

Державний торговельно-економічний університет

Кафедра світової економіки

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

ІНТЕРНЕТ ТОРГІВЛЯ В МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ

(на матеріалах Асоціації Digital Ukraine , м. Київ)

Студентки 4 курсу, 14 групи,
спеціальності 292

«Міжнародні економічні
відносини»

ОП «Міжнародний бізнес»

підпис студента

Беседи Віталіни
Олександрівни

Науковий керівник

Кандидат економічних наук

Доцент кафедри

підпис керівника

Лежепьокова Вікторія
Геннадіївна

Гарант освітньої програми

Кандидат економічних наук

Доцент кафедри

підпис керівника

Лежепьокова Вікторія
Геннадіївна

Київ 2023

Державний торговельно-економічний університет

Факультет Міжнародної торгівлі та права Кафедра Світової економіки
Спеціальність 292 «Міжнародні економічні відносини»,
Освітня програма «Міжнародний бізнес»

Затверджую

Зав. кафедри Дугінець Г.В.

«__» _____ 2023 р

Завдання

на випускн кваліфікаційну роботу (проект) студентіві

Беседа Віталіна Олександрівна

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи (проекту)

Інтернет торгівля в міжнародному бізнесі

Затверджена наказом ректора від «__» _____ 20__ р. №__

2. Строк здачі студентом закінченої роботи (проекту)

24.05.2023

3. Цільова установка та вихідні дані до роботи (проекту)

Мета роботи (проекту)- теоретичне обґрунтування та розробка пропозицій щодо активізації розвитку Інтернет-торгівлі в міжнародному бізнесі.

Об'єкт дослідження - розвиток Інтернет-торгівлі в міжнародному бізнесі

Предмет дослідження - сукупність теоретичних та практичних аспектів Інтернет-торгівлі в міжнародному бізнесі

4. Перелік графічного матеріалу : 4 таблиці та 12 рисунків.

5. Консультанти по роботі (проекту) із зазначенням розділів, за якими здійснюється консультування:

Розділ	Консультант (прізвище, ініціали)	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв

6. Зміст випускної кваліфікаційної роботи (проекту) (перелік питань за кожним розділом)

Вступ

Розділ 1. Теоретичні та прикладні аспекти Інтернет-торгівлі в міжнародному бізнесі

1.1 Сутність та роль Інтернет-торгівлі в міжнародному бізнесі

1.2 Аналіз динаміки розвитку Інтернет-торгівлі в Україні та світі

Висновки до розділу 1.

Розділ 2. Рекомендації щодо розвитку Інтернет-торгівлі Асоціації «Digital Ukraine»

2.1 Дослідження стану Інтернет-торгівлі підприємств- членів Асоціації «Digital Ukraine»

2.2 Пропозиції щодо активізації Інтернет-торгівлі за участі Асоціації «Digital Ukraine»

Висновки до розділу 2.

Висновки та пропозиції

Список використаних джерел

7. Календарний план виконання роботи (проекту)

№ пор.	Назва етапів випускної кваліфікаційної роботи (проекту)	Строк виконання етапів роботи	
		за планом	фактично
1	2	3	4
1	Визначення напрямку дослідження та затвердження теми ВКР	до 20.12.2022	
2	Узгодження плану ВКР з науковим керівником	до 10.02.2023	
3	Подача науковому керівнику на рецензування 1-го розділу ВКР	до 10.04.2023	
4	Подача науковому керівнику на рецензування 2-го розділу ВКР	до 20.05.2023	
5	Подача готової ВКР науковому керівнику	до 26.05.2023	
6	Подача готової ВКР на кафедру	до 30.05.2023	
7	Попередній захист ВКР	30.05.– 10.06.2023	
8	Захист ВКР	за графіком з 13.06.2023	

8. Дата видачі завдання «___» _____ 20__ р.

9. Керівник випускної кваліфікаційної роботи (проекту)

Лежетько В.Г. _____

10. Керівник освітньої програми

Лежетько В.Г. _____

11. Завдання прийняв до виконання студент

Беседа В.О. _____

12. Відгук керівника випускної кваліфікаційної роботи (проекту)

Випускна кваліфікаційна робота Беседи В.О. присвячена дослідженню Інтернет торгівлі в міжнародному бізнесі. Роботу виконано за матеріалами Асоціації *Digital Ukraine*, м. Київ.

У першому розділі було визначено сутність та роль Інтернет-торгівлі в міжнародному бізнесі. Цікавою частиною роботи є аналіз динаміки розвитку Інтернет-торгівлі в Україні та світі.

У другому розділі досліджено стан Інтернет-торгівлі підприємств-членів Асоціації «Digital Ukraine». Зроблено висновок, що членство в Асоціації надає змогу ефективним чином представляти інтереси компаній-учасників в українських і міжнародних організаціях; підтримує створення сприятливих фінансово-економічних умов розвитку компаній-учасників; надає допомогу в організації процесів сертифікації та ліцензування; захищає її інтереси; надає правовий захист; організовує методичну, технічну та інформаційну підтримку. На основі проведеного дослідження представлено пропозиції щодо активізації Інтернет-торгівлі за участі Асоціації «Digital Ukraine».

Випускна кваліфікаційна робота є комплексною, глибоко розкриває обрану тематику, відповідає встановленим вимогам та рекомендована до захисту.

Керівник випускної кваліфікаційної роботи (проекту)

Лежетько В.Г. _____

(підпис, дата)

13. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу (проект)

Випускна кваліфікаційна робота (проект) студентки Беседи Віталіни Олександрівни може бути допущена до захисту екзаменаційній комісії.

Керівник освітньої програми _____

(підпис, прізвище, ініціали)

Завідувач кафедри _____

(підпис, прізвище, ініціали)

АНОТАЦІЯ

Беседа Віталіна Олександрівна. Інтернет торгівля в міжнародному бізнесі.

Випускна кваліфікаційна робота присвячена теоретичним та прикладним аспектам розвитку Інтернет-торгівлі в міжнародному бізнесі.

Розкрито сутність та роль Інтернет-торгівлі в міжнародному бізнесі, з'ясовані законодавчі аспекти даного питання, висвітлені основні її форми, переваги та недоліки. Проаналізована динаміка розвитку Інтернет-торгівлі в Україні та світі, окреслені тенденції її розвитку.

На підставі проведеного дослідження надані рекомендації членам Асоціації «Digital Ukraine» стосовно розвитку Інтернет-торгівлі за її безпосередньої участі.

Ключові слова: Інтернет торгівля, онлайн продажі, міжнародний бізнес, асоціація, розвиток, члени, тенденції.

ANNOTATION

Beseda Vitalina. Internet trade in international business.

Graduation thesis is devoted to theoretical and applied aspects of the development of Internet trade in international business.

The essence and role of Internet trade in international business is revealed, the legislative aspects of this issue are clarified, its main forms, advantages and disadvantages are highlighted. The dynamics of the development of Internet trade in Ukraine and the world are analyzed, the trends of its development are outlined.

On the basis of the conducted research, recommendations were given to the members of the "Digital Ukraine" Association regarding the development of Internet trade with its direct participation.

Keywords: Internet trade, online sales, international business, association, development, members, trends.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	2
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ ІНТЕРНЕТ-ТОРГІВЛІ В МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ.....	3
1.1.Сутність та роль Інтернет-торгівлі в міжнародному бізнесі	5
1.2.Аналіз динаміки розвитку Інтернет-торгівлі в Україні та світі	11
Висновки до розділу 1.	16
РОЗДІЛ 2 РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО РОЗВИТКУ ІНТЕРНЕТ-ТОРГІВЛІ АСОЦІАЦІЇ «DIGITAL UKRAINE»	18
2.1.Дослідження стану Інтернет-торгівлі підприємств-членів Асоціації «Digital Ukraine»	18
2.2.Пропозиції щодо активізації Інтернет-торгівлі за участі Асоціації «Digital Ukraine»	27
Висновки до розділу 2	31
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	33
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	36
ДОДАТКИ.....	39

SCIENTIA DIFFICILIS SED FRUCTUOSA

ВСТУП

Актуальність теми. Кінець ХХ ст. – початок ХХІ ст. охарактеризувався бурхливим розвитком інформаційних технологій та появою на початку 90-х рр. ХХ ст. в житті людства Інтернету. Лише за два десятки років комерційна діяльність в Інтернеті стає для індустріально розвинутих країн реальною і високоприбутковою формою товарно-грошових відносин, яка активно впроваджується у всі галузі економіки. Компанії, що першими визнали необхідність запровадження електронної комерції і використання Інтернету у своїй діяльності отримали значні конкурентні переваги та швидкий доступ до інформації, грошей та товарів [12].

Відсутність діяльності будь-якого характеру у всесвітній мережі для підприємства вже нині розцінюється як недолік. Нестача часу у споживачів, зручність, швидкість замовлень змушує людство все більше придбавати роботи через Інтернет, а це, в свою чергу, зумовлює ще більший розвиток Інтернет-торгівлі [15].

Інтернет-торгівля для багатьох суб'єктів міжнародного бізнесу сьогодні є особливо важливою та необхідною, а інколи і єдиним способом утримання конкурентних позицій на ринку. Вона надає можливості підвищити ефективність маркетингового просування, розширити канали дистрибуції, покращити клієнтський сервіс, оптимізувати фінансові витрати. Отже, в контексті зазначеного вище тема даної кваліфікаційної роботи є дуже актуальною.

Теоретичні та практичні аспекти Інтернет-торгівлі були предметом дослідження значної кількості науковців, зокрема таких, як: Плескач В.Л., Соколов В.О., Затонацька Т.Г., Меджибовська Н.С., Міщук І.П., Ребицький В.М., Макарова М.В., Маєвська Н.А., П'ятницька Г.Т., Апопій В.В., Міщук І.М. та багатьох інших. Незважаючи на значні доробки в даному напрямку, сфера Інтернет-торгівлі розвивається неймовірними темпами, тому виникає потреба в оновленому дослідженні її розвитку, що доводить актуальність обраної теми.

Метою випускної кваліфікаційної роботи є теоретичне обґрунтування та розробка пропозицій щодо активізації розвитку Інтернет-торгівлі в міжнародному бізнесі. Відповідно до зазначеної мети в роботі були поставлені наступні завдання:

- з'ясувати сутність та роль Інтернет-торгівлі в міжнародному бізнесі;
- проаналізувати динаміку розвитку Інтернет-торгівлі в Україні та світі;
- дослідити стан Інтернет-торгівлі підприємств, членів Асоціації «Digital Ukraine»;
- обґрунтувати пропозиції щодо активізації Інтернет-торгівлі за участі Асоціації «Digital Ukraine».

Об'єктом дослідження випускної кваліфікаційної роботи є розвиток Інтернет-торгівлі в міжнародному бізнесі.

Предметом дослідження виступає сукупність теоретичних та практичних аспектів Інтернет-торгівлі в міжнародному бізнесі.

Методи дослідження. У випускній кваліфікаційній роботі з метою розв'язання поставлених завдань були використані наступні методи дослідження: узагальнення, аналізу, синтезу, порівняння, пояснення, системний та комплексний підходи, статистичні методи та прийоми економічного аналізу, графічний і табличний метод.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ ІНТЕРНЕТ-ТОРГІВЛІ В МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ

1.1 Сутність та роль Інтернет-торгівлі в міжнародному бізнесі

Поява та стрімкий розвиток Інтернету значним чином вплинули на розвиток бізнесу, надавши можливості розширення діапазону комерційних відносин за допомогою його інструментів. Сьогодні торгівля через Інтернет стала фактично повсякденними відносинами між юридичними та фізичними особами різних країн світу. Зокрема, на міжнародній арені відбулося утворення нових форм суспільних відносин між виробниками, посередниками та споживачами послуг за допомогою глобальних інформаційних технологій та електронних мереж високошвидкісної передачі даних.

