

**Полтавський державний аграрний університет
Навчально-науковий інститут економіки, управління,
права та інформаційних технологій
Кафедра підприємництва і права**

**I Міжнародна науково-практична конференція
(заочна форма)
«ЯКІСТЬ ТА БЕЗПЕЧНІСТЬ ПРОДУКЦІЇ У
ВНУТРІШНІЙ І ЗОВНІШНІЙ ТОРГІВЛІ Й
ТОРГОВЕЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО: СУЧАСНІ
ВЕКТОРИ РОЗВИТКУ І ПЕРСПЕКТИВИ»**



**Полтава
ПДАУ
2022**



УДК 339.3:339.5

Програмний комітет

Аранчій В. І, ректор Полтавського державного аграрного університету, к.е.н., проф.

Члени програмного комітету

Каменова Д. К. – д. пед. н., професор, Варненський університет менеджменту (Республіка Болгарія);

Гусейнов М. Д. – д.е.н., професор, Азербайджанський державний аграрний університет (Азербайджанська Республіка);

Тошко Крістев – професор, директор Інституту європейської освіти (Республіка Болгарія);

Гаспарян Г. А. – професор, завідувачий аспірантурою Національного аграрного університету Вірменії (Республіка Вірменія);

Махмудов Х. З. – д.е.н. професор, Полтавський державний аграрний університет;

Організаційний комітет

Калашник О.В. – к.т.н., доцент, доцент кафедри підприємництва і права Полтавського державного аграрного університету;

Мороз С. Е. – к. пед.н., доцент, доцент кафедри підприємництва і права Полтавського державного аграрного університету;

Яснолоб І. О. – к.е.н., доцент, доцент кафедри підприємництва і права Полтавського державного аграрного університету;

Будник Н. В. – к.т.н., доцент, завідувач кафедри харчових технологій Полтавського державного аграрного університету;

Бірта Г. О. – д.с.-г.н. професор, завідувач кафедри товарознавства, біотехнології, експертизи та митної справи ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»;

Пелик Л. В. – д.т.н., професор, професор кафедри товарознавства, митної справи та управління якістю Львівського торговельно-економічного університету;

Коваль Л. М. – д.е.н., доцент, професор кафедри готельно-ресторанної справи і туристичного бізнесу Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту;

Гречан А. П. – д.е.н., професор, професор кафедри економіки Національного транспортного університету;

Спіцина А. Є. – к.пед.н., доцент, доцент кафедри економіки Національного транспортного університету;

Кириченко О. В. – к.т.н. доцент кафедри товарознавства, біотехнології, експертизи та митної справи ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі».

У збірнику матеріалів I Міжнародної науково-практичної конференції (заочна форма) «Якість та безпечність продукції у внутрішній і зовнішній торгівлі й торговельне підприємництво: сучасні вектори розвитку і перспективи» були розглянуті актуальні питання якості, безпечності і екологічності продукції; технічного регулювання в Україні та світі; експертизи товарів; сучасної торгівлі і підприємництва; ринку товарів та послуг в умовах глобалізації та цифровізації; митний аспект зовнішньої торгівлі; комерційної логістики; бізнес-освіти та управління знаннями тощо.

Автори вміщених матеріалів висловлюють власну думку, яка не завжди збігається з позицією редакції. За зміст матеріалів відповідальність несуть автори



3. Мирошніченко О., Неліна М., Феленюк О. Експорт одягу до ЄС. Гід для українських підприємців. Київ: ФОП Клименко Ю.Я., 2017. 116 с.

4. Технічні умови ТУ У 13.2-00034022-024:2015. Тканини бавовняні та змішані для виготовлення верху форменого та спеціального одягу. ULR: https://www.mil.gov.ua/content/ddz/ty_tb.pdf.

5. EN 14878:2007. Textiles. Burning behaviour of children's nightwear. Specification. ULR: <http://en.fireresearch.cn/test-research/bs-en-14878-2007/>.

Місюкевич В.І.

к.е.н., доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності,
доцент,
*ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»,
м. Полтава, Україна*

ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ІНТЕРНЕТ-ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ

Сучасні електронні технології, інтернет-комунікації досить суттєво розширюють сфери використання електронних засобів купівлі та продажу і динамічно розвивають принципово новий напрямок – електронний бізнес, який у країнах світу називають «економікою ХХІ сторіччя». Інтенсивний розвиток всесвітньої глобальної мережі Інтернет приєднав її до існуючого переліку способів і місць системи продажу. Список форм роздрібно торгівлі доповнила ще одна - роздрібна торгівля в Інтернеті, головним елементом якої стали інтернет-магазини, саме електронна торгівля - інноваційна форма торговельної діяльності [1].

Інтернет ознаменував справжню революцію в сфері організації та веденні економічної діяльності. З'явилися нові напрями бізнесу, принципово змінилися вже існуючі. Досягнення науково-технічного прогресу послужили тією базою, на якій розгортається діяльність електронної комерції. Інтернет стимулював розвиток електронної торгівлі також на рівні підприємств, які все більше переконуються, що можуть вести справи в оперативно-електронному (онлайн) режимі так само, як і їх значно масштабніші конкуренти. За допомогою Інтернету можна зменшити вартість електронної торгівлі, замінивши ним інші електронні мережі, або використовуючи як ще один комунікаційний засіб. Компанії все ширше починають використовувати Інтернет, переводячи свої ділові дані у дигітальну (цифрову) форму [2].

Глобальна мережа Інтернет зробила електронну комерцію доступною для підприємств будь-якого масштабу. Якщо раніше організація електронного обміну даними вимагала крупних капіталовкладень і була доступна лише



великим компаніям, то використання Інтернету дозволяє сьогодні займатися інтернет – торгівлею і невеликим підприємствам. Створена електронна вітрина дає будь-якій компанії можливість залучати клієнтів з усього світу. Такий онлайн бізнес формує новий канал для збуту - "віртуальний", який майже не вимагає матеріальних вкладень.

Суб'єкти електронної торгівлі, в умовах високої конкуренції та не завжди законодавчо врегульованих правовідносин в Інтернет - просторі, шукають шляхи залучення та задоволення споживачів. Сьогодні, темпи розвитку інтернет-торгівлі випереджають темпи розвитку світової торгівлі в цілому більше, ніж на 10%. На думку більшості експертів, в найближчій перспективі, буде спостерігатися досить активний розвиток інтернет-торгівлі [5].

Ринок електронної торгівлі – один із самих динамічних секторів економіки України, який на даний час стрімко розвивається. Віртуальна специфіка даного ринку створює йому незвичні переваги та обмеження для розвитку бізнесу. Сьогодні електронна торгівля охопила практично всі сфери бізнесу – через мережу Інтернет продають широкий асортимент товарів, надають консалтингову і юридичну підтримку, а також сотні інших видів послуг. Дана сфера на сьогодні, за оцінками експертів, нараховує близько 80 великих магазинів (які за добу відвідують близько тисячі клієнтів) та понад 20 тис. дрібних. В Україні сучасний віртуальний сектор у загальному обсязі торгівлі складає не більше 3 % в порівнянні з країнами Європи - від 20 до 40 % [6].

Вагомою причиною гальмування електронної комерції в Україні є слабкий розвиток економіки і низький рівень платоспроможності населення. Більшість українських громадян не відчують потреби у швидкому та оперативному сервісі, що може забезпечити Інтернет; українці часто просто не розуміють, для чого це потрібно і, відповідно, не готові за це платити. В аналітичних колах домінує точка зору, що навіть за умови слабого розвитку Інтернету, але при наявності платоспроможних користувачів електронна комерція стрімко пішла б угору [3].

Сьогодні спостерігається стабільне зростання кількості нових інтернет-магазинів. Практично всі інтернет-магазини функціонують у складі торговельних підприємств, в яких форма електронної торгівлі функціонує паралельно з традиційною і складає в середньому 10% від загального товарообороту.



Питання розвитку електронної комерції займає одне із провідних місць в системі основних пріоритетів України. Динамічний розвиток електронної комерції повинен забезпечити конкурентоспроможність української ринкової економіки. Але в нашій державі ринок електронної торгівлі потребує більше часу для власного розвитку, ніж аналогічний ринок в країнах з розвинутою ринковою економікою [4].

Інтернет-торгівля сьогодні, незважаючи на невелику питому вагу в загальній кількості продажів, продовжує динамічно розвиватися. Епідемія Covid-19 лише посилила ці тенденції. Багато інтернет-магазинів відзначають зростання показників як за кількістю відвідувачів сайту, так і за обсягом покупок. Відколи в Україні оголосили карантин, перед бізнесом постали нові виклики. Багато офлайнточок продажів змушені були зачинитися та почати працювати в онлайн форматі. Час «великого перезавантаження» для когось завершиться закриттям, перепрофілюванням, а комусь принесе нові можливості. Але в будь-якому разі доведеться жити в нових умовах і реаліях. У цей період для підприємців важливо проявляти гнучкість і бажання змінюватись.

З кожним роком електронна комерція, у складі цифрової економіки, займає все вагомніше і пріоритетніше місце та відіграє роль не тільки засобу пошуку нових ринків збуту, а що значно важливіше, займається пошуком нових способів виробництва, розподілу, перерозподілу та збуту товарів і послуг.

Список використаних джерел

1. Внутрішня торгівля України: проблеми і перспективи розвитку: монографія / Копич І. М., Нестуля О. О. [та ін.]; за ред. В. В. Апопія, П. Ю. Балабана . Львів: «Новий світ – 2000», 2014. 565 с.
2. Малюта І. А., Оголь А.Є. Аналіз сучасного стану та перспективи розвитку інтернет-торгівлі в Україні. Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка». 2019. № 1. ULR: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1_2019/51.pdf.
3. Марусей Т. В. Основні тенденції розвитку ринку електронної комерції в Україні. Економіка і суспільство. 2018. Випуск №14. С. 1011-1015.
4. Ринок інтернет-торгівлі в Україні. ULR: <https://zet.in.ua/statistika2/rynokit/rynokinternetorgovlivukraine/>.
5. Синявська О. О. Електронна торгівля в Україні: тенденