

Міністерство освіти і науки України
Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника
Економічний факультет

ХОМІК (ГЕРА) ІРИНА МИКОЛАЇВНА

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ
ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В УКРАЇНІ

051 «Економіка» (Прикладна економіка)
(галузь наук – Управління та адміністрування)

Автореферат на здобуття
другого (магістерського) рівня вищої освіти

Івано-Франківськ – 2023

Дипломна робота виконана в Прикарпатському національному університеті
імені Василя Стефаника

Науковий керівник
доктор економічних наук, професор кафедри підприємництва,
торгівлі та прикладної економіки Надія ПИЛИПІВ

Рецензент:
доктор економічних наук, професор кафедри фінансів Роман ЩУР

Захист відбудеться «26» грудня 2023 р.

Дипломну роботу надано до захисту «02» грудня 2023 р.

Завідувач кафедри _____ Надія ПИЛИПІВ

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ	5
1.1. Поняття та сутність електронної комерції	5
1.2. Принципи та форми електронної комерції	13
1.3. Нормативно-правове регулювання електронної комерції	19
Висновок до розділу 1	30
РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЇЇ РОЗВИТКУ	34
2.1. Аналіз сучасного стану та тенденцій розвитку світової електронної комерції	34
2.2. Український ринок електронної комерції: аналіз поточного стану	39
2.3. Дослідження сучасних трендів розвитку електронної комерції в умовах пандемії COVID-19	44
Висновок до розділу 2	50
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМІВ РЕАЛІЗАЦІЇ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ	53
3.1. Проблеми та перспективи розвитку електронної комерції	53
3.2. Рекомендації та пропозиції щодо покращання електронної комерції в Україні	56
3.3. Пріоритетні вектори розвитку електронної комерції під впливом глобальних процесів діджиталізації	62
Висновок до розділу 3	69
ВИСНОВКИ	72
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	78

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність даної теми дослідження полягає в тому, що стрімкий прогрес Інтернет-технологій і технологій у поєднанні з поглибленим розвитком міжнародних економічних відносин сприяли широкому поширенню електронної комерції.

Електронна комерція є одним із найшвидше зростаючих ринків технологій у світі. Інтернет-торгівля поступово стає важливою частиною світової економіки. Функціонування національних ринків товарів і послуг та їх інтеграція у світову економічну систему були б неможливі без розвитку електронної комерції, під якою розуміють використання інформаційно-комунікаційних технологій на всіх етапах торговельних операцій, включаючи пошук і замовлення товарів, платежів і надання товарів і послуг споживачам. Електронна комерція використовується в роздрібній, оптовій та міжнародній торгівлі.

Унікальна новизна електронної комерції як світового економічного явища та актуальність цієї теми закономірно стають предметом спеціалізованих наукових досліджень багатьох українських та зарубіжних дослідників, які у своїх працях розглядають різноманітні аспекти проблеми електронної комерції. Бізнес. У той же час, оскільки електронна комерція розвивається швидше, ніж дослідження, питання, пов'язані з нею, залишаються актуальними та потребують роздумів і оцінки знову і знову з урахуванням мінливих реалій галузі.

Метою даної роботи є дослідження сучасного стану електронної комерції в світі та Україні та визначення перспектив її розвитку.

Об'єктом дослідження є електронна комерція як технологічному інструменті для всіх етапів торгових операцій, включаючи пошук і замовлення товарів, здійснення платежів і доставку товарів і послуг споживачам.

Предметом дослідження є економічні відносини у сфері електронної комерції та необхідність їх розвитку.

Завдання дослідження передбачають вирішення наступних питань:

- розглянути поняття, сутність та форми електронної комерції;
- висвітлити принципи та форми електронної комерції;
- проаналізувати та оцінити кількісні та якісні показники розвитку електронної комерції;
- здійснити аналіз сучасного стану та тенденцій розвитку світової електронної комерції;
- систематизувати дослідження сучасних світових трендів розвитку онлайн-торгівлі в умовах пандемії COVID-19;
- надати рекомендації щодо покращання результатів електронної комерції в Україні.

Методи дослідження. Теоретико-методологічною основою дослідження є застосування дедуктивного та індуктивного методів наукового пізнання. Для вирішення завдань використовувати логічне мислення, ситуаційний аналіз, системні методи, економіко-статистичні порівняння, теоретичні узагальнення та прогнози.

Інформаційною основою дослідження є статистичні дані Світової організації торгівлі, Міжнародного союзу електрозв'язку, Світового банку та офіційних статистичних відомств, підручники та публікації, оцінки та прогнози, оцінки та прогнози експертів у сфері електронної комерції на дому. і за кордоном. Прогнози закордонних та українських аналітиків і дослідницьких компаній.

Структура роботи. Магістерська робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, та пропозицій. Загальний обсяг роботи 83 сторінки. Робота містить 13 рисунків, 8 таблиць. Список використаних наукових джерел нараховує 51 найменування.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ

У першому розділі «**Теоретичні аспекти розвитку електронної комерції**» висвітлено поняття та сутність електронної комерції, принципи та форми електронної комерції, а також нормативно-правове регулювання електронної комерції в Україні.

Перехід до цифрових технологій і зміна тенденцій глобалізації є викликами для країн у всьому світі, щоб адекватно реагувати на ці нові реалії. Цифрові технології надають різного значення різним формам міжнародних відносин. Впровадження цифрових технологій може докорінно змінити характер міжнародної діяльності компаній, які реалізують міжнародну інвестиційну політику, інакше було б неможливо створити інфраструктурну мережу, яка стимулює розвиток цифрових компаній і підтримує трансформацію всієї нової економіки.

Електронна комерція може доповнювати традиційні форми взаємодії між учасниками бізнес-процесу, зокрема значно прискорюючи обмін інформацією та покращуючи комунікацію між ними, сприяючи зменшенню трансакційних витрат. З іншого боку, електронна комерція також може значно підвищити ефективність внутрішніх організаційних процесів і процедур, значно комерціалізувати взаємодію з клієнтами та субпідрядниками, а також усунути географічні бар'єри та віддаленість. Фактично учасниками електронної комерції можуть бути суб'єкти господарювання різних сфер та організаційних форм, оскільки основною вимогою є доступ до Інтернету.

Вчені та міжнародні організації досліджували визначення поняття «електронна комерція» та дійшли таких висновків: Електронна комерція – це діяльність підприємства, яка використовує Інтернет для купівлі та продажу товарів і послуг.

Пандемія показала, що електронна комерція може бути важливим інструментом/рішенням для споживачів, підтримувати малий бізнес і бути

рушієм внутрішнього зростання та міжнародної торгівлі шляхом підвищення економічної конкурентоспроможності. Соціальне дистанціювання та значні обмеження підкреслили загальну важливість цифрових технологій у всьому світі.

У підсумку можна сказати, що електронна комерція стосується фінансових операцій і операцій, що здійснюються через Інтернет і спеціальні комунікаційні мережі, в яких купівля-продаж товарів і послуг і переказ коштів здійснюються під час транзакції, що сьогодні процвітає в усьому світі.

Електронна комерція дуже важлива для успішного функціонування бізнесу, оскільки все більше споживачів вважають за краще купувати продукти онлайн. Але для ефективної електронної комерції необхідно залучати інтернет-маркетинг, який допоможе залучити нових клієнтів за допомогою рекламних кампаній, побудувати онлайн-ресурси для ефективної торгівлі та підвищити впізнаваність компанії, завдяки наявності сторінок у соціальних мережах, оголошення та створених сайтів.

Розвиток електронної комерції значною мірою залежить від технічної інфраструктури та технології електронних платежів, а також від рівня безпеки транзакцій. Крім того, в сучасних умовах розвиток електронної комерції значною мірою залежить від інфраструктури системи кодування та ідентифікації інформації про товари, підприємства та логістичні операції.

Незважаючи на те, що електронна комерція широко використовується у світі, для України вона є відносно новою формою економічної діяльності, яка відрізняється від традиційної економічної діяльності тим, що реалізується за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій.

Юридичне визначення терміну «електронна комерція» наведено в статті статтею 3 Закону «Про електронну комерцію» України, де передбачено, що за своїм змістом ці відносини є відносинами, спрямованими на отримання прибутку, що виникають під час вчинення правочинів, пов'язаних з набуттям, зміною або припиненням цивільних прав та обов'язків,

дистанційним використанням інформаційно-комунікаційної системи, тому учасники відносин мають майнові права та обов'язки.

Говорячи про поточний стан розвитку електронної комерції в цифровій економіці, слід зазначити, що наразі відсутня офіційна статистика щодо кількості зареєстрованих суб'єктів господарювання, які здійснюють діяльність у формі електронної комерції. Крім того, нині більшість суб'єктів господарювання широко використовують у своїй діяльності певні види інформаційно-комунікаційних технологій: рекламу, веб-сайти, можливість замовляти товари чи послуги через Інтернет, використовувати Інтернет для оплати таких товарів та послуг тощо.

Варто зазначити, що важливою умовою функціонування електронної комерції є наявність платіжної системи, яка дозволяє здійснювати платежі через Інтернет або іншим дистанційним способом.

Правова основа розрахунків, у тому числі дистанційних платіжних операцій, регулюється відповідним Законом України «Про платіжні послуги». Цей закон регулює порядок відкриття рахунків, розпорядження коштами на рахунках та проведення дистанційних платежів.

Водночас відповідно до Закону України «Про захист персональних даних» забезпечується інформаційна безпека у правовідносинах у сфері електронної комерції, у тому числі захист персональних даних.

У другому розділі **«Сучасний стан електронної торгівлі та перспективи її розвитку»** здійснено аналіз сучасного стану та тенденцій розвитку світової електронної комерції, аналіз поточного стану українського ринку електронної комерції, також досліджено сучасні тренди розвитку електронної комерції в умовах пандемії COVID-19.