Отже, розвиток Інтернет-технологій докорінним чином модернізував методи роботи практично всіх компаній світу, особливо в галузі високих технологій; всесвітня мережа надала можливість транснаціональним компаніям знизити витрати засобами побудови ланцюгів, які пов'язують корпоративне регулювання пропозиції та попиту; обслуговувати покупців на більш високому рівні, вести свою діяльність в раніше недоступних з географічних причин регіонах, створюючи нові ринки праці та капіталу, докорінно переглянути власне характер діяльності.

Надзвичайно великий комерційний потенціал Інтернет-торгівлі відкриває нові можливості для ведення бізнесу на міжнародному рівні.

Доцільно відзначити, що в науковій літературі, незважаючи на доволі нетривале існування даного поняття, присутня значна кількість його трактувань. Крім того, одні науковці його ототожнюють з поняттями «електронна торгівля», «дистанційна торгівля», «е-торгівля», «електронна комерція», інші навпаки розрізняють. Зважаючи на значну кількість трактувань та з метою формування власної думки, доцільно проаналізувати наукову літературу.

Таблиця 1.1

Трактування сутності Інтернет-торгівлі в наукових джерелах

Автор, джерело	Сутність поняття
Європейська комісія, COT, Міжнародний союз електрозв'язку, ОЕСР, ЮНКТАД [31]	«Інтернет-торгівля – це організація процесу товарно-грошового обміну у формі купівлі-продажу на базі електронних технологій».
Комісія ООН з міжнародного торгового права (UNCITRAL) [30]	«Інтернет-торгівля – це організація і технологія купівлі-продажу товарів, послуг електронним способом з використанням телекомунікаційних мереж та електронних фінансово-економічних інструментів».
Макарова М.В. [12]	«Інтернет-торгівля – це форма поставки продукції, при якій вибір і замовлення товарів проводяться з використанням технологій Інтернет, а розрахунок між покупцем і постачальником здійснюється з використанням електронних документів або засобів платежу».
Ткаченко С.О. [22]	«Інтернет торгівля - це специфічна форма реалізації, заснована на системі знань щодо обороту товарів на основі інформаційних технологій, що інтегрує торговельну діяльність у внутрішньому та зовнішньому середовищі підприємства, підкоряючись міжнародним правилам торгівлі та базується на глобальній ієрархічно організованій електронній системі».
Олефіренко В. В.[13]	«Інтернет торгівля - це процес купівлі-продажу товарів, послуг, інформації за допомогою електронних засобів, таких як мобільні додатки та Інтернет».

Джерело: побудовано автором на аналізі літературних джерел

Найбільш часто у напрацюваннях науковців зустрічаються використання таких сутнісних рис Інтернет-торгівлі: господарська діяльність у сфері електронної купівлі-продажу, обіг товарів на основі інформаційних технологій.

На підставі аналізу наукової літератури, в межах даного дослідження будемо вважати Інтернет-торгівлю однією з складових електронної комерції, видом діяльності купівлі-продажу, товарообміну та надання послуг за допомогою всесвітньої мережі Інтернет, де по закінченню електронної дії відбувається передача права користування або права власності речовим товаром або послугою покупцеві.

Основними суттєвими рисами Інтернет-торгівлі, яку пропоную розглядати у площині електронної комерції, є:

- вона є специфічною високоєфективною формою товарно-грошових відносин, господарською діяльністю у сфері електронної купівлі-продажу;
- обопільною комунікацією між продавцями та покупцями продукту чи послуги в мережі Інтернет;
- є формою здійснення електронних правочинів;
- обігом товарів на основі інформаційних технологій [11].

Доцільно відзначити, що Інтернет-торгівля надає можливість підприємствам більш гнучко та ефективно здійснювати транскордонні операції, більш тісніше взаємодіяти з глобальними постачальниками та швидко реагувати на очікування та запити замовників. Суб'єкти господарювання отримують можливість обрати постачальника, незважаючи на його географічне розташування; більше того, мають широкі можливості виходу на закордонний ринок з власними товарами та послугами.

В межах даного дослідження, варто назвати основні організації, які здійснюють нормотворчу діяльність в сфері Інтернет-торгівлі. До них належать: СОТ, ЮНСІТРАЛ, ЮНКТАД, ВМО, ОЕСР, ЄС, ВОІВ та інші.

До основних міжнародних та вітчизняних законодавчих актів регулювання даної сфери діяльності відносяться: Закон «Про електронну торгівлю» [19], Декларація про глобальну електронну комерцію, Конвенція «Про використання електронних повідомлень у міжнародних угодах» та інші [13].

На сьогодні в уявленні більшості людей, Інтернет-торгівля виступає в якості взаємодії між бізнесом і споживачем (B2C), однак варто відзначити наявність безлічі інших її типів. Відповідно до основних суб'єктів, в якості яких виступає держава, компанії та споживачі, форми Інтернет-торгівлі класифікуються наступним чином. Основними формами Інтернет-торгівлі є B2B, B2C, C2C, B2G, C2G, E2E, B2E. Розглянемо коротко деякі з них. (Додаток А)

Зокрема, B2C або бізнес-споживач, — це модель роздрібною торгівлі, за якої продукти або послуги переміщуються безпосередньо від підприємства до кінцевого користувача, який придбав товари чи послуги для особистого

використання. Її часто протиставляють моделі «бізнес-бізнес» (B2B). На сьогодні це найбільший ринок Інтернет-торгівлі, найбільш популярна модель, процес прийняття рішень щодо купівлі в якій є набагато коротшим, ніж B2B. Споживач може заходити на веб-сайти компаній та переглядати товари, фотографії, читати відгуки, робити замовлення, після чого компанія здійснює відвантаження товару безпосередньо до кінцевого споживача [13].

B2B являє собою модель обміну або продаж товарів/послуг чи інформації між компаніями, тобто не включає в цей процес кінцевих споживачів товару чи послуги. Інакше кажучи, компанії ведуть бізнес між собою, без участі кінцевого споживача та здійснюють продаж товарів або послуг, для прикладу, виробнику, і оптовому торговцю, оптовому і роздрібному продавцям. Зазвичай, з використанням даної моделі здійснюється продаж таких товарів, як сировина, програмне забезпечення та інші. Транзакції B2B, як правило, мають довший цикл продажів, проте вищу вартість замовлення і більшу кількість повторюваних купівель [14]. В якості прикладу даної моделі Інтернет-торгівлі можна навести веб-сайти Інтернет-банкінгу, які здійснюють обслуговування міжфірмових операцій, сайти автомобільної промисловості, коли одна сторона купує у інших запчастини, шини тощо [24].

Розглянемо модель C2C. Вона являє собою взаємодію користувачів з метою обміну досвідом, комерційною інформацією, аукціонною торгівлею між фізичними особами. Під час використання форми C2C посередниками можуть виступати маркетплейси, діяльність яких зосереджується на створенні спеціальних платформ для надання послуг продавцям та покупцям. Найбільш відомими прикладами глобальних маркетплейсів є Amazon та Alibaba Group, eBay, Etsy [21].

C2B – модель Інтернет-торгівлі, при якій фізичні особи чи підприємці здійснюють операції або взаємодію з компанією або декількома компаніями. Інакше кажучи, підприємства, використовуючи модель C2B, надають дозвіл приватним особам здійснювати продаж товарів та послуг компаніям. В досліджуваній моделі Інтернет-торгівлі сайт може надати можливість клієнтам

опублікувати роботу, яку вони хочуть виконати, і запропонувати бізнесу заявку на можливість вибору. До цієї моделі належать також послуги афілійованого маркетингу. До конкурентних переваг зазначеної моделі відноситься ціноутворення на послуги та товари, тобто споживач має право називати свою ціну, змушувати компанії безпосередньо конкурувати за задоволення своїх потреб [25].

На інших моделях детально ми зупинятися не будемо внаслідок обмеженості в обсягах даної роботи, лише відзначимо, що сьогодні з'явилася вже нова модель розвитку Інтернет-торгівлі «безпосередньо до споживачів» (D2C), тобто компанії продають власний товар безпосередньо своєму кінцевому споживачу без роздрібного продавця, дистриб'ютора або оптового продавця. До найбільш популярних каналів продажу моделі D2C є такі платформи, як Instagram, Pinterest, Facebook та інші [24].

До принципів успішної Інтернет-торгівлі відносяться:

- ефективний захист інтелектуальної власності;
- вільна та відкрита міжнародна торгівля;
- інтерактивна довіра;
- вкладення в відповідну інфраструктуру.

Переваги Інтернет-торгівлі показані на рис.1.1.

Отже, переваги розвитку Інтернет-торгівлі в міжнародному бізнесі є очевидними, однак поряд з ними є і певні недоліки, а саме ризики, які пов'язані з діями кіберзлочинців, втратою конфіденційності інформації, збільшенням тиску зарубіжних конкурентів на місцевий бізнес, безпекою та якістю товарів та послуг.

Таким чином, сьогодні Інтернет-торгівля відіграє важливу роль у міжнародному бізнесі і досить швидкими темпами зростає. З кожним днем все більше роздрібних торговців переходять до онлайн-продажів, тоді як підприємці-початківці починають свою діяльність одразу з Інтернет-торгівлі. Це

одна з найбільш важливих технологій сучасного світу, яка забезпечує значні темпи зростання економіки країни.

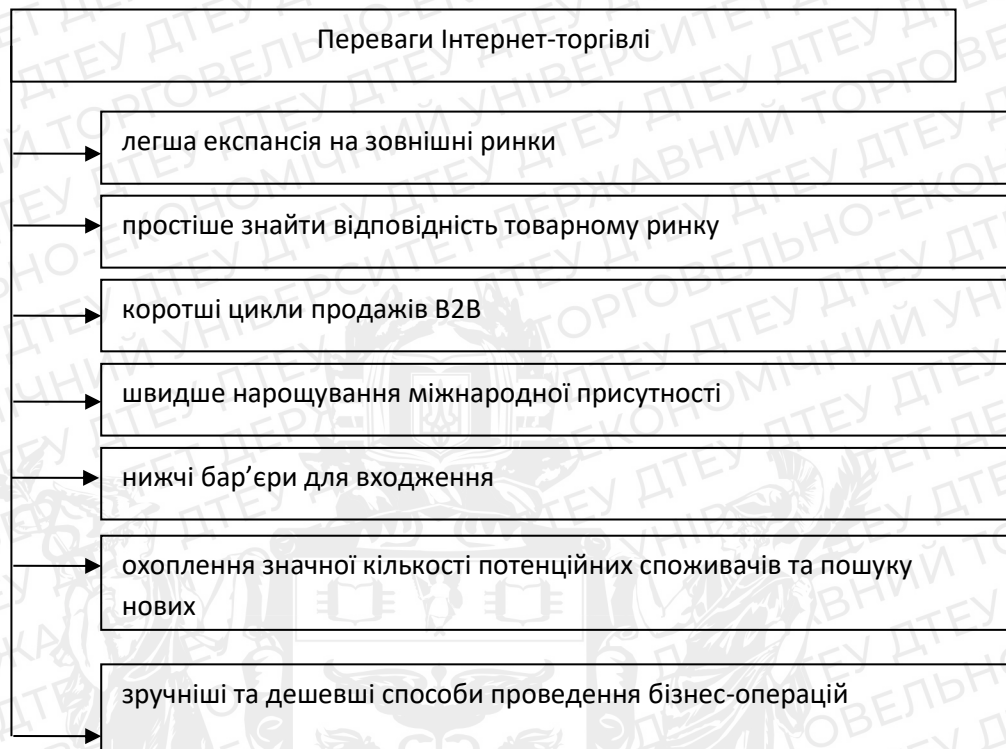


Рис.1.1. Переваги Інтернет-торгівлі в міжнародному бізнесі

Джерело: створено автором

Для сучасного бізнесу Інтернет-торгівля вирішує дуже важливу задачу по зростанню конкурентоспроможності компаній, тому що надає можливості використання досягнень науково-технічного прогресу в галузі інформаційних технологій, чим надає можливість суб'єктам господарської діяльності швидко і без посередників знаходити комерційного партнера з мінімальними витратами.

