

5. Савченко М. В., Короленко В. О., Порошина О. В. Сучасний стан криптовалюти на глобальній економічній арені та її перспективи розвитку в Україні та світі / Економіка і організація управління. 2019. Вип. 4 (36). С. 48-57

6. Свон М. Блокчейн: схема новой экономики. Москва: Издательство «Олимп-Бизнес», 2017. 240 с.

7. Технологія Блокчейн уже змінює світ фінансів. URL: [https://msfz.ligazakon.ua/ua/magazine\\_article/FZ001579](https://msfz.ligazakon.ua/ua/magazine_article/FZ001579) (дата звернення до ресурсу 15.10.2021 року)

УДК 658.849

**Чеченюк Ірина**

к.е.н., викладач вищої категорії

Тернопільський фаховий коледж харчових технологій і торгівлі

м. Тернопіль, Україна

**Шафранська Віталія**

студентка

Тернопільський фаховий коледж харчових технологій і торгівлі

м. Тернопіль, Україна

**Iryna Checheniuk**

PhD «Economic», teacher of the highest category

Ternopil Professional College of Food Technology and Trade

Ternopil, Ukraine

**Vitaliia Shafranska**

Student, Ternopil Professional College of Food Technology and Trade

Ternopil, Ukraine

## **РОЗВИТОК ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В УКРАЇНІ DEVELOPMENT OF ELECTRONIC COMMERCE IN UKRAINE**

Розвиток Інтернет-середовища та інтернет-технологій призвели до появи нового напрямку в розвитку інформаційних технологій - електронного бізнесу. Електронним бізнесом – називають будь-яку ділову активність з використанням глобальних інформаційних мереж з метою розвитку внутрішніх та зовнішніх зв'язків підприємства з потенційними покупцями з для отримання прибутку.

Основним елементом електронного бізнесу є електронна комерція і тому ці поняття іноді навіть ототожнюють. Проте, електронною комерцією називають взаємодію суб'єктів бізнесу щодо купівлі-продажу товарів або послуг з використанням інформаційних мереж, зокрема інтернету [3].

Особливо актуальним стало застосування електронної комерції з початком пандемії Covid-19. Підприємства мали можливість перенести свою присутність з реального ринку у віртуальний і продовжувати економічну діяльність, забезпечивши собі виживання в кризовий період. За підрахунками експертів компанії «ІВМ» пандемія прискорила перехід покупців в інтернет-середовище приблизно на п'ять років.

Світові обсяги продажів в сфері електронної комерції щорічно зростають і за підсумком 2020 р. 20% покупок в світі були зроблені в середовищі Інтернет. А зросли вони на 24 % за підсумками цього ж року в світі і на 40 % в Україні. Позиції електронної комерції зміцнюються як в усьому світі так і в Україні [1].

Розвиток такого виду торгівлі залежить в першу чергу від кількості інтернет-користувачів. Згідно досліджень, приблизно 70 % населення користуються інтернетом.

За даними компанії «СВР», в кінці 2020 року в Україні 10,6 млн людей (третина населення) систематично здійснювали покупки в інтернеті, тобто стали постійними клієнтами інтернет-магазинів. Під час пандемії зросла кількість українських онлайн-покупців, а також змінилися їхні звички – вони частіше купують їжу та ліки [4]. За 2020 рік найбільш популярними товарами в інтернеті були засоби індивідуального захисту, одяг і товари для дому [1]. Проте зауважимо, що знизилася вартість середнього чеку. Це пов'язано

з тим, що в період пандемії покупці в стані невизначеності не хочуть ризикувати робити великі покупки і обмежуються тільки найнеобхіднішим.

Характерною тенденцією є зростання покупок через соцмережі. Зокрема, охоплення аудиторії в Instagram продовжує рости, в той час як у Facebook воно вже досягло певної точки насиченості. Зростання інтернет-покупок призвело до збільшення навантаження на служби доставки. В найбільших серед них «Нова Пошта» та «Укрпошта» кількість посилок збільшилася на 25-35%. Водночас клієнти бажають отримати свої покупки в мінімальний термін без зважання на навантаження поштових операторів. Це призвело до розвитку і вдосконалення українських служб доставки та появи нових [4].

За даними Державної служби статистики, інвестиції в кур'єрську діяльність за три квартали 2020 р. збільшилися в 8 разів (353,7 млн грн в порівнянні 44,7 млн, за аналогічний період 2019 р.). Зауважимо, що в силу зростання попиту ця сфера стала більш привабливою і єдиною, в якій інвестиції під час пандемії збільшилися [2].

Розвиток електронної комерції в Україні привернув до себе увагу влади, внаслідок чого прийнято ряд законів, зокрема про реєстратори розрахункових операцій (РРО) для інтернет-магазинів. Починаючи з 2021 р. частина підприємців повинна використовувати касові апарати, а в 2022 р. вони стануть обов'язковими для всіх.

Мовний закон, який набув чинності з січня 2021 року зобов'язує інтернет-магазини обслуговувати клієнтів українською. Надалі обов'язковими стануть норми закону про наявність української версії сайту та її завантаження за замовчуванням. За порушення цієї та інших норм передбачені штрафи. Тому підприємці перед початком роботи в інтернет-середовищі спочатку повинні ретельно вивчити законодавчу базу [1].

Поряд із вимушеним зростанням інтернет-покупок споживачів все ж хочуть купувати в традиційних магазинах (бажають походити, розвіятися, втомлені від карантинних обмежень). Тому, підприємства, представлені лише на віртуальному ринку програють в конкурентній боротьбі крупним ритейлерам, які працюють в обох форматах, мають широкий асортимент [4].

Основними проблемами розвитку електронної комерції в Україні на даний час є:

- консерватизм старшого покоління;
- відсутність навичок інтернет-покупок в частини інтернет-користувачів;
- недовіра щодо якості товару;
- часті випадки шахрайства (близько 35%) [4];
- проблеми з організацією доставки та її термінами в окремих населених пунктах.

З метою послаблення негативної дії цих чинників пропонуємо:

- завжди пропонувати варіант післяплати (це збільшить рівень довіри покупців і дасть можливість оглянути та повернути товар сумнівної якості чи взагалі неякісний);
- для одягу завжди пропонувати чітку розгорнуту розмірну сітку;
- забезпечувати належну якість товару;
- підвищувати рівень обслуговування.

#### **Перелік використаних джерел:**

1. Максим Селіщев. E-commerce 2021 — як розвивається інтернет-ринок в Україні – Електронний ресурс – Режим доступу: <https://horoshop.ua/ua/blog/e-commerce-2021-v-ukraine/>
2. Офіційний сайт Державної служби статистики України: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua>
3. Шалева О.І. Електронна комерція: навчальний посібник / О.І.Шалева - К.: Центр учбової літератури, 2011. - 216 с.
4. Як змінюються звички українських інтернет-покупців. Результати дослідження СБР – Електронний ресурс – Режим доступу: <https://cutt.ly/hRR9Tj9>