Виникнення та зростання електронної комерції безпосередньо пов'язане з появою та зростанням глобального проникнення Інтернету. Створення та розвиток комп'ютерних мереж у 20 ст. Це призвело до серйозних змін у сучасному суспільному житті, особливо становлення

інформаційного (постіндустріального) суспільства та інформаційної економіки.

Можна виділити дві особливості продукту, які сприяють його популярності в Інтернеті. По-перше, це ціна, адже користувачі активно купують в Інтернеті товари, вартість яких орієнтована на покупців середнього класу і зазвичай не перевищує в середньому 800 доларів США. По-друге, це універсальність продукту. Навушники, онлайн-книги, комп'ютерну техніку та програмне забезпечення будуть купувати частіше, оскільки цільова аудиторія таких товарів не обмежена статтю, віком, психологічними комплексами та іншими факторами, які не викликають потенційного інтересу. Нарешті, можна відзначити наступне: електронна комерція є одним із найбільш технологічно динамічних ринків у світі. Швидке зростання ринку електронної комерції відбувається головним чином завдяки швидкому поширенню ширококутного (фіксованого та мобільного) доступу до Інтернету по всьому світу.

Сьогодні в усьому світі існують мільйони веб-сайтів, які продають онлайн у різних формах, але найбільші з них – це переважно онлайн-ринки в Сполучених Штатах. Основними гравцями на світовому ринку роздрібною торгівлі онлайн є: Amazon, eBay, Walmart, BestBuy, Alibaba, Target.

Сьогодні електронна комерція є однією з найбільш динамічно розвиваються сфер української економіки. За останні вісім років середньорічний приріст становив 26%. Інтерес українців до онлайн-шопінгу знову різко зріс у 2021 році після сповільнення зростання рік тому. Наприкінці 2021 року онлайн-продажі зросли на 41%, сягнувши 4 млрд грн, а прогнозується, що до 2022 року ця цифра досягне 5 млрд грн..

Консолідація ринку, яка почалася в 2019-2020 роках, триває. У 2019 році найбільше зростання кількості інтернет-магазинів спостерігалось в сегменті великих інтернет-магазинів (+25%), які, незважаючи на меншу кількість (50 організацій), генерували приблизно 33% від загального обороту галузі. Крім того, великі офлайн-ритейлери почали активно розвивати

електронні канали продажів після змін у макросередовищі, щоб зменшити витрати та поступово витіснити менших онлайн-ритейлерів. Магазини середнього розміру також дотримуються цієї стратегії. Найуспішніші можуть переходити в іншу вагову категорію.

Світова економіка реагує на пандемію COVID-19 зміною пріоритетів розвитку. Прискорена цифровізація стала основним вектором економічного розвитку світу та України. Найважливішими є цифрові сервіси та платформи, продукти та технології для віддаленого спілкування та взаємодії.

Структура товарів, які купуються в Інтернеті, значно змінилася, а використання цифрових засобів зв'язку та віддаленого споживання, таких як соціальні мережі, інтернет-дзвінки та відеоконференції, зросло, що дає змогу аналізувати структуру споживчого попиту в різних галузях промисловості по всьому світу. і споживати в цифрових умовах. Пандемія COVID-19 активізувала впровадження електронної комерції новими компаніями, залучаючи нових клієнтів і розширюючи доступ до широкого асортименту продуктів, товарів і послуг. Це надає всім споживачам, особливо людям похилого віку, швидкий доступ до різноманітних товарів, а також дозволяє комерційним структурам продовжувати роботу, незважаючи на обмеження контактів та інші карантинні заходи.

У третьому розділі **«Шляхи удосконалення механізмів реалізації електронної комерції»** висвітлено проблеми та перспективи розвитку електронної комерції, подано рекомендації та пропозиції щодо покращання електронної комерції в Україні, а також висвітлено пріоритетні вектори розвитку електронної комерції під впливом глобальних процесів діджиталізації.

Електронна комерція сьогодні є молодою галуззю, але динамічно розвивається в економіці багатьох країн світу. Багато економістів прогнозують подальше швидке зростання та розширення ринку електронної комерції в найближчі десятиліття. Однак, незважаючи на ці позитивні прогнози, все ще можна визначити низку факторів, які можуть діяти як

перешкоди для нормального розвитку та функціонування електронної комерції.

Головним чинником зростання електронної комерції стане постійний приплив нових користувачів Інтернету, особливо через мобільні пристрої (смартфони та планшети). Ця тенденція збережеться в найближчі роки. Крім того, на ринку електронної комерції часто присутні гравці з інших сфер - банки, мобільні та поштові оператори та інші комерційні організації з великими обсягами даних про клієнтів і добре розвиненими електронними каналами продажу.