Інтернет-торгівля відкриває міжнародний ринок як для клієнта, так і для ділової людини. Клієнту є доступними різні варіанти купівлі найкращого товару на його власний вибір за ціною, яка його влаштовує. Завдяки цифровізації Інтернет-торгівля розвивається неймовірно швидкими темпами і надає безмежні можливості як споживачам, так і бізнесу.

1.2 Аналіз динаміки розвитку Інтернет-торгівлі в Україні та світі

Зважаючи на міжнародні дослідження, на сьогодні можна виокремити три стадії розвитку Інтернет-торгівлі в світі:

- зрілий ринок – до нього належать країни, частка ринку Інтернет-торгівлі яких складає 9,5%, більш як 55% населення даних країн є Інтернет-покупцями; це країни з швидким розвитком мереж та використанням інформаційних технологій - Великобританія, США, Німеччина;

- ринок середнього розвитку - до нього належать країни, частка ринку Інтернет-торгівлі яких складає від 6,5% до 9,5%, більш як 45% населення даних країн є Інтернет-покупцями; мобільні пристрої для здійснення покупок через Інтернет використовуються дещо рідше – Нідерланди, Швеція, Франція;

- незрілий ринок – з часткою ринку менше 6,5%, розвиток Інтернет-торгівлі є нерівномірним, прикладами таких країн є ринки Польщі, Італії тощо [20].

Внаслідок постійного зростання доступу до Інтернету на світовому рівні спостерігається збільшення Інтернет-торгівлі в міжнародній системі роздрібної торгівлі. За даними статистичного відомства Statista станом на кінець 2022 року світовий обсяг роздрібною продажу засобами Інтернет-торгівлі склав 5,24 трл.дол, що складає 20,4% від загального обсягу продажів (рис.1.1).

Зокрема, порівняно з 2021 роком зростання роздрібних продажів засобами Інтернет-торгівлі становило 10,9%, очікується, що в 2023 році даний показник становитиме 5,908 млрд.дол, тобто зросте на 8,9% та складатиме 21,1% загального обсягу продажів [28].

Таким чином, відповідно до наведених даних, в подальшому очікується зростання у світовому вимірі роздрібних продажів та частки продажів засобами Інтернет-торгівлі.

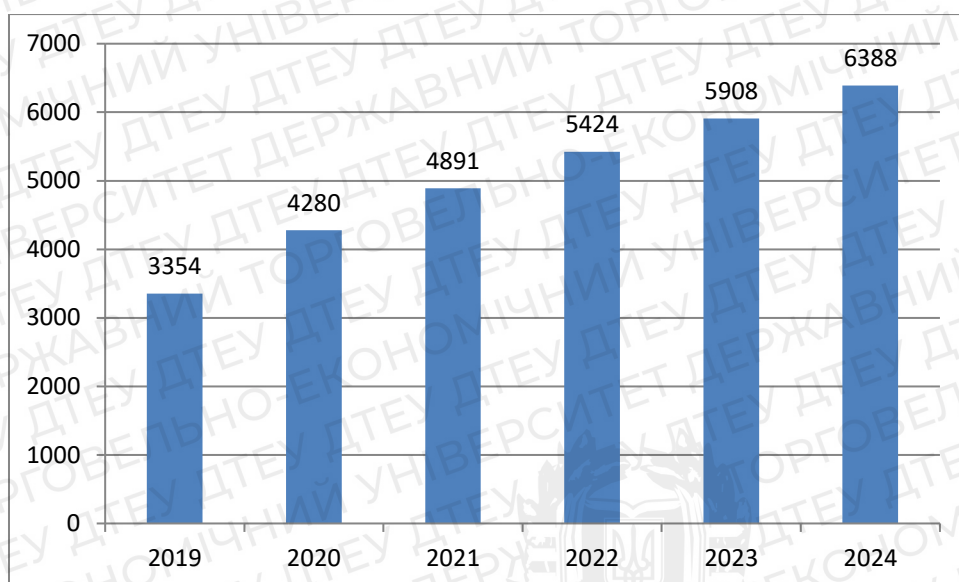


Рис.1.1 Динаміка роздрібних продажів засобами Інтернет-торгівлі в 2019-2022 рр. та прогноз на 2023-2024 рр., млрд.дол.

Джерело: сформовано за [28]

Відзначимо, що на частку країн з найбільшими обсягами Інтернет-торгівлі припадає 88,6% всього світового обсягу даної галузі, при цьому частка трійки лідерів, до яких відносяться Китай, США та Велика Британія складає приблизно 75,9% [33].

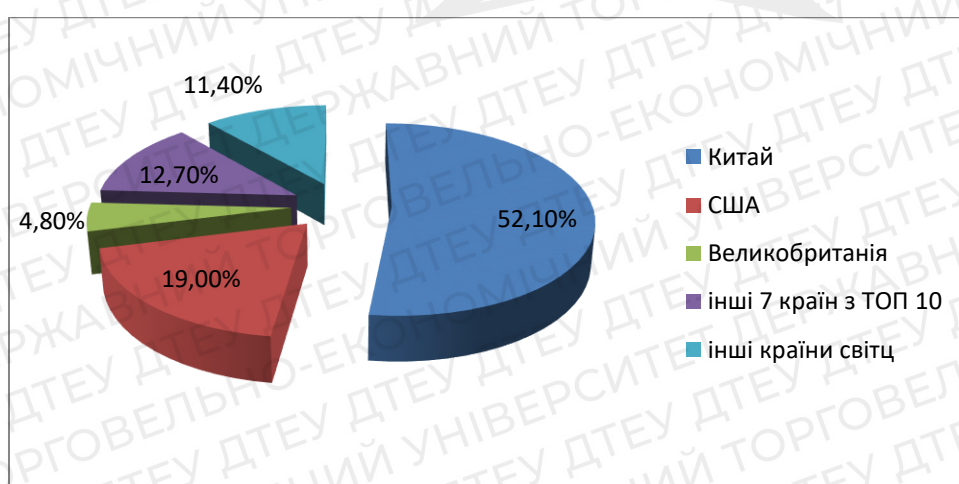


Рис.1.2 Частка країн роздрібних продажів засобами Інтернет-торгівлі в 2021 році, у %

Джерело: сформовано за [33]

Найбільший ринок Інтернет-торгівлі, обсягом 2,56 трлн. дол. належить Китаю. У 2021 р. близько 24,5% загального обсягу роздрібного продажу в Китаї припало на Інтернет-торгівлю, даний ринок залишається одним з ринків, що найбільш швидко розвиваються в світі. Відповідно до прогнозів ринок Інтернет-торгівлі Китаю до 2025 року зросте до 4 трлн. Дол [33].

В країні активно розвивається міжнародна Інтернет-торгівля через Інтернет-майданчики Alibaba Group, JD.com та інші маркетплейси. З 2017 по 2021 р. середньозважені темпи зростання ринку Інтернет-торгівлі Китаю склали близько 17,5% [28].

Обсяг ринку Інтернет-торгівлі США за підсумками 2021 р. склав від 870 до 930 млрд.дол., збільшившись порівняно з 2020 р. на 14,2%. Середньозважене зростання Інтернет-торгівлі у США з 2014 по 2019 р. склало 14,2%. Найбільш популярними американськими маркетплейсами є: Amazon, eBay, Walmart [28].

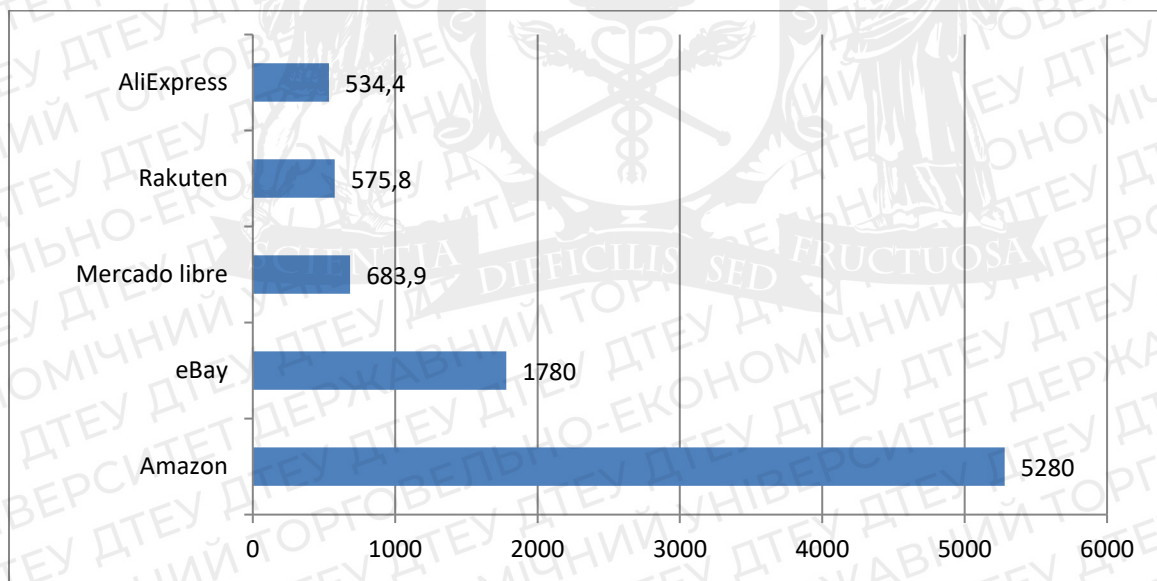


Рис.1.3 Провідні веб-сайти роздрібною торгівлею у світі за відвідуваністю у 2021 році, млн.осіб в середньому за місяць

Джерело: сформовано за [33]

Як вже було зрозуміло з наведеного вище, в розвитку Інтернет-торгівлі важливу роль відіграють маркетплейси як у окремих країнах, так і в усьому світі. Згідно зі статистичними даними аналітичного агентства Digital Commerce 360, у 2021 р. обсяг купівель на 100 найбільших світових Інтернет-майданчиках (49 з

яких перебувають у США) становив близько 3,23 трлн. дол., що дорівнює 65% обсягу світового ринку Інтернет-торгівлі. При цьому за 2021 р. валовий продаж товарів через маркетплейси зріс на 18%.

В межах даного дослідження, зважаючи на прагнення України стати повноцінним партнером ЄС, важливо коротко зупинитися на розвитку європейського ринку Інтернет торгівлі. Загалом, у 2021 році обсяг ринку Інтернет-торгівлі європейських країн зріс до 718 млрд євро з темпом зростання 13%. У 2022 р. прогнозується продовження темпів зростання. Інтернет торгівля в Європі представлена більш як 150 000 компаніями, що продають товари та послуги через Інтернет.

Отже, розглянувши світовий ринок Інтернет-торгівлі, перейдемо до аналізу безпосередньо українського ринку. Відразу відзначимо, що війна в Україні значним чином вплинула на обсяги Інтернет-торгівлі [6]. Аналізуючи дані Statista, ринок Інтернет-торгівлі в Україні останніми роками до військового вторгнення показував стабільне зростання (рис.1.4).

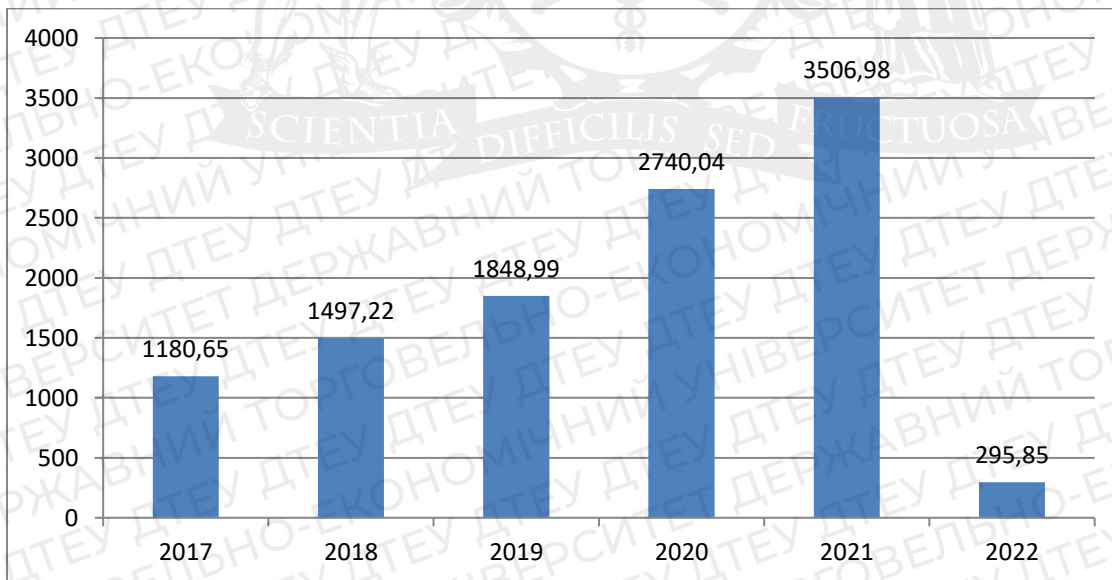


Рис.1.4 динаміка ринку Інтернет-торгівлі в Україні протягом 2017-2022рр., млн. дол.

Джерело: сформовано за [28]

Отже, як видно з рис.1.4, в 2021 році ринок Інтернет торгівлі в Україні склав 3506,98 млн.дол., що більше на 27,99%, порівняно з 2020 роком. Однак,

у 2022 році на тлі військових дій обсяги Інтернет-торгівлі в Україні скоротилися в 12 разів та склали лише 295,85 млн. дол. Особливе скорочення відзначається у сегментах моди, іграшок, меблів, електроніки тощо [28].

Якщо вдатися до аналізу даних на перспективу, то прогнози є доволі оптимістичними, відповідно до очікувань обсяги ринку Інтернет-торгівлі в Україні в 2023 році зростуть до рівня 2672,05 млн.дол, тобто досягнуть рівня 2020 року, у 2025 році – 4039,53 (Додаток Б).

Проаналізуємо середній дохід компаній з одного користувача, зокрема найвищий дохід спостерігався в 2021 році в сфері харчових продуктів - 137,3 дол., приріст з 2020 роком склав 36,35%; в сфері електроніки в 2021 році дохід становив 92,37 дол., приріст з 2020 роком склав 5,45%; в сфері моди – 80,81 дол. в 2021 році (рис.1.5) [31]. Зважаючи на військові дії, зазначені показники різко впали у 2022 році, однак на майбутнє прогнозується по закінченню військових дій зростання доходів бізнесу.

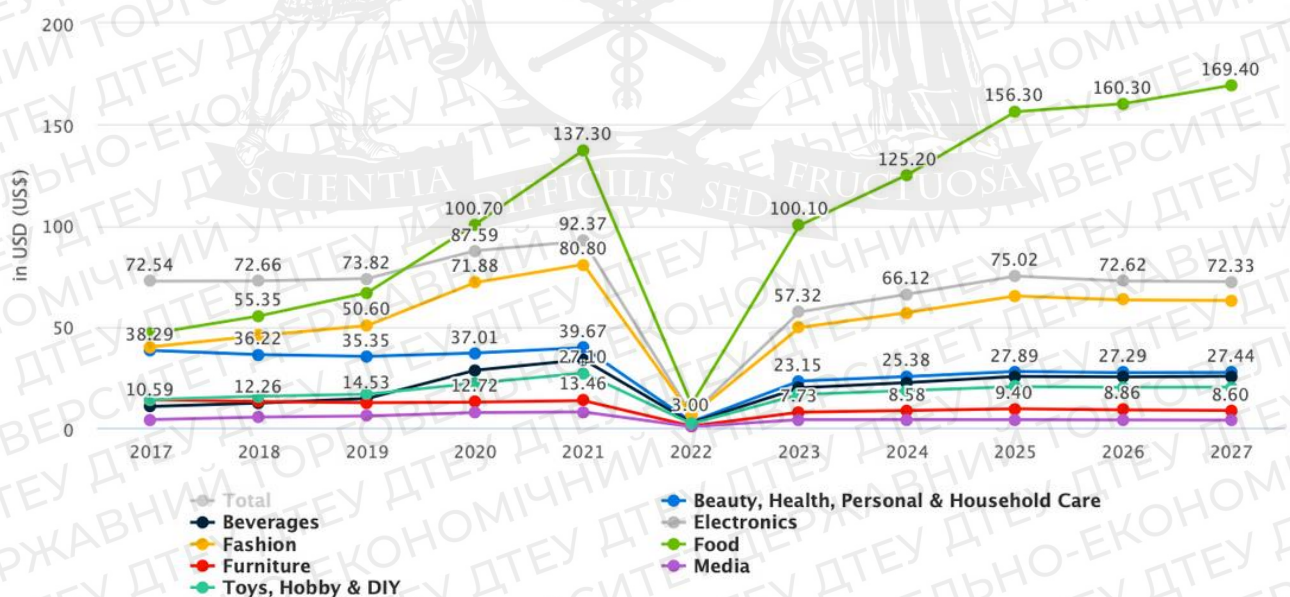


Рис.1.5 Динаміка доходу компаній ринку Інтернет-торгівлі в Україні протягом 2017-2022рр. та прогноз на 2023-2027 рр., млн. дол.

Джерело: сформовано за [31]

Аналізуючи сучасний стан та прогнози, можна відзначити, що найважчі часи для розвитку українського ринку Інтернет-торгівлі вже позаду, навіть, якщо військові дії і триватимуть у 2023 році, ринок буде зростати.

Отже, проведений аналіз дозволяє говорити, що ринок Інтернет-торгівлі перетворюється на глобальну систему, значна кількість підприємств втілюють в життя багатоканальні стратегії та пропонують покупцям зручні способи купівлі товарів.

Найбільш ефективними методами залучення покупців до купівлі засобами Інтернет-торгівлі є програми лояльності, створення спільнот тощо. Лідером за темпами розвитку Інтернет-торгівлі наразі є Китай, від розвитку якого багато в чому буде залежати і подальший розвиток Інтернет-торгівлі в усьому світі.

Висновки до розділу 1.

Дослідження теоретичних та прикладних аспектів Інтернет-торгівлі в міжнародному бізнесі надало можливості для наступних висновків.

1. Інтернет-торгівля – це одна з складових електронної комерції, вид діяльності купівлі-продажу, товарообміну та надання послуг за допомогою всесвітньої мережі Інтернет, де по закінченню електронної дії відбувається передача права користування або права власності речовим товаром або послугою покупцеві.

2. Відповідно до основних суб'єктів, в якості яких виступає держава, компанії та споживачі, форми Інтернет-торгівлі класифікуються наступним чином: B2B, B2C, C2C, B2G, C2G, E2E, B2E.

3. До основних переваг Інтернет-торгівлі в міжнародному бізнесі були віднесені: легша експансія на зовнішні ринки, нижчі бар'єри для входження, зручніші та дешевші способи проведення бізнес-операцій та ін. До недоліків: ризику, які пов'язані з діями кіберзлочинців, втратою конфіденційності інформації, збільшенням тиску зарубіжних конкурентів на місцевий бізнес, безпекою та якістю товарів та послуг.

4. Дослідження показало, що світовий ринок Інтернет-торгівлі в міжнародній системі роздрібної торгівлі постійно зростає, станом на кінець 2022 року світовий обсяг роздрібного продажу засобами Інтернет-торгівлі склав 5,24 трл.дол, що складає 20,4% від загального обсягу продажів. До трійки лідерів ринку відносяться Китай, США та Велика Британія.

5. Ринок Інтернет-торгівлі в Україні в 2021 році складав 3506,98 млн.дол., що більше на 27,99%, порівняно з 2020 роком. Однак, у 2022 році на тлі військових дій обсяги Інтернет-торгівлі в Україні скоротилися в 12 разів та склали лише 295,85 млн. дол.

6.Проведений аналіз дозволяє говорити, що ринок Інтернет-торгівлі перетворюється на глобальну систему, значна кількість підприємств втілюють в життя багатоканальні стратегії та пропонують покупцям зручні способи купівлі товарів.

РОЗДІЛ 2

РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО РОЗВИТКУ ІНТЕРНЕТ-ТОРГІВЛІ АСОЦІАЦІЇ «DIGITAL UKRAINE»

2.1. Дослідження стану Інтернет-торгівлі підприємств-членів Асоціації «Digital Ukraine»

Асоціація «Digital Ukraine» була заснована в 2014 році з метою формування професійного середовища в ІТ-індустрії, а також в напрямках інформаційної безпеки і захисту персональних даних. Це недержавна некомерційна організація, загальні відомості про яку наведено у табл. 2.1.

Таблиця 2.1

Загальні відомості про асоціацію «Digital Ukraine»

№ з/п	Ознака	Характеристика
1.	Повне найменування юридичної особи	АСОЦІАЦІЯ ДІДЖИТАЛ Україна
2.	Скорочена назва	АСОЦІАЦІЯ "ДІДЖИТАЛ УКРАЇНА"
3.	Код ЄДРПОУ	39345112
4.	Дата реєстрації	11.08.2014 (8 років 6 місяців)
5.	Керівник	Колченогова О.К.
6.	Розмір статутного капіталу, грн.	0,00 грн.
7.	Організаційно-правова форма	Асоціація
8.	Форма власності	Недержавна власність
9.	Види діяльності	Основний: 62.02 Консультування з питань інформатизації
10.	Юридична адреса	Інші: <ul style="list-style-type: none"> • 62.09 Інша діяльність у сфері інформаційних технологій і комп'ютерних систем • 63.99 Надання інших інформаційних послуг, н.в.і.у. • 70.22 Консультування з питань комерційної діяльності й керування
11.	Адреса WEB-сайту	https://digitalua.org

Джерело: складено автором на основі даних Асоціації [1]

Асоціація складається з наступних комітетів: комітет з захисту персональних даних та GDPR, комітет з кібербезпеки, комітет з розвитку зелених технологій та інновацій, комітет з освіти [1].

Мета Асоціації полягає в наступному : професійний нетворкінг; представлення та захист інтересів; крос-брендінг; міжнародна співпраця; підвищення професійної кваліфікації співробітників компаній – членів асоціації.

До основних завдань асоціації «Digital Ukraine» відносяться (рис.2.1).

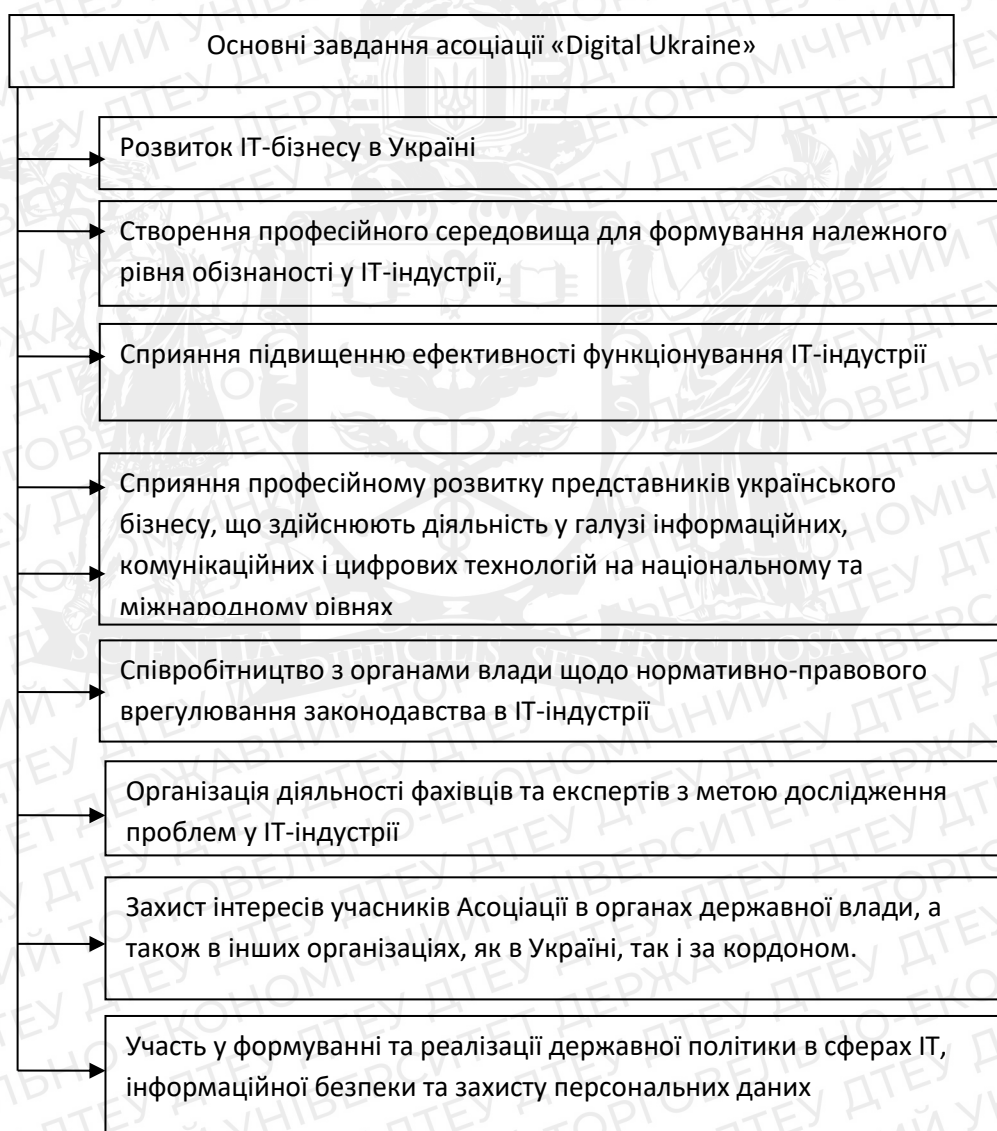


Рис.2.1. Основні завдання асоціації «Digital Ukraine»

Джерело: складено автором на основі даних Асоціації [1]

На сьогоднішній день Асоціація об'єднує понад 10 українських компаній. Члени асоціації «Digital Ukraine» є юридичними особами, які об'єднали свої зусилля заради того, щоб реалізувати мету завдання Асоціації. Членом Асоціації може бути будь-яка юридична особа, яка функціонує в галузі ІТ чи у сфері інформаційної безпеки як на міжнародному, так і на національному рівнях або ж її діяльність пов'язана з обробкою персональних даних [1]:

- контролери та оператори з обробки персональних даних;
- системні інтегратори, які активно працюють на внутрішньому ринку;
- вендори (профільні компанії);
- продуктові ІТ-компанії;
- аутсорсингові компанії, які працюють на внутрішньому ринку України та за кордоном;
- інші компанії, які у своїй господарській діяльності збирають, зберігають та обробляють персональні дані громадян ЄС, зокрема медичні заклади, авіакомпанії, освітні заклади, страхові компанії, банки, готельні комплекси, туристичні оператори та агенти тощо.

Органами управління Асоціацією є Загальні збори членів Асоціації, Правління та Ревізійна комісія (Ревізор). Асоційований член Асоціації має право: брати участь у заходах, що організуються та проводяться нею; брати участь в обговоренні питань на засіданнях її органів управління і без права участі в голосуванні.

Відповідно до Статуту, кошти Асоціації формуються з членських та цільових (майнових та немайнових) внесків її членів, будь-яких внесків фізичних осіб, незаборонених законодавством, спонсорських внесків, грантів і пожертвувань, фінансової підтримки програм, а також пасивних доходів, та/або дотацій або субсидій, отриманих з державного або місцевого бюджету, в межах благодійної допомоги відповідно до міжнародних договорів

Внески членів Асоціації можуть здійснюватися у формі грошей, цінних паперів, інших майнових та немайнових прав. Вартість майна, що вноситься,

оцінюються за узгодженням між членом Асоціації та Загальними зборами Асоціації у гривнях. Асоціація отримує: виключне право на розпорядження та використання майна, що передане в якості внеску. Розмір членських внесків для дійсних та асоційованих учасників визначається Загальними зборами Асоціації. Порядок і форма внесення внесків встановлюються Правлінням Асоціації.

Члени Асоціації беруть участь у її роботі та в управлінні діяльністю Асоціації, відповідно до Статуту Асоціація не втручається в діяльність її Членів. Основним членами асоціації «Digital Ukraine» є Notagroup business solutions, IT.Integrator, Megatrade, Raiffeisen bank Aval, CompassFM, MegaPlant, Projectoria, Octava defence, Octava capital, «Добробут», Datagroup, Nuwork та ін.

Проаналізуємо стан стан Інтернет-торгівлі підприємств, членів Асоціації «Digital Ukraine». Зокрема, «ІТ-Інтегратор» - постійний член Асоціації Digital Ukraine; компанія з багаторічним досвідом роботи (більше 22 роки), розробник та постачальник ІТ-рішень для приватного і державного секторів в Україні пропонує значний спектр послуг від продажу обладнання до послуг консалтингу, аудиту та ІТ-підтримки. Компанія працює і на міжнародному ринку, здійснюючи торгівлю послугами через мережу Інтернет.

Компанія ТОВ «ІТ-Інтегратор» набула серед своїх замовників репутації надійного та компетентного бізнес-партнера, завдяки команді професіоналів, гнучкій системі управління проектами, налагодженій системі управління якістю й інноваційним підходам. Відзначимо, що в 2022 році компанія отримала 1458294 тис.грн чистого доходу, що є більшим на 7,72%, порівняно з 2021 роком та більше на 25,3%, порівняно з 2020 роком. Отже, чистий дохід компанії зростав незначними темпами, зважаючи на військові дії на території нашої країни.

Вважаємо за доцільне відзначити, що за даними щорічного дослідження журналу «Мережі та Бізнес» обсяг українського ринку системної інтеграції у 2021 році становив \$477 млн, за підсумками 2022 року очікується зниження цього показника до \$205–210 млн [34].

Нинішнього року, незважаючи на всі обставини, видання також підпило своєрідні підсумки року та опублікувало рейтинг компаній-системних

інтеграторів, ТОП-5 яких має такий вигляд:

- 1 місце – IT-Integrator (рис.2.2)
- 2 місце – Netwave
- 3 місце – Seeton
- 4 місце – ITIS та Intrasystems
- 5 місце – #SNT Ukraine (Додаток В) [1].

Проаналізуємо обсяги Інтернет-торгівлі «ІТ-Інтегратор» в розрізі видів послуг, які надає компанія (табл.2.2).

Таблиця 2.2

**Динаміка обсягів реалізації послуг ТОВ «ІТ-Інтегратор» засобами
Інтернет-торгівлі за 2020-2022 роки, тис.грн**

ІТ-Послуги	Роки			Відхилення 2022/2020	
	2020	2021	2022	+, тис.грн	%
Продукти та рішення в галузі інформаційної безпеки	151451,6	283345,7	324643,3	173192	214,35
Хмарні сервіси	56781,1	75598,1	97546,7	40765,6	171,79
Рішення для освіти та медицини	61254,9	84563,8	131234,4	69979,5	214,24
Рішення Smart&Safe City	54561,8	95432,1	120567,4	66005,6	220,97
ІТ-ауссорсинг	46781,4	75643,6	104567,3	57785,9	223,52
Базова ІТ-інфраструктура	43786	55663,2	93567,8	49781,8	213,69
Професійні послуги для побудови високонадійних дата-центрів	62456,7	65803,34	75764,2	13307,5	121,31
Разом	477073,54	731049,84	947891,1	470818	198,69

Джерело: побудовано автором на підставі даних, наданих компанією [34]

Отже, обсяги реалізації послуг «ІТ-Інтегратор» засобами Інтернет-торгівлі впродовж аналізованого періоду суттєво зросли, на 98,69% порівняно з 2020 роком, що свідчить про збільшення обсягів замовлень саме через Інтернет-торгівлю. Зокрема, в структурі реалізації послуг найбільшу частку складають продукти та рішення в галузі інформаційної безпеки, обсяг їх продажу саме через Інтернет зріс на 114,35%, якщо в 2020 році через мережу було продано даних ІТ-послуг на суму 151451,6 тис.грн, то в 2022 році - 324643,3 тис.грн, ми спостерігаємо суттєве зростання саме реалізації через Інтернет-торгівлю. Зважаючи на високу кваліфікацію персоналу компанії та інноваційні рішення в

сфері інформаційних послуг, значна кількість клієнтів компанії є закордонними, частка їх замовлень на послуги компанії постійно зростає.

Загалом, як видно з табл.2.1, по всім видам послуг ТОВ «ІТ-Інтегратор», які реалізуються засобами Інтернет-торгівлі, відбувається зростання практично в два рази.

Для того, щоб зрозуміти, яку частку складають Інтернет-замовлення в загальному обсязі реалізації компанії, доцільно навести наступну діаграму (рис.2.3).

