

## РОЗВИТОК ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В УКРАЇНІ

Вінницький національний технічний університет

### *Анотація*

*Розглянуто поняття електронної комерції та основні типи бізнес-моделей електронної комерції, проаналізовано стан та розвиток електронної комерції, визначено наслідки пандемії COVID-19 та карантинних обмежень на розвиток електронної комерції в Україні.*

*Ключові слова:* електронна комерція, бізнес-моделі, ринок електронної комерції, електронна торгівля, COVID-19.

### *Abstract*

*The concept of e-commerce and the main types of e-commerce business models are considered, the state and development of e-commerce are analyzed, the consequences of the COVID-19 pandemic and quarantine restrictions on the development of e-commerce in Ukraine are determined*

*The concept of e-commerce is considered, the state and development of e-commerce in Ukraine is analyzed.*

*Keywords:* e-commerce, business models, e-commerce market, e-commerce, COVID-19.

### Вступ

Електронна комерція як вид діяльності існує вже тривалий час, проте протягом останніх років він зазнав бурхливого розвитку, що обумовлене, насамперед, стрімким розвитком нових інформаційних технологій, глобалізацією ринків, підвищенням інформаційної грамотності населення. Події 2020 року (пандемія COVID-19 та її наслідки у вигляді численних і тривалих карантинних обмежень) продемонстрували потужні перспективи розвитку електронної комерції та ряд її беззаперечних переваг у порівнянні з іншими видами комерційної діяльності.

Слід відмітити, що проблеми розвитку електронної комерції протягом останніх років глибоко і різносторонньо досліджуються різними авторами, зокрема, слід відзначити роботи О. Червоні, Т. Сак, В. Зосімова, О. Берко, Л. Гліненко, Ю. Дайновського та інших вчених [1-4]. Проте особливістю поточного етапу розвитку електронної комерції є низький рівень прогнозованості зовнішнього середовища та стрімкий розвиток, що вимагає постійного вдосконалення і ретельного вивчення перспектив розвитку даного виду діяльності.

### Результати дослідження

Електронна комерція – це сфера економіки, коли торгові і фінансові операції проводяться в інтернеті. Головна особливість електронної комерції полягає в тому, що вона невіддільна від пошукових систем, соціальних мереж та мобільного зв'язку, які швидко розвиваються та постійно вдосконалюються.

Розвитку електронної комерції сприяє фактор створення додаткових каналів онлайн-продажів. За останні роки в мережі були розроблені нові платформи, які стають більш спеціалізованими та профільними. Від суб'єктів підприємництва і особливостей їхньої діяльності залежить ступінь інтеграції їхнього бізнесу в онлайн-галузі та частку електронної комерції в загальній кількості операцій. Беззаперечно можна стверджувати, що обсяг електронної комерції у світі та Україні зростає.

Щодо особливостей електронної комерції в Україні, то одяг, аксесуари, взуття, косметичку, дрібну побутову техніку та смартфони українці найчастіше купують через Інтернет.

Лідерами ринку електронної комерції в Україні, є Rozetka.ua, Olx.ua, Prom.ua, Shafa.ua, Bigl.ua. Ці платформи не просто володіють суттєвими частками ринку електронної торгівлі, а й намагаються не знижувати темпів розвитку, вдаючись до нових методів та інструментів. Так,

наприклад, Rozetka.ua з продавця техніки давно вже перетворилась на мультиасортиментний сайт, а віднедавна почала працювати як мультифункціональний торгівельний майданчик для багатьох продавців.

Важливим фактором розвитку електронної комерції є ефективна логістика. Без доставки неможливо підвищити якість обслуговування клієнтів та забезпечити їх лояльність.

Тенденцією розвитку електронної комерції є також збільшення використання мобільних додатків. Новий мобільний додаток повинен дозволити споживачам швидко приймати рішення під час перегляду веб-сайтів покупок та здійснення покупок в один клік.

Електронна комерція може бути реалізована за допомогою різних бізнес-моделей, які постійно розвиваються (рис.1).



Рис.1 Бізнес-моделі електронної комерції

Пандемія COVID-19 внесла великі корективи у світові економічні процеси. Електронна комерція не оминула цього впливу.

У багатьох сферах бізнесу під час періоду обмеження, ізоляції відкрилася велика кількість можливостей для електронної комерції. Під час пандемії можливість споживачів робити покупки в магазинах обмежена. Цей фактор спонукав багато підприємств розпочати або розширити електронну комерцію. Більшість людей в Україні мають доступ до Інтернету та можуть замовити їжу, ліки, одяг, товари першої необхідності через Інтернет. Проте виникло багато негативних моментів та ускладнень, зокрема:

- нерозвинена кур'єрська мережа;
- різке зниження доходів населення країни;
- зменшення кількості позаштатних покупок та бажання заощадити через невизначеність майбутніх доходів;
- неможливість отримати замовлення у віддалених районах країни.

### Висновок

Отже, найбільш динамічною та висококонкурентною сферою бізнесу в Україні є електронна комерція, яка змінюється щодо моделей ведення бізнесу та у плані технологій. Для здійснення успішної діяльності в електронній комерції, необхідно врахувати всі фактори та тенденції її розвитку. Для цього суб'єкти електронної комерції повинні: вдосконалювати і розвивати логістику, покращувати швидкість і якість доставки; стежити за появою нових мобільних додатків у сфері електронної комерції; проводити ефективну рекламну кампанію. У процесі вдосконалення електронної комерції особливу увагу слід приділяти захисту прав споживачів та підвищенню стандартів доставки і післяпродажного обслуговування.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

- 1.Тенденції розвитку електронної комерції [Електронний ресурс] : [Веб-сайт]. – Електронні дані. О. Ю. Червона 2020 – Режим доступу: <http://ej.journal.kspu.edu/index.php/ej/article/view/671/661>
2. Електронна торгівля в Україні: стан, тенденції, перспективи розвитку [Електронний ресурс] : [Веб-сайт]. – Електронні дані. 2020 – Режим доступу: <https://mdtopu.com.ua/index.php/mdt/article/view/112/105>.
3. Гліненко Л.К., Дайновський Ю.А. Стан і перспективи розвитку електронної торгівлі України. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2018. № 1. С. 87.

4. Зосімов В., Берко О. Проблеми та перспективи розвитку електронної торгівлі в Україні. *Геометричне моделювання та інформаційні технології*. 2018. № 1 (5). URL: <http://mdu.edu.ua/wp-content/uploads/gmit5-51.pdf> (дата звернення: 03.03.2021).

**Ольга Петрівна Черевата** – студентка групи П-19мс, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, [cerevataolga72@gmail.com](mailto:cerevataolga72@gmail.com)

Науковий керівник: **Шварц Ірина Володимирівна**, к.е.н., доцент, доцент кафедри підприємництва, логістики та менеджменту Вінницького національного технічного університету, м. Вінниця, [s.irinach502@gmail.com](mailto:s.irinach502@gmail.com)

**Olga Cherevata** – student of the P-19ms group, Faculty of Management and Information Security, Vinnitsa National Technical University, Vinnitsa, e-mail: [cerevataolga72@gmail.com](mailto:cerevataolga72@gmail.com)

Scientific adviser: **Shvarts Iryna Volodymyrivna** – PhD in economics, Associate professor, entrepreneurship, logistics and management Department, Vinnitsia National Technical University, Vinnitsia, e-mail: [s.irinach502@gmail.com](mailto:s.irinach502@gmail.com).