Законодавство України (у сфері оподаткування, захисту прав споживачів, технічного регулювання) не поширюється на іноземних онлайн-продавців. Імпорт імпортованих товарів, придбаних українськими споживачами за кордоном через Інтернет, регулюється Угодою про митний союз між Урядом України та Європейським Союзом «Про порядок переміщення через митний кордон України товарів для особистого користування». Товари, куплені українськими споживачами в Інтернеті, доставляються міжнародними поштовими відправленнями та вважаються товарами для особистого користування. Тому впровадження допоміжних заходів є дуже актуальним.

Розвиток інформаційних технологій і глибоке проникнення Інтернету в усі сфери економічного життя змінюють ринок товарів і послуг у звичайному розумінні, впливаючи на споживачів і підприємства. Змінюється також маркетингова парадигма, де головну роль відіграє побудова взаємовигідних довгострокових відносин зі споживачами.

Якщо розглядати світовий ринок електронної комерції (e-Commerce), то напрямки його розвитку слід виділити на два: веб-сайти та інтернет-магазини. Аналізуючи його динаміку, можна побачити, що світовий ринок електронної комерції в 2021 році зросте до 4,9 трильйона доларів США.

Під час карантинних обмежень, запроваджених через пандемію COVID-19, коли більшість малих підприємств були змушені закрити свої

фізичні офіси та перейти до онлайн-роботи, соціальна мережа змогла довести свою ефективність як платформа для онлайн-торгівлі.

Сучасний світовий економічний тренд представляє ключові аспекти розвитку цифрової економіки та електронної комерції, під його впливом глибоко змінюються соціальні умови життя, ринкова ситуація, наукові сфери, а також величезний попит на інформаційні технології. змінюються. Продовжує збільшуватися кількість висококваліфікованих працівників.

Завдяки глибокому та масштабному впливу цифрових технологій трансформувалися концептуальні моделі розвитку бізнесу, соціальної комунікації та ролі держави в новому середовищі. Ці зміни вимагають від людей високої адаптивності та розвитку нових навичок і можливостей, готових скористатися перевагами цифровізації. Цифровізація також несе в собі ризики негативних наслідків, насамперед у необхідності адаптації до нових реалій: застарілі професії неминуче замінюватимуться новими, зникнення традиційних ринків та існування нових професій. Такі загрози, як витік персональних даних і захист авторських прав. У зв'язку з цим особливого значення набувають завдання національно-правового регулювання цифрової економіки та електронної комерції.

ВИСНОВКИ

Перехід до цифрових технологій і зміна тенденцій глобалізації є викликами для країн у всьому світі, щоб адекватно реагувати на ці нові реалії. Цифрові технології надають різного значення різним формам міжнародних відносин. Впровадження цифрових технологій може докорінно змінити характер міжнародної діяльності компаній, які реалізують міжнародну інвестиційну політику, інакше було б неможливо створити інфраструктурну мережу, яка стимулює розвиток цифрових компаній і підтримує трансформацію всієї нової економіки.

Електронна комерція може доповнювати традиційні форми взаємодії між учасниками бізнес-процесу, зокрема значно прискорюючи обмін інформацією та покращуючи комунікацію між ними, сприяючи зменшенню трансакційних витрат. З іншого боку, електронна комерція також може значно підвищити ефективність внутрішніх організаційних процесів і процедур, значно комерціалізувати взаємодію з клієнтами та субпідрядниками, а також усунути географічні бар'єри та віддаленість. Фактично учасниками електронної комерції можуть бути суб'єкти господарювання різних сфер та організаційних форм, оскільки основною вимогою є доступ до Інтернету.

Вчені та міжнародні організації досліджували визначення поняття «електронна комерція» та дійшли таких висновків: Електронна комерція — це діяльність підприємства, яка використовує Інтернет для купівлі та продажу товарів і послуг.

Пандемія показала, що електронна комерція може бути важливим інструментом/рішенням для споживачів, підтримувати малий бізнес і бути рушієм внутрішнього зростання та міжнародної торгівлі шляхом підвищення економічної конкурентоспроможності. Соціальне дистанціювання та значні обмеження підкреслили загальну важливість цифрових технологій у всьому світі.

У підсумку можна сказати, що електронна комерція стосується фінансових операцій і операцій, що здійснюються через Інтернет і спеціальні комунікаційні мережі, в яких купівля-продаж товарів і послуг і переказ коштів здійснюються під час транзакції, що сьогодні процвітає в усьому світі.

Електронна комерція дуже важлива для успішного функціонування бізнесу, оскільки все більше споживачів вважають за краще купувати продукти онлайн. Але для ефективної електронної комерції необхідно залучати інтернет-маркетинг, який допоможе залучити нових клієнтів за допомогою рекламних кампаній, побудувати онлайн-ресурси для ефективної торгівлі та підвищити впізнаваність компанії, завдяки наявності сторінок у соціальних мережах, оголошення та створених сайтів.

Розвиток електронної комерції значною мірою залежить від технічної інфраструктури та технології електронних платежів, а також від рівня безпеки транзакцій. Крім того, в сучасних умовах розвиток електронної комерції значною мірою залежить від інфраструктури системи кодування та ідентифікації інформації про товари, підприємства та логістичні операції.

Незважаючи на те, що електронна комерція широко використовується у світі, для України вона є відносно новою формою економічної діяльності, яка відрізняється від традиційної економічної діяльності тим, що реалізується за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій.

Юридичне визначення терміну «електронна комерція» наведено в статті статтею 3 Закону «Про електронну комерцію» України, де передбачено, що за своїм змістом ці відносини є відносинами, спрямованими на отримання прибутку, що виникають під час вчинення правочинів, пов'язаних з набуттям, зміною або припиненням цивільних прав та обов'язків, дистанційним використанням інформаційно-комунікаційної системи, тому учасники відносин мають майнові права та обов'язки.

Говорячи про поточний стан розвитку електронної комерції в цифровій економіці, слід зазначити, що наразі відсутня офіційна статистика щодо

кількості зареєстрованих суб'єктів господарювання, які здійснюють діяльність у формі електронної комерції. Крім того, нині більшість суб'єктів господарювання широко використовують у своїй діяльності певні види інформаційно-комунікаційних технологій: рекламу, веб-сайти, можливість замовляти товари чи послуги через Інтернет, використовувати Інтернет для оплати таких товарів та послуг тощо.

Варто зазначити, що важливою умовою функціонування електронної комерції є наявність платіжної системи, яка дозволяє здійснювати платежі через Інтернет або іншим дистанційним способом.

Правова основа розрахунків, у тому числі дистанційних платіжних операцій, регулюється відповідним Законом України «Про платіжні послуги». Цей закон регулює порядок відкриття рахунків, розпорядження коштами на рахунках та проведення дистанційних платежів.

Водночас відповідно до Закону України «Про захист персональних даних» забезпечується інформаційна безпека у правовідносинах у сфері електронної комерції, у тому числі захист персональних даних.

Виникнення та зростання електронної комерції безпосередньо пов'язане з появою та зростанням глобального проникнення Інтернету. Створення та розвиток комп'ютерних мереж у 20 ст. Це призвело до серйозних змін у сучасному суспільному житті, особливо становлення інформаційного (постіндустріального) суспільства та інформаційної економіки.

Можна виділити дві особливості продукту, які сприяють його популярності в Інтернеті. По-перше, це ціна, адже користувачі активно купують в Інтернеті товари, вартість яких орієнтована на покупців середнього класу і зазвичай не перевищує в середньому 800 доларів США. По-друге, це універсальність продукту. Навушники, онлайн-книги, комп'ютерну техніку та програмне забезпечення будуть купувати частіше, оскільки цільова аудиторія таких товарів не обмежена статтю, віком, психологічними комплексами та іншими факторами, які не викликають

потенційного інтересу. Нарешті, можна відзначити наступне: електронна комерція є одним із найбільш технологічно динамічних ринків у світі. Швидке зростання ринку електронної комерції відбувається головним чином завдяки швидкому поширенню широкопasmового (фіксованого та мобільного) доступу до Інтернету по всьому світу.

Сьогодні в усьому світі існують мільйони веб-сайтів, які продають онлайн у різних формах, але найбільші з них – це переважно онлайн-ринки в Сполучених Штатах. Основними гравцями на світовому ринку роздрібно́ї торгівлі онлайн є: Amazon, eBay, Walmart, BestBuy, Alibaba, Target.

Сьогодні електронна комерція є однією з найбільш динамічно розвиваються сфер української економіки. За останні вісім років середньорічний приріст становив 26%. Інтерес українців до онлайн-шопінгу знову різко зріс у 2021 році після сповільнення зростання рік тому. Наприкінці 2021 року онлайн-продажі зросли на 41%, сягнувши 4 млрд грн, а прогнозується, що до 2022 року ця цифра досягне 5 млрд грн..

Консолідація ринку, яка почалася в 2019-2020 роках, триває. У 2019 році найбільше зростання кількості інтернет-магазинів спостерігалось в сегменті великих інтернет-магазинів (+25%), які, незважаючи на меншу кількість (50 організацій), генерували приблизно 33% від загального обороту галузі. Крім того, великі офлайн-ритейлери почали активно розвивати електронні канали продажів після змін у макросередовищі, щоб зменшити витрати та поступово витіснити менших онлайн-ритейлерів. Магази́ни середнього розміру також дотримуються цієї стратегії. Найуспішніші можуть переходити в іншу вагову категорію.

Світова економіка реагує на пандемію COVID-19 зміною пріоритетів розвитку. Прискорена цифровізація стала основним вектором економічного розвитку світу та України. Найважливішими є цифрові сервіси та платформи, продукти та технології для віддаленого спілкування та взаємодії.

