлайн-магазинов значительно поменяло ситуацию на рынке товаров и услуг и привело к охвату большей аудитории потребителей, и, следовательно, к увеличению оборотов продаж в Интернете.

Целью статьи является исследование ключевых проблем, недостатков и преимуществ электронной коммерции, а также освещение перспектив развития торговли через интернет-ресурсы.

Интернет-экономика полностью основана на цифровых технологиях, которые глобально взаимосвязаны. Сам термин «интернет-экономика» подчеркивает протекцию связей экономических субъектов и соединенных с ними процессов, с помощью электронных коммуникационных средств массовой информации.

Важным моментом является и законодательное регулирование электронной коммерции в Украине. Данный вопрос регулируется большим количеством нормативно-правовых актов. Основные принципы интернет-торговли получили законодательное закрепление в связи с

принятием и введением в действие Гражданского кодекса Украины [1], Закона Украины «Об электронных документах и электронном документообороте» [2], Закона Украины «Об электронных доверительных услугах» [3] и внесением изменений в Закон Украины «О защите прав потребителей» [4].

Как во всем мире, так и в Украине, прогнозируется рост объемов электронной коммерции. Толчком для этого стало то, что сейчас ведущие продавцы товаров все меньше делятся на офлайн и онлайн-продавцов, но при этом стараются придерживаться общего принципа считывания потребностей клиентов. В свою очередь, потребитель, опираясь на серьезные преимущества оффлайна и онлайн, предпочитает тот или иной магазин, учитывая следующие критерии: товар должен быть в наличии, оплата обязательно удобной и безопасной, получение и возврат - без задержек.

Стоит отметить, что развитие электронной коммерции основывается на привлечении к Интернету все большего количества пользователей, и именно поэтому доля оборота от электронной торговли в ВВП страны и доля электронной составляющей в розничной торговле сопоставляется с показателем уровня внедрения Интернета.

На сегодняшний день растет конкуренция между социальными сетями, поисковыми системами и маркетплейсами. В основном, ритейлеры зарабатывают на продажах, а маркетплейсы - на самом продвижении товаров и услуг. Кроме того, маркетплейсы стали серьезными конкурентами поисковых систем. В США, 55% покупателей ищут товар сразу на Amazon или E-bay, минуя такую поисковую систему как Google. В Украине же очень большой объем потенциальной аудитории покупателей сосредотачивается на таких популярных маркетплейсах, как Aliexpress - 50%, OLX - 44%, Rozetka - 30%, PromUA – 19% [5].

Отмечу, что после внедрения карантина и чрезвычайной ситуации для противодействия пандемии COVID-19, возникло много новых возможностей для развития интернет-ритейла. Таким образом, в условиях сотрудничества Министерства здравоохранения Украины и онлайн-ритейлера «ROZETKA» разработаны целые нововведенные алгоритмы доставки продуктов питания и быта в условиях карантина с целью максимального ограничения контактов общества [6].

Несмотря на то, что в прошлом году 71% украинцев имели доступ к сети Интернет, только 31% из них покупали товары или услуги хотя бы раз посредством интернета [7]. Но следует признать, что на сегодняшний день в Украине формат электронной торговли стремительно развивается, поскольку в этом есть множество преимуществ.

Рядом с преимуществами, электронная торговля имеет так же и недостатки. К ним относят: несовершенную нормативно-правовую базу; недостаточную безопасность данных потребителей и ненадежные системы платежей; низкое качество коммуникации и сервиса; высокие цены на доставку товаров; нестабильность национальной денежной единицы по отношению к доллару [8].

Несмотря на имеющиеся недостатки и угрозы, рынок электронной торговли в Украине имеет все перспективы для развития. Актуальными будут тенденции, что уже получили свое признание в США, Европе, Азии и других странах и касаются усиления ориентированности на клиентов в торговле, соблюдения безопасности и доступности в условиях карантинных ограничений в связи с пандемией Covid-19.

Перспективные направления развития электронной коммерции в Украине такие: упрощенные покупки с использованием гаджетов; развитие инструментов для интернет-торговли; улучшение логистики через распространение услуг фулфилмента.

Таким образом, как итог, можно утверждать, что развитие торговли через Всемирную сеть Интернет в Украине имеет существенные недостатки и некие угрозы, однако является одним из самых перспективных видов бизнеса на сегодняшний день и в будущем.

## **Литература:**

1. Цивільний кодекс України: Закон України від 16.01.2003 р. № 435-IV/ Верховна Рада України. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text>.

2. Про електронні документи та електронний документообіг: Закон України від 22.05.2003 р. No 851-IV / Верховна Рада України [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/851-15#Text>.
3. Про електронні довірчі послуги: Закон України від 05.10.2017 р. No 2155-VIII/ Верховна Рада України. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2155-19#Text>.
4. Про захист прав споживачів: Закону України від 12.05.1991 р. No1023-XII/ Верховна Рада України. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12#Text>.
5. E-commerce України: підсумки 2018 року та прогнози на 2019-й [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.statista.com/statistics/379046/worldwide-retail-e-commerce-sales/>.
6. Прес-служба МОЗ. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [https://m.facebook.com/story.php?story\\_fbid=1488700544626379%20&id=261889753974137](https://m.facebook.com/story.php?story_fbid=1488700544626379%20&id=261889753974137).
7. 23 млн. українців регулярно користуються Інтернетом. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://mind.ua/news/20204323-majzhe-23-mln-ukrayinciv-regulyarno-koristuyutsya-internetom-doslidzhennya>.
8. Кондрус Л.Л., Дзивицька О.А. Проблеми розвитку електронної комерції в Україні. [Електронний ресурс]. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.spilnota.net.ua/ua/article/id-1885/>.

*Олександр Дима*

*д.е.н., професор кафедри комерційної діяльності та логістики  
dyma@kneu.edu.ua*

*Артем Ткач*

*Магістр*

*ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана»*

*Pro100art0101@gmail.com*

## **ВПЛИВ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ НА КОМЕРЦІЙНУ ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ТА РОЗВИТОК ХМАРНИХ СЕРВІСІВ ТА МАГАЗИНІВ.**

### **ВЛИЯНИЕ ДИДЖИТАЛИЗАЦИИ НА КОММЕРЧЕСКУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ И РАЗВИТИЕ ОБЛАЧНЫХ СЕРВИСОВ И МАГАЗИНОВ.**

### **THE IMPACT OF DIGITALIZATION ON THE COMMERCIAL ACTIVITIES OF ENTERPRISES AND THE DEVELOPMENT OF CLOUD SERVICES AND STORES.**

**Анотація.** Загальна тенденція та розвиток цифрових мереж, а також їх постійний розвиток та розширення можливостей дозволяють купувати та продавати, а також організувати ведення комерційної діяльності незалежно від місця знаходження, та додаткових адміністративних витрат, адже всі документи створюються автоматично та зберігаються на електронному носії. Зараз через пандемію поведінка покупців дещо змінилася і це підвищило попит на інтернет-покупки.

**Анотация.** Общая тенденция и развитие цифровых сетей, а также их постоянное развитие и расширение позволяют производить покупки, продажи, а также организовывать коммерческую деятельность вне зависимости от местонахождения и минимизировать дополнительных административных затрат, поскольку все документы создаются автоматически и хранятся в электронном виде. Теперь из-за пандемии поведение потребителей несколько изменилось, и это увеличило спрос на покупки в Интернете.

**Abstract.** The general trend and development of digital networks, as well as their constant development and expansion allow you to buy and sell, as well as organize business activities regardless of location, and additional administrative costs,