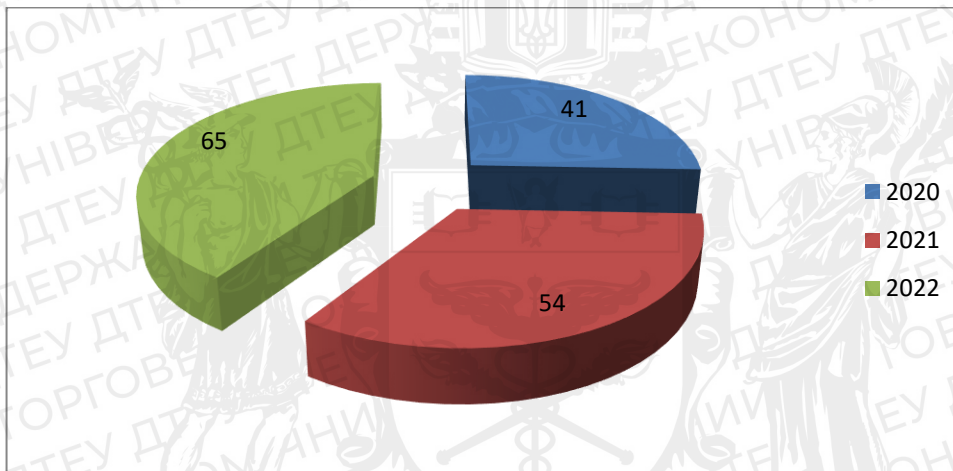


Рис.2.3. Частка Інтернет-замовлень ТОВ «ІТ-Інтегратор» в загальному обсязі реалізації у 2020-2022 рр.,% [34]

Джерело: побудовано автором на підставі даних, наданих компанією

Отже, як видно з рис.2.3, в 2020 році засобами Інтернет-торгівлі реалізовувалось 41% послуг компанії, в 2021 відбувається зростання частки на 13% і вона складає вже більшу половину від загального обсягу реалізації. В 2022 році за допомогою Інтернет-торгівлі було реалізовано 65% послуг компанії. Тобто, можна зробити висновки, що даний вид відносин між юридичними та фізичними особами набув значного поширення.

Зростанню кількості замовлень загалом та засобами Інтернет-торгівлі, зокрема, сприяють переваги, які надає ТОВ «ІТ-Інтегратор», а саме: досвід управління високотехнологічними проектами, власний штат кваліфікованих ІТ-

спеціалістів, адаптація світового досвіду до українських реалій, створення унікальних продуктів та розробка рішень, враховуючи бізнес-задачі клієнтів.

Відзначимо, Асоціація Digital Ukraine представляє інтереси компанії в українських і міжнародних організаціях; сприяє підвищенню професійної кваліфікації співробітників «ІТ-Інтегратор»; підтримує створення сприятливих фінансово-економічних умов розвитку компанії; надає допомогу в організації процесів сертифікації та ліцензування; захищає її інтереси; підтримує та сприяє розвитку інноваційних озробок компанії; надає правовий захист; організовує методичну, технічну та інформаційну підтримку [1].

До одного з постійних членів Асоціація Digital Ukraine відноситься один із найбільших і найвідоміших операторів зв'язку для дому та офісу є український DataGroup. З моменту свого заснування у 2002 році, компанія стала серйозним гравцем на ринку телекомунікаційних технологій. ПрАТ «Датагруп» пропонує своїм клієнтам всі види професійних телекомунікаційних послуг. Основними напрямками діяльності є:

- організація каналів передачі даних і підключення до мережі Інтернет,
- послуги фіксованого та цифрового телефонного зв'язку,
- розміщення обладнання, радіо і супутникового зв'язку,
- організація відеоконференцій і відеоспостереження.

На ринку фіксованого доступу до Інтернет у 2021 році компанія займала лише 1,9%, проте нині вона впевнено рухається до монополізації ринку, купивши у 2021 році компанію «Воля» з часткою 8,5% у даному сегменті ринку (рис.2.4).

Головною метою діяльності компанії ПрАТ «Датагруп» є максимальне задоволення всіх потреб клієнтів. Місія компанії - забезпечити якісним та доступним зв'язком будь-яку бізнес-структуру, пропонуючи комплексний набір послуг фіксованого зв'язку, об'єднавши всі види транспортних технологій: оптоволокло, радіо, супутник, мідь.

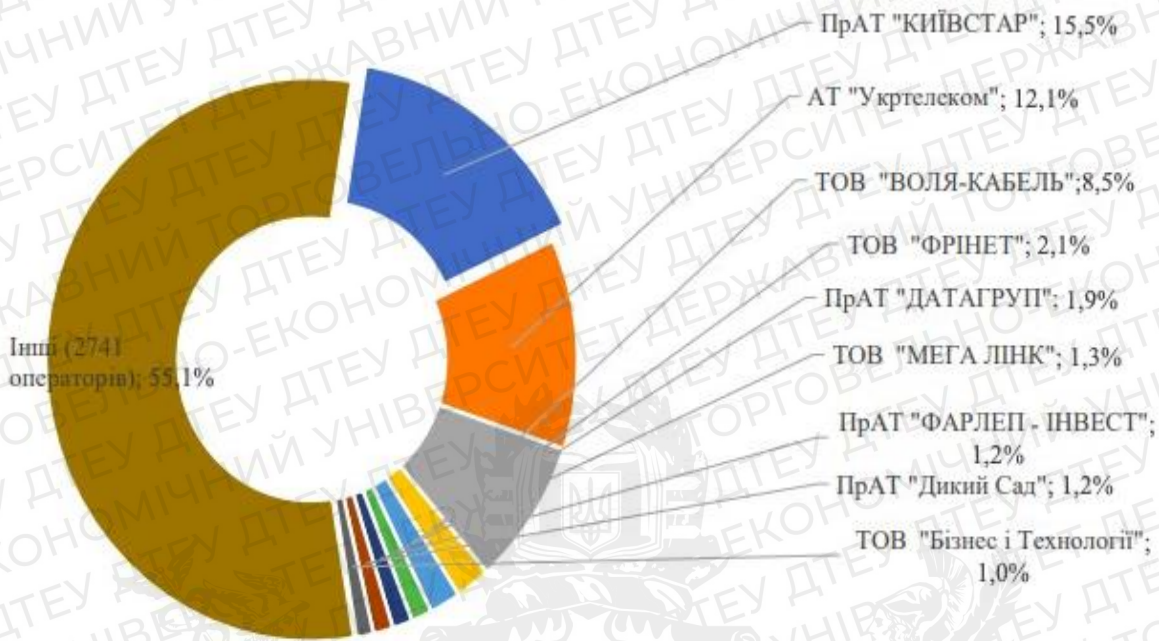


Рис.2.4. Частка ринку ПрАТ «Датагруп» на ринку фіксованого доступу до мережі Інтернет у 2021 році, %

Джерело: [26]

ПрАТ «Датагруп» є постійним та активним учасником Асоціації Digital Ukraine робить не лише постійні, а й разові внески в розвиток Асоціації.

Обсяги Інтернет-торгівлі ПрАТ «Датагруп» також зростають, однак в 2022 році дещо скоротилися, внаслідок військових дій. Динаміка обсягів реалізації компанії засобами Інтернет-торгівлі показана на рис.2.5.

Отже, як видно з рис.2.5, в 2022 році дохід компанії дещо скоротився, на що вплинули військові дії на території України, скорочення становило 7,75%, проте обсяги реалізації послуг за допомогою Інтернет-торгівлі навпаки зросли зростання становило 6,93%.

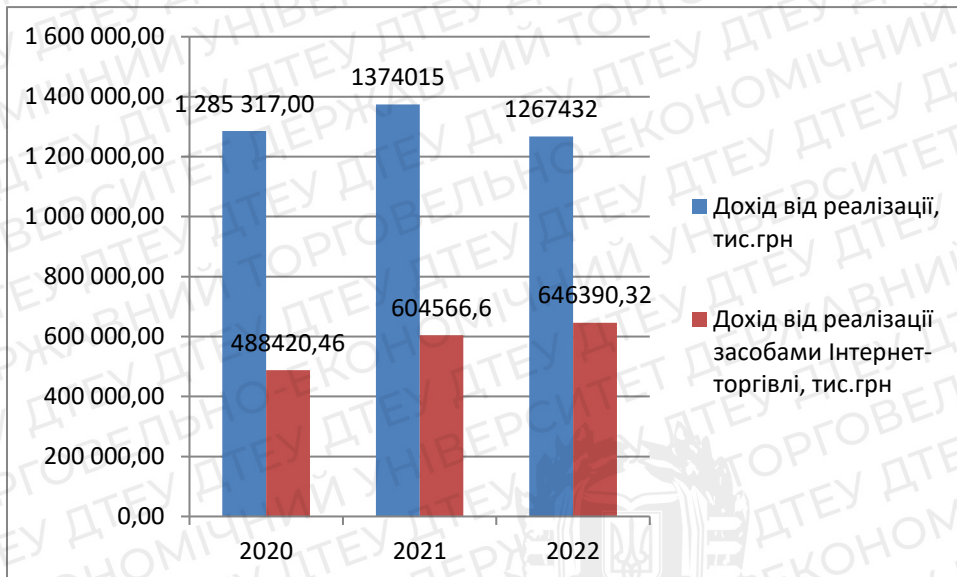


Рис.2.5. Динаміка доходу від реалізації ПрАТ «Датагруп» та доходу за допомогою Інтернет-торгівлі за 2020-2022 рр, тис.грн.

Джерело: побудовано за [35]

Доцільно буде графічно представити частку Інтернет-замовлень в загальному обсязі реалізації компанії (рис.2.6).

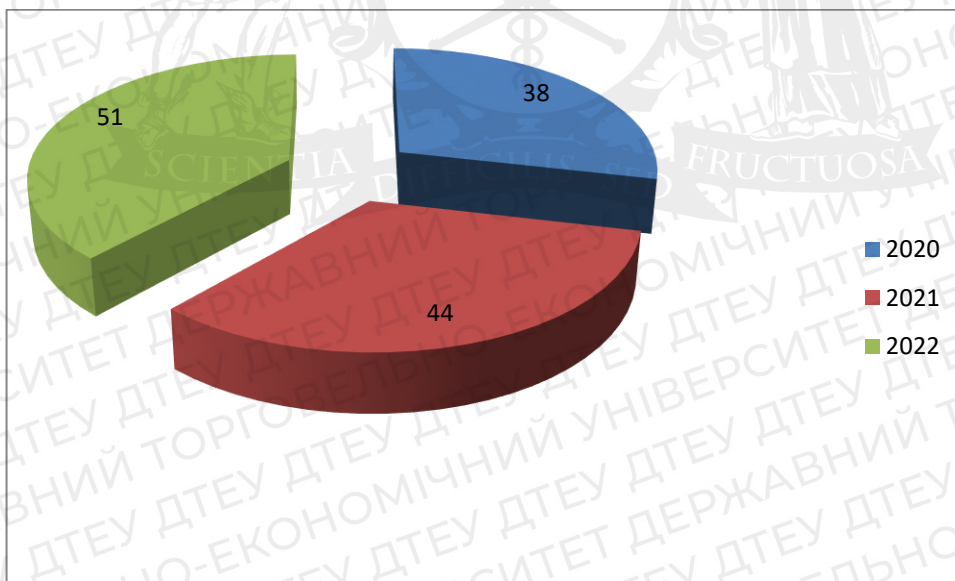


Рис.2.6. Частка Інтернет-замовлень ПрАТ «Датагруп»

в загальному обсязі реалізації у 2020-2022 рр.,%

Джерело: побудовано автором, на підставі даних, наданих компанією

[35]

Отже, як бачимо в динаміці відбувається зростання частки Інтернет-замовлень в загальному обсязі реалізації компанії, станом на 2022 рік 51% послуг компанія надає засобами Інтернет-торгівлі.

Таким чином, проведений аналіз діяльності основних учасників Асоціації Digital Ukraine говорить про ефективне їх функціонування, навіть, незважаючи на політичні загрози, які нині присутні в діяльності всіх українських компаній. Обсяги реалізації послуг засобами Інтернет-торгівлі постійно зростають, а членство в Асоціації надає змогу ефективним чином представляти інтереси компаній-учасників в українських і міжнародних організаціях; підтримує створення сприятливих фінансово-економічних умов розвитку компаній-учасників; надає допомогу в організації процесів сертифікації та ліцензування; захищає її інтереси; надає правовий захист; організовує методичну, технічну та інформаційну підтримку.

2.2.Пропозиції щодо активізації Інтернет-торгівлі за участі Асоціації «Digital Ukraine»

Як було з'ясовано в попередніх розділах даної роботи, ринок Інтернет-торгівлі постійно зростає, на сьогодні вже фактично немає компаній, які не продають чи просують свої послуги з використанням цифрових технологій.

За допомогою Інтернету наразі забезпечено такий масштаб торгівлі, який неможливо було б уявити в аналоговому світі. Такі зміни надають підприємствам можливості доступу до нових ринків, а також значного розширення існуючих, виникають нові методи конкурентного ведення бізнесу. Інтернет-торгівля використовується практично у всіх галузях, діджіталізація охопила і діяльність інформаційно-технологічних компаній [18].

В табл.2.3 наведемо чинники розвитку Інтернет-торгівлі зі сторони споживачів та компаній.

Отже, в найближчій перспективі потрібно очікувати зростання ринку Інтернет-торгівлі, збільшення кількості мобільних пристроїв, розвиток сучасних

технологій, вдосконалення можливостей платіжних систем, розвиток логістики тощо.

Незважаючи на зростання кількості продажів через Інтернет, основні гравці ринку постійно намагаються шукати нові технологічні та маркетингові підходи та інструменти з метою покращення бізнес-процесів та зростання обсягів реалізації.

Таблиця 2.3

Чинники розвитку Інтернет-торгівлі в Україні

Компанії	Клієнти (споживачі)
<ul style="list-style-type: none"> - розвиток конкуренції в IT-секторі; - впровадження сучасних технологій; - розширення асортименту товарів та послуг, - організація дистанційних продажів; - перехід компаній з офлайн в онлайн бізнес; - адаптація електронних інтерфейсів до мобільних платформ; - посилення процесів інтеграції компаній у соціальні мережі та послуги. 	<ul style="list-style-type: none"> - зростання кількості користувачів мережі Інтернет; - зростання популярності та чисельності аудиторії соціальних мереж; - підвищення платоспроможності населення; - зростання популярності та збільшення чисельності користувачів електронних платіжних систем

Джерело: побудовано автором

За даними Асоціації Digital Ukraine, клієнти компаній, які надають інформаційні послуги, роблять покупки де завгодно та у будь-який час, при цьому використовуються всі можливі цифрові інструменти (рис.2.7).



Рис.2.7. Інструменти для покращення стану Інтернет-торгівлі членів Асоціації Digital Ukraine

Джерело: побудовано автором за [1]

Отже, Інтернет-торгівля ґрунтується на таких технологіях, як мережні технології; корпоративні; Інтернет-технології; виробничі ІТ; системи підтримки прийняття рішень, експертні системи тощо. Вкрай важливо для компаній, які здійснюють Інтернет-торгівлю, використовувати технології та інструменти, які дозволять:

- швидко обрати необхідну послугу або товар, порівняти ціни та основні характеристики на них у різних компаній-продавців;
- забезпечать можливості рекламування продукції саме цільовим споживачам та потенційним клієнтам, застосовуючи автоматичний відбір, геолокацію та пошукові запити;
- здійснювати ефективне управління запасами на основі діджиталізації;
- розширювати канали Інтернет-продажу.

Діяльність Асоціації Digital Ukraine спрямована на активізацію Інтернет-торгівлі та на розвиток ІТ-ринку в цілому. Ефективним чином відбувається міжнародна співпраця в напрямку використання останніх технологічних розробок. Крім того, члени Асоціації мають високу кваліфікацію та значний досвід, щоб передавати його закордонним партнерам.

Особливо важливо наблизити захист персональних даних в Україні до європейського рівня, з цією метою Асоціацією проводяться постійні конференції за участю іноземних партнерів.

Отже, з метою подальшої активізації Інтернет-торгівлі Асоціація «Digital Ukraine» має спрямовувати свої зусилля на наступне:

- залучати всі можливі фінансові, інтелектуальні, технічні, організаційні та інші ресурси її членів для вирішення професійних інтересів кожного з них;
- поєднувати досвід українських та іноземних компаній, які спеціалізуються в галузі цифрових, інформаційних та комунікативних технологій;
- продовжувати цілеспрямовувати інтереси галузі на загальнодержавному та місцевому рівнях з метою створення сприятливої для бізнесу технічної інфраструктури;

- підтримувати зв'язки з міжнародними організаціями з метою формування ефективного механізму захисту персональних даних, обміну досвідом та актуальною інформацією;
- сприяти отриманню фінансової підтримки, в тому числі і державної, проведення маркетингових заходів з метою розвитку галузі інформаційних технологій загалом та Інтернет-торгівлі, зокрема;
- залучати інвестиції в розвиток присутності українських ІТ-компаній на всіх пріоритетних ринках за кордоном;
- здійснювати ефективний правовий захист інтересів учасників Асоціації;
- організовувати інформаційну, методичну та технічну підтримку учасників, партнерів, спонсорів Асоціації;
- розробляти та підтримувати банки даних, системи інформаційного пошуку партнерів, спонсорів тощо;
- проводити маркетингові дослідження ринку ІТ та ринку Інтернет-торгівлі;
- проводити регулярні презентації при участі членів Асоціації з метою обміну досвідом;
- організовувати ефективну та взаємовигідну співпрацю між українськими та закордонними компаніями, які розвиваються в напрямку інформаційних технологій та Інтернет-торгівлі.

Також важливо визначити подальші кроки розвитку Інтернет-торгівлі на загальнодержавному рівні:

- доцільно оптимізувати інституційну структуру, нормативно-правову базу та умови Інтернет-торгівлі;
- підвищувати рівень безпеки персональних даних;
- покращувати доступ до фінансування для підприємств Інтернет-торгівлі;
- запобігати невиправданому геоблокуванню;
- здійснювати розробку якісних Інтернет-платформ;

- сприяти розвитку підприємницьких компетенцій та навичок в цифровій економіці;
- впроваджувати якісну систему блокування кібератак з зовнішніх серверів.

Отже, Інтернет-торгівля в Україні розвивається доволі непоганими темпами, зважаючи на економічну та політичну ситуацію в країні, однак існує чимало перешкод її розвитку, які потрібно якомога швидше усунути. Основними напрямками активізації розвитку Інтернет-торгівлі є гармонізація нормативно-правових норм, правовий захист суб'єктів торгівлі за допомогою мережі Інтернет, усунення перешкод для розвитку міжнародного бізнесу, подальша розбудова інфраструктура ринку Інтернет-торгівлі.

Висновки до розділу 2

Проведене дослідження стану Інтернет-торгівлі підприємств, членів Асоціації «Digital Ukraine», надало змогу зробити наступні висновки.

1. Асоціація «Digital Ukraine» була заснована в 2014 році з метою формування професійного середовища в IT-індустрії, а також в напрямках інформаційної безпеки і захисту персональних даних. Це недержавна некомерційна організація.

2. Основним членами асоціації «Digital Ukraine» є Notagroup business solutions, IT.Integrator, Megatrade, Raiffeisen bank Aval, CompassFM, MegaPlant, Projectoria, Octava defence, Octava capital, «Добробут», Datagroup, Nuwork та ін. Членство в Асоціації надає змогу ефективним чином представляти інтереси компаній-учасників в українських і міжнародних організаціях; підтримує створення сприятливих фінансово-економічних умов розвитку компаній-учасників; надає допомогу в організації процесів сертифікації та ліцензування; захищає її інтереси; надає правовий захист; організовує методичну, технічну та інформаційну підтримку.

3. Аналіз стану Інтернет-торгівлі підприємств, членів Асоціації «Digital Ukraine» показав поступове зростання частки Інтернет-торгівлі з загальному обсязі їх реалізації.

4. Було встановлено, що з метою подальшої активізації Інтернет-торгівлі Асоціація «Digital Ukraine» має спрямовувати свої зусилля на наступне: залучати всі можливі фінансові, інтелектуальні, технічні, організаційні та інші ресурси її членів для вирішення професійних інтересів кожного з них; поєднувати досвід українських та іноземних компаній, які спеціалізуються в галузі цифрових, інформаційних та комунікативних технологій; продовжувати лобіювати інтереси галузі на загальнодержавному та місцевому рівнях з метою створення сприятливої для бізнесу технічної інфраструктури; підтримувати зв'язки з міжнародними організаціями з метою формування ефективного механізму захисту персональних даних, обміну досвідом та актуальною інформацією; сприяти отриманню фінансової підтримки, в тому числі і державної, проведення маркетингових заходів з метою розвитку галузі інформаційних технологій загалом та Інтернет-торгівлі, зокрема; залучати інвестиції в розвиток присутності українських ІТ-компаній на всіх пріоритетних ринках за кордоном; здійснювати ефективний правовий захист інтересів учасників Асоціації; організовувати інформаційну, методичну та технічну підтримку учасників, партнерів, спонсорів Асоціації; розробляти та підтримувати банки даних, системи інформаційного пошуку партнерів, спонсорів тощо; проводити маркетингові дослідження ринку ІТ та ринку Інтернет-торгівлі; проводити регулярні презентації при участі членів Асоціації з метою обміну досвідом; організовувати ефективну та взаємовигідну співпрацю між українськими та закордонними компаніями, які розвиваються в напрямку інформаційних технологій та Інтернет-торгівлі.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

У випускній кваліфікаційній роботі напрацьовано практичні рекомендації щодо активізації Інтернет-торгівлі за участі Асоціації «Digital Ukraine». На основі проведеного дослідження сформульовано низку висновків та пропозицій, що мають теоретичне і практичне значення, спрямовані на вирішення основних завдань роботи згідно з поставленою метою.

1. Аналіз літературних джерел дозволив визначити Інтернет-торгівлю як одну з складових електронної комерції, вид діяльності купівлі-продажу, товарообміну та надання послуг за допомогою всесвітньої мережі Інтернет, де по закінченню електронної дії відбувається передача права користування або права власності речовим товаром або послугою покупцеві.

Було встановлено, що, зважаючи на основних суб'єктів, в якості яких виступає держава, компанії та споживачі, форми Інтернет-торгівлі класифікуються наступним чином: B2B, B2C, C2C, B2G, C2G, E2E, B2E. Сьогодні найбільшим ринком Інтернет-торгівлі, найбільш популярною моделлю є B2C - взаємодія компанії (юридичної особи – business) з кінцевим споживачем (фізичною особою – consumer) та має за мету продаж товарів чи послуг або ж інформації.

Основними перевагами Інтернет-торгівлі в міжнародному бізнесі є: легша експансія на зовнішні ринки, нижчі бар'єри для входження, зручніші та дешевші способи проведення бізнес-операцій та ін. До недоліків: ризики, які пов'язані з діями кіберзлочинців, втратою конфіденційності інформації, збільшенням тиску зарубіжних конкурентів на місцевий бізнес, безпекою та якістю товарів та послуг.

2. За допомогою дослідження було встановлено, що світовий ринок Інтернет-торгівлі постійно зростає: станом на кінець 2022 року світовий обсяг роздрібного продажу засобами Інтернет-торгівлі склав 5,24 трл.дол, що складає 20,4% від загального обсягу продажів. До трійки лідерів ринку відносяться Китай, США та Велика Британія.

В Україні ринок Інтернет-торгівлі в 2021 році склав 3506,98 млн. дол., що більше на 27,99%, порівняно з 2020 роком. Однак, у 2022 році на тлі військових дій обсяги Інтернет-торгівлі в Україні скоротилися в 12 разів та склали лише 295,85 млн. дол. Проведений аналіз дозволяє говорити, що ринок Інтернет-торгівлі перетворюється на глобальну систему, значна кількість підприємств втілюють в життя багатоканальні стратегії та пропонують покупцям зручні способи купівлі товарів.