Структура товарів, які купуються в Інтернеті, значно змінилася, а використання цифрових засобів зв'язку та віддаленого споживання, таких як

соціальні мережі, інтернет-дзвінки та відеоконференції, зросло, що дає змогу аналізувати структуру споживчого попиту в різних галузях промисловості по всьому світу. і споживати в цифрових умовах. Пандемія COVID-19 активізувала впровадження електронної комерції новими компаніями, залучаючи нових клієнтів і розширюючи доступ до широкого асортименту продуктів, товарів і послуг. Це надає всім споживачам, особливо людям похилого віку, швидкий доступ до різноманітних товарів, а також дозволяє комерційним структурам продовжувати роботу, незважаючи на обмеження контактів та інші карантинні заходи.

Електронна комерція сьогодні є молодою галуззю, але динамічно розвивається в економіці багатьох країн світу. Багато економістів прогнозують подальше швидке зростання та розширення ринку електронної комерції в найближчі десятиліття. Однак, незважаючи на ці позитивні прогнози, все ще можна визначити низку факторів, які можуть діяти як перешкоди для нормального розвитку та функціонування електронної комерції.

Головним чинником зростання електронної комерції стане постійний приплив нових користувачів Інтернету, особливо через мобільні пристрої (смартфони та планшети). Ця тенденція збережеться в найближчі роки. Крім того, на ринку електронної комерції часто присутні гравці з інших сфер - банки, мобільні та поштові оператори та інші комерційні організації з великими обсягами даних про клієнтів і добре розвиненими електронними каналами продажу.

Законодавство України (у сфері оподаткування, захисту прав споживачів, технічного регулювання) не поширюється на іноземних онлайн-продавців. Імпорт імпортованих товарів, придбаних українськими споживачами за кордоном через Інтернет, регулюється Угодою про митний союз між Урядом України та Європейським Союзом «Про порядок переміщення через митний кордон України товарів для особистого користування». Товари, куплені українськими споживачами в Інтернеті, доставляються

міжнародними поштовими відправленнями та вважаються товарами для особистого користування. Тому впровадження допоміжних заходів є дуже актуальним.

Розвиток інформаційних технологій і глибоке проникнення Інтернету в усі сфери економічного життя змінюють ринок товарів і послуг у звичайному розумінні, впливаючи на споживачів і підприємства. Змінюється також маркетингова парадигма, де головну роль відіграє побудова взаємовигідних довгострокових відносин зі споживачами.

Якщо розглядати світовий ринок електронної комерції (e-Commerce), то напрямки його розвитку слід виділити на два: веб-сайти та інтернет-магазини. Аналізуючи його динаміку, можна побачити, що світовий ринок електронної комерції в 2021 році зросте до 4,9 трильйона доларів США.

Під час карантинних обмежень, запроваджених через пандемію COVID-19, коли більшість малих підприємств були змушені закрити свої фізичні офіси та перейти до онлайн-роботи, соціальна мережа змогла довести свою ефективність як платформа для онлайн-торгівлі.

Сучасний світовий економічний тренд представляє ключові аспекти розвитку цифрової економіки та електронної комерції, під його впливом глибоко змінюються соціальні умови життя, ринкова ситуація, наукові сфери, а також величезний попит на інформаційні технології. змінюються. Продовжує збільшуватися кількість висококваліфікованих працівників.

Завдяки глибокому та масштабному впливу цифрових технологій трансформувалися концептуальні моделі розвитку бізнесу, соціальної комунікації та ролі держави в новому середовищі. Ці зміни вимагають від людей високої адаптивності та розвитку нових навичок і можливостей, готових скористатися перевагами цифровізації. Цифровізація також несе в собі ризики негативних наслідків, насамперед у необхідності адаптації до нових реалій: застарілі професії неминуче замінюватимуться новими, зникнення традиційних ринків та існування нових професій. Такі загрози, як витік персональних даних і захист авторських прав. У зв'язку з цим

особливого значення набувають завдання національно-правового регулювання цифрової економіки та електронної комерції.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аналітичний Бюлетень InSales 2015: Ринок інтернет-комерції в Україні в 2014 році. Офіційний сайт платформи InSales. URL: <https://www.insales.ua/blog/2015/05/20/analytical-bulletin-insales-2015/>
2. Биркова Е. Trends in global Internet commerce. Інформаційно-аналітичне мережеве видання «ДОВЕДЕНО» URL: <http://xn--b1ae2adf4f.xn--p1ai/analytics/research/26233-tendentsii-mipovoyintepnet-topgovli.html>
3. Бутакова Є. В. Розвиток електронних торгових майданчиків як спосіб взаємодії компаній. *Модернізація економіки українських регіонів: проблеми, напрямки та перспективи розвитку*. 2019. № 1. С. 248–251.
4. Глобальна Ecommerce Figures. Офіційний сайт некомерційної організації Ecommerce Foundation. URL: https://www.ecommercewiki.org/Global_Ecommerce_Figures.
5. Долматова Е. Н. Огляд ринку електронних торгових майданчиків в Україні. Серія: економіка та менеджмент. – 2018. – № 1. – С. 127–129.
6. Дослідження ринків. URL: <https://proconsulting.ua/ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-elektronnoj-kommercii-vukraine-2021-god>
7. Дяченко А. В., Карінцева О. І., Тарасенко С. В., Харченко М. О., Мазін Ю. О., Кисельова К. С. Формування інноваційного інструментарію економічної політики в умовах розвитку світової економічної кризи 2019-2020 рр. в Україні. *Механізм регулювання економіки*. 2021. № 3. С. 19- 37. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/86419>
8. Економіка енергетики : підручник / за ред. Л. Г. Мельника, І. М. Сотник. Суми: Університетська книга, 2015. 378 с. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/45315>
9. Економіка підприємства : підручник / за заг. ред. д.е.н., проф. Л. Г. Мельника. Суми : Університетська книга, 2012. 864 с. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/80106>

10. Електронна комерція statistics. Офіційний сайт статистичної служби Європейського Союзу Eurostat. URL: http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/E-commerce_statistics.

11. Електронна комерція в Європі 2016: Факти та цифри URL: <https://www.twenga-solutions.com/en/insights/e-commerce-europe-2016-factsfigures/>.

12. Електронні торгові платформи. Офіційний сайт Міністерства промисловості і торгівлі Україні. URL: <https://jeou.donnu.edu.ua/article/view/11171>

13. Історія покупок є ключем до рекомендацій хорошого продукту [Електронний ресурс]/ Офіційний сайт Remarkety. URL: <https://www.remarkety.com/purchase-history-is-the-key-to-good-productrecommendations>.

14. Карінцева О.І., Дегтярьова І. Б., Харченко М.О., Долгошеєва О. І., Кіріл'єва А. В. Залучення іноземних інвестицій як інструмент забезпечення конкурентоспроможності та сталого розвитку країни. *Вісник СумДУ. Серія «Економіка»*, № 3' 2020. С. 199-211. DOI: 10.21272/1817-9215.2020.3-22 https://visnyk.fem.sumdu.edu.ua/issues/3_2020/22.pdf

15. Карінцева, О. І., Харченко, М. О., Мазін, Ю. О., Фалько, К. С. Практичні засади підвищення ефективності логістичної діяльності сучасного підприємства. *Вісник Сумського державного університету. Серія Економіка*. 2021. № 3. С. 127–136. DOI: 10.21272/1817-9215.2021.3-14 URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/86223>

16. Карінцева, О. І., Харченко, М. О., Пономарьова, Г. С. Підвищення ефективності бізнес-процесів на виробничому підприємстві. *Механізм регулювання економіки*. 2020. № 4. С. 58-69. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/83754>

17. Матіас Брандт. Китай на шляху до світового панування в електронній комерції. Статистичний портал Statista. URL: <https://www.statista.com/chart/1846/b2c-ecommerce-sales-growth/>

18. Мельник Л. (2021) Сучасні тренди економічного розвитку: Досвід ЄС та практика України: підручник / за ред. Л. Г. Мельника. Суми: ПФ «Видавництво “Університетська книга”», 2021. 432 с. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/89235>

19. Мельник Л. Г., Карінцева О. І. (2021) Економіка і бізнес : підручник / за ред. Л. Г. Мельника, О. І. Карінцевої. Суми : Університетська книга, 2021. 316 с. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/83721>

20. Мельник Л. Г., Карінцева О. І., Кубатко О. В., Сотник І. М., Завдов'єва Ю. М. Цифровізація економічних систем та людський капітал: підприємство, регіон, народне господарство. *Механізм регулювання економіки*. 2020. № 2. С. 9-28. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/82236>

21. Мельник, Л., Карінцева, О., Кубатко, О., Дерев'янка, Ю., Маценко, О. (2022). Реструктуризація соціально-економічних систем як складова формування цифрової економіки в Україні у період кризи. *Механізм регулювання економіки*, (1-2(95-96)), 7-13.

22. Мельник, Л., Ковальов, Б. (2020). Проривні технології в економіці і бізнесі (Досвід ЄС та практика України у світлі III, IV, і V промислових революцій. Сумський державний університет, с. 180. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/79621>

23. Минулого року ринок e-commerce досяг \$4 мільярдів. URL: <https://dia.dp.gov.ua/minulogo-roku-rinok-e-commerce-dosyag-4- milyardiv/>

24. Наказ Міністерства промисловості і торгівлі України «Про затвердження Стратегії розвитку торгівлі в Україні на 2020-2021 роки та на період до 2020 року» затверджений наказом Міністерства Економіки України від 25 грудня 2019 року. No273. Офіційний сайт. URL: <https://www.me.gov.ua/?lang=uk-UA>.

25. Про електронну комерцію: Закон України від 26.04.2017. Відомості Верховної Ради. 2015. № 45, ст. 410.

26. Проникнення Інтернет в Україні: результати 2016 року: дослідження компанія GfK.

