

*Ірина Прокопець*

*Мартин О.М., кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри права та менеджменту у сфері цивільного захисту,  
Львівський державний університет безпеки життєдіяльності, м. Львів*

## **ІНТЕРНЕТ-ТОРГІВЛЯ В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ**

Інтернет-торгівля – це галузь, що розвивається швидкими темпами зі становленням інформаційного суспільства. Глобальна мережа дає можливість товарам і послугам виходити на світовий ринок торгівлі. Розвиток сектора інформаційно-комунікативних технологій також є чинником, що сприяє успішному веденню бізнесу і економічному зростанню. Електронна комерція активно розвивається протягом двох останніх десятиліть, що порівняно з багатьма галузями економіки є невеликим проміжком часу.

Електронна комерція – це будь яка форма ділових угод, при яких замість фізичного контакту та обміну взаємодія сторін здійснюється електронним способом в результаті якого право власності або право користування товаром, чи послугою передається від однієї особи іншій. В Україні спостерігається бурхливий розвиток інтернет-торгівлі і адаптація її до мінливих ринкових умов. Такий вид продажу товарів має колосальний успіх серед цільової аудиторії, тому що, як правило, за нестачі часу, багато людей просто не відвідують торгові точки.

Існують два рівня організації електронної комерції: національний та міжнародний. Низка причин ускладнює електронну комерцію на міжнародному рівні. Це в першу чергу відмінності в митних зборах, системах оподаткування і в проведенні банківських операцій. Електронна комерція реалізується в рамках інтернет-економіки, тобто середовища, де компанія або людина можуть налагоджувати взаємозв'язки двостороннього співробітництва в торговельній

сфері. Електронна торгівля в сучасних умовах швидко розвивається і постійно модернізується моделлю ведення бізнесу. Відповідно, вона має свої особливості.

Сьогодні бізнес в інтернеті повинен охоплювати наступні аспекти: встановлення контактів з цільовою аудиторією покупців шляхом залучення уваги (реклама, яскраве оформлення сайту тощо); продаж товарів і послуг; забезпечення повного контролю за операціями оплати, доставки та післяпродажного обслуговування. Інтернет-магазин може бути як основою створення бізнесу, так і допоміжним інструментом, націленим на розвиток і розширення вже наявного бізнесу, тим самим сприяти додатковому залученню клієнтів і капіталу. Основними драйверами розвитку Інтернет-торгівлі можна вважати зростання конкуренції Інтернет-магазинів та динаміку розвитку електронних платежів. Існує понад 10 різновидів бізнес-моделей для Інтернет-торгівлі, але основними і найбільш популярними вважаються моделі: B2C – компанія - споживач; B2B – компанія-компанія; C2B – споживач - компанія; C2C – споживач-споживач [2, с. 165].

Інтернет-торгівля в Україні розвивається високими темпами. На онлайн-ринку України домінують місцеві компанії, такі як «Розетка», «Алло», «Мою», «OLX» та багато інших. До трійки найбільш відвідуваних e-commerce сайтів України входять OLX.ua, Rozetka.com.ua, Prom.ua. Більшість інтернет-покупців – молоді люди віком від 14 до 34 років з вищою освітою.

Проте існує низка проблем, які сповільнюють цей процес розвитку інтернет-торгівлі, а саме:

- 1) Відставання нормативно-правового забезпечення від сьогоденної ситуації у сфері інтернет-торгівлі.

- 2) Відсутність державних механізмів підтримки та стимулювання інтернет-торгівлі, зокрема, виведення з тіні та забезпечення безпечними інструментами.

- 3) Низьке використання потенціалу інтернет-торгівлі в таких сферах як постачання електроенергії, газу, водопостачання, будівництво, операції з нерухомим майном, професійна, наукова та технічна діяльність.

- 4) Низький рівень довіри у суспільстві до інструментів інтернет-торгівлі.

5) Відсутність підтримки механізмів кооперації підприємств з метою розробки методів, моделей та механізмів інтернет-торгівлі [3, с. 31].

Для подолання цих проблем в контексті подальшого розвитку інтернет-торгівлі в Україні необхідно [1, с. 31]:

1) продовжувати формування комунікаційної та телекомунікаційної інфраструктури, забезпечуючи інформаційну безпеку електронних форм взаємодії між суб'єктами господарювання;

2) переглянути та привести у відповідність чинну нормативну базу в галузі електронної комерції, забезпечити відкритість законопроектів для всіх зацікавлених сторін, оглядів та коментарів;

3) стимулювати розроблення онлайн-додатків для бізнесу, а також розвиток пошукових систем, орієнтованих на користувачів мобільних пристроїв;

4) організовувати заходи з навчання Інтернету та інформаційних технологій у бізнесі, включаючи заходи з використання інформаційних технологій для участі організацій в електронних аукціонах;

5) проводити серед громадян інформаційно-просвітницькі кампанії щодо розвитку інформаційно-комунікаційних технологій;

6) сприяти розвитку ринку електронних грошей та популяризації електронних гаманців, інформуючи користувачів про альтернативу використання готівки як доступного та зручного способу оплати.

#### **Список використаних джерел**

1. Бужимська К.О., Царук І.М. Розвиток інтернет-торгівлі в епоху цифровізації. *Держава та регіони. Серія : Економіка та підприємництво*. 2021. № 2, С. 27-31.

2. Гнатченко Д.Д., Гнатченко Т.О., Маляр В.А. Застосування сучасних інформаційних технологій для організації торгів. *Управління розвитком складних систем*. 2020. Вип. 41. С. 163-168.

3. Данило С.І. Роздрібна торгівля у мережі інтернет: виклики та перспективи розвитку. *Економіка. Фінанси. Право*. 2019. № 5(3). С. 28-31.