3. З'ясовано, що Асоціація «Digital Ukraine» - недержавна некомерційна організація, основною метою якої є формування професійного середовища в ІТ-індустрії, а також сферах інформаційної безпеки та захисту персональних даних. Основним її членами є: Notagroup business solutions, IT Integrator, Megatrade, Raiffeisen bank Aval, CompassFM, MegaPlant, Projectoria, Octava defence, Octava capital, «Добробут», Datagroup, Nuwork та ін. Членство в Асоціації надає змогу ефективним чином представляти інтереси компаній-учасників в українських і міжнародних організаціях; підтримувати створення сприятливих фінансово-економічних умов розвитку компаній-учасників; надавати допомогу в організації процесів сертифікації та ліцензування; захищати інтереси компаній; надавати правовий захист; організовувати методичну, технічну та інформаційну підтримку.

Аналіз стану та динаміки Інтернет-торгівлі підприємств, членів Асоціації «Digital Ukraine» показав поступове зростання частки Інтернет-торгівлі з загальному обсязі їх реалізації. Зокрема, обсяги реалізації послуг компанії «ІТ-Інтегратор» засобами Інтернет-торгівлі зросли на 98,69% порівняно з 2020 роком, що свідчить про збільшення обсягів замовлень саме через Інтернет-торгівлю. Обсяги Інтернет-торгівлі ПрАТ «Датагруп» також зростають, однак в 2022 році дещо скоротилися, внаслідок військових дій; відбувається зростання частки Інтернет-замовлень в загальному обсязі реалізації компанії, станом на 2022 рік 51% послуг компанія надає засобами Інтернет-торгівлі.

4. Враховуючи отримані дані, було запропоновано з метою подальшої активізації Інтернет-торгівлі надати наступні рекомендації Асоціації «Digital Ukraine» щодо спрямованості її зусиль: доцільно залучати всі можливі фінансові, інтелектуальні, технічні, організаційні та інші ресурси її членів для вирішення професійних інтересів кожного з них; поєднувати досвід українських та іноземних компаній, які спеціалізуються в галузі цифрових, інформаційних та комунікативних технологій; продовжувати лобіювати інтереси галузі на загальнодержавному та місцевому рівнях з метою створення сприятливої для бізнесу технічної інфраструктури; підтримувати зв'язки з міжнародними організаціями з метою формування ефективного механізму захисту персональних даних, обміну досвідом та актуальною інформацією; сприяти отриманню фінансової підтримки, в тому числі і державної, проведення маркетингових заходів з метою розвитку галузі інформаційних технологій загалом та Інтернет-торгівлі, зокрема; залучати інвестиції в розвиток присутності українських ІТ-компаній на всіх пріоритетних ринках за кордоном; здійснювати ефективний правовий захист інтересів учасників Асоціації; організовувати інформаційну, методичну та технічну підтримку учасників, партнерів, спонсорів Асоціації; розробляти та підтримувати банки даних, системи інформаційного пошуку партнерів, спонсорів тощо; проводити маркетингові дослідження ринку ІТ та ринку Інтернет-торгівлі; проводити регулярні презентації при участі членів Асоціації з метою обміну досвідом; організовувати ефективну та взаємовигідну співпрацю між українськими та закордонними компаніями, які розвиваються в напрямку інформаційних технологій та Інтернет-торгівлі.

Запропоновані заходи призведуть до активізації Інтернет-торгівлі загалом, та збільшення обсягів реалізації послуг засобами Інтернет-торгівлі її учасників, зокрема.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Асоціація Digital Ukraine. URL: <https://digitalua.org/#asociac>.
2. Березовська Л.О. Розвиток електронної комерції в Україні та ЄС. Економіка та суспільство. №42. 2022. С.1-8.
3. Виноградова О.В., Дрокіна Н.І. Електронний бізнес. Навчальний посібник. Київ: ДУТ, 2018. 292 с.
4. В'юненко О.Б. Електронна комерція. Навчальний посібник. Суми, 2017, 260 с.
5. Гайдукова О.О. Теоретичні аспекти поняття "Електронна торгівля". Ефективна економіка. 2019. № 8. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7232>
6. Данько Т.І. Розвиток електронної комерції в контексті російсько-української війни. Економіка та суспільство. 2021. №33. С.1-10.
7. Дrajниця С.А. Електронна комерція: навч. посібник. Львів:Новий світ - 2000. 2020. 184 с.
8. Зайцева О.О., Болотинюк І.М. Електронний бізнес: Навчальний посібник. Івано-Франківськ : «Лілея-НВ» 2015. 264 с.
9. Капцош В.Я. Стан та особливості розвитку інтернет-торгівлі товарами в міжнародному вимірі. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2017. Вип. 13(1). С. 115-119.
10. Карпенко М. Ю. Електронна комерція : конспект лекцій. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2021. 146 с.
11. Ковальова О.М., Кірсанова В.В. Основні форми Інтернет-торгівлі: особливості, переваги, недоліки. Економіка та держава. № 7.2020. С. 85-92.
12. Ковтун Е.О. Електронна торгівлі в умовах міжнародної економічної діяльності. Вісник ВДТЕУ. 2021. №5. С 228-229.
13. Краус К.М., Краус Н.М., Манжура О.В. Електронна комерція та Інтернет-торгівля: навчально-методичний посібник. Київ: Аграр Медіа Груп, 2021. 454 с.

14. Лисак О.І., Андрєєва Л.О., Тебенко В.М. Електронна комерція: курс лекцій. Мелітополь: Люкс, 2020. 225 с.
15. Панасюк Т.С., Скрипник Н.Є. Особливості розвитку інтернет-торгівлі у світовому просторі. Економіка та управління підприємствами. 2018. Вип. 6 (17). С. 310-316.
16. Плотнікова Л.І. Сутність електронної торгівлі у світовій економіці. Бізнес Інформ : науковий журнал 2019. № 1. С. 125-131
17. Про електронну комерцію: Закон України від 03.09.2015 № 675-VIII.URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19#Text>
18. Похилько С.В., Єременко А.Ю., Геніна Д.С. Підвищення ефективності підприємницьких проектів в Інтернет-середовищі завдяки використанню діджитальних інновацій. Вісник Сумського державного університету. Серія Економіка. 2022. № 1. С. 31–40.
19. Плєскач В.Л. Проблеми розвитку електронної комерції в Україні. Економіка України. 2017. №11. С.73-84 с.
20. Смолій Л.В., Костюк В.С. Новітні тренди та перспективи розвитку електронної комерції в міжнародному бізнесі. Економіка та суспільство. 2021. № 29.
21. Терещенко Е.Ю. Розвиток Інтернет-торгівлі в умовах сучасного бізнес-середовища. Ефективна економіка. 2019. № 9. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua>
22. Ткаченко С.О. Електронна торгівля: шляхи підвищення культури обслуговування споживачів. БізнесІнформ. №11. 2015. С.200-204.
23. Федішин І.Б. Електронний бізнес та електронна комерція. Тернопіль, ТНТУ імені Івана Пулюя, 2016. 155 с.
24. Царьов Р.Ю., Нікітюк Л.А.Електронна комерція: навч. посіб. Одеса : ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2020. 204 с.
25. Шалева О.І. Електронна комерція: Навч. посібник. К.: Центр учбової літератури, 2017. 216 с.

26. Як Датагруп рухається до монополізації ринку. URL: <https://nashigroshi.org/2022/01/15/yak-datahrup-rukhaet-sia-do-monopolizatsii-rynku>
27. OECD Guide to Measuring the Information Society, OECD, Paris. URL: <https://www.oecd.org/sti/ieconomy/oecdguidetomeasuringtheinformationsociety2011.htm>
28. Statistics and facts about global e-commerce. 2021. URL: <https://www.statista.com/topics/871/online-shopping/#dossier-chapter1>
29. United nations conference on trade and development. URL: <https://unctad.org/en/Pages/Home.aspx>.
30. United nations commission on international trade law. URL : <https://uncitral.un.org>
31. UNCTAD. URL: <https://unctad.org/statistics>
32. The E-commerce Report 2020. URL: <https://www.nets.eu/Media-and-press/news/Documents/Nets-e-commerce-2020-international.pdf>
33. Insider Intelligence. URL: <https://www.insiderintelligence.com/>
34. Gigacenter. URL: <https://gigacenter.ua>
35. IT Integrator. URL: <https://it-integrator.ua/>
36. Data Group. URL: <https://www.datagroup.ua/>

ДОДАТКИ

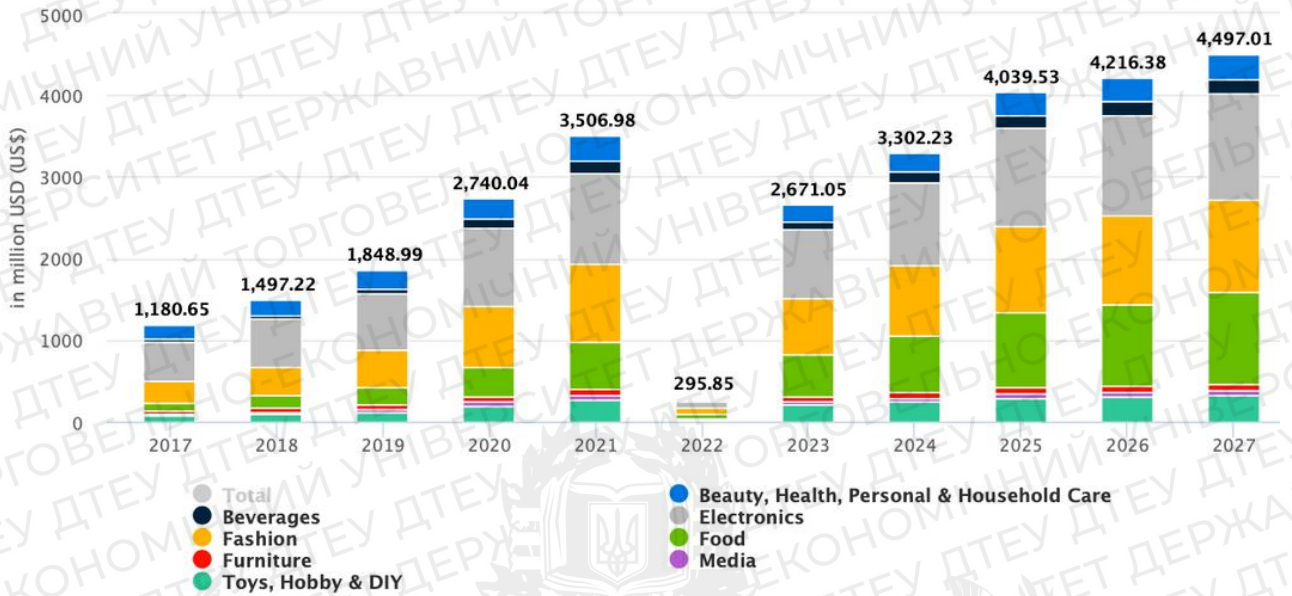
Додаток А

Класифікація форм Інтернет-торгівлі відповідно до основних суб'єктів взаємодії



Додаток Б

Динаміка ринку Інтернет-торгівлі в Україні протягом 2017-2022 рр. та прогноз на 2023-2027 рр, млн.дол.



Додаток В

Постійний учасник Асоціації Digital Ukraine компанія «ІТ-Інтегратор» - лідер професійного рейтингу "ТОП-30 системних інтеграторів" в Україні

IT.Integrator

IT-INTEGRATOR – №1 РЕЙТИНГУ
українських системних інтеграторів за підсумками **2021 РОКУ**

DIGITAL UKRAINE НОВИНИ УЧАСНИКІВ