27. Рейтинг ТОП-100 інтернет-магазинів України 2021 (літо) веб-сайт.
URL: <https://pro-consulting.ua/ua/issledovanierynka/analiz-rynka-elektronnoj-kommercii-v-ukraine-2021-god>

28. Ринок електронної комерції в Україні досягнув \$4 млрд. Статистика
URL: <https://soulpartners.com.ua/news/tpost/x2dve03v71-rinok-elektronno-komerts-vukran-dosyagn>

29. Ринок Інтернет-торгівлі в Україні. URL:
https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/37044/1/Kraus_Elektronna_komertsiiia_2021.pdf

30. Ринок Інтернет-торгівля в Україні - Підсумки 2021.
URL: https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/37044/1/Kraus_Elektronna_komertsiiia_2021.pdf

31. Роздрібні продажі електронної комерції в усьому світі з 2014 по 2020 роки (у мільярдах доларів США)/ Statista Statistical Portal. URL:
<https://www.statista.com/statistics/379046/worldwideretail-e-commerce-продаж/>.

32. Світовий e-commerce і m-commerce – статистика і факти електронної комерції . Міжнародний статистичний портал Internet World .
URL: <https://marketer.ua/ua/ecommerce-worldwide-statistics-facts/>

33. Сотник І. (2018) Підприємництво, торгівля та біржова діяльність / І. Сотник, Л. Таранюк. Суми: Університетська книга, 2018. 572 с. URL:
<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/80114>

34. Стан і перспективи розвитку електронної торгівлі України 2017–2021 роки / інформаційно-аналітичний портал про ІКТ і Цифровий ЗМІ json.tv. URL:
https://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2018_1_83_102.pdf.

35. Статистичний портал Statista. URL: <https://www.statista.com/>

36. ТОП-5 ринків електронної комерції [Електронний ресурс] / Офіційний сайт міжнародної системи електронних платежів. URL: https://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2018_1_83_102.pdf.

37. Транскордонна торгівля в Україні(або офшорна безподаткова торгівля) [Електронний ресурс] / Офіційний сайт Асоціації компаній Інтернет-торгівлі(АКИТ).URL: <http://www.ej.journal.kspu.edu/index.php/ej/article/view/671>.

38. Угода між Урядом України та ЄС від 18.06.2019 (зі змінами від 08.05.2021) «Про порядок переміщення фізичних осіб з товари для особистого користування через митний кордон митного союзу та здійснення митних операцій, пов'язаних з їх пропуском»: міжнародний договір // Збірник законодавства України. 2018. № 36, ст. 4866.

39. Фелікс Ріхтер. The Age of Tech/ Statista Statistical Portal. URL: <https://www.statista.com/chart/5403/most-valuablecompanies-2006-vs-2016/>.

40. Фелікс Ріхтер. Цього року глобальні продажі електронної комерції досягнуть 1,2 трильйона доларів [Електронний ресурс] / Статистичний портал Statista . URL: <https://www.statista.com/chart/1223/global-e-commercesales-2013/>

41. Фоменко Н.М., Єфімов Є.Н. Загальна характеристика електронних торгових майданчиків. *Terra Economicus*. 2009. № 2. С. 55–58.

42. Шнайдер Г. Електронна комерція. Cengage Learning, 2012. – 608 с.

43. E-commerce Report Global 2019: як розвивається і що впливає на світовий ринок онлайн-торгівлі URL: <https://rau.ua/ecommerceuk/e-commerce-report-global-2019/> .

44. Global B2C E-commerce Report 2021. Офіційний сайт Асоціації компаній Інтернет-торгівлі. URL: <http://www.akit>.

45. ICT Facts and Figures 2016. Офіційний сайт Міжнародного союзу електрозв'язку (ITU) (ITU) URL: <http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx>.

46. Internet World Stats. URL: <https://pingvin.pro/gadgets/news-gadgets/perelikkrayin-z-najbilshoyu-kilkistryu-korystuvachiv-internetu.html> 56

47. Internet World Stats. URL: <https://pingvin.pro/gadgets/news-gadgets/perelikkrayin-z-najbilshoyu-kilkistryu-korystuvachiv-internetu.html>

48. Retailers and Digital Commerce 2016: Trends and Benchmarks for Five Sectors [Електронний ресурс]/ Офіційний сайт компанії з маркетингових досліджень eMarketer. URL: <https://www.emarketer.com/Report/RetailersDigital-Commerce-2016-Trends-Benchmarks-Five-Sectors/2001948>

49. The World Trade Organization. Офіційний веб-сайт СОТ. URL: https://www.wto.org/english/res_e/publications_e/publ_by_subject_e.htm.

50. Digital in 2017: global overview [Електронний ресурс]/ We Are Social International Agency. URL: <https://wearesocial.com/blog/2017/01/digital-in2017-global-overview>.

51. TOP 250 global retailers, 2014/ Офіційний сайт асоціації роздрібної торгівлі National Retail Federation (NRF). URL: <https://nrf.com/2016/global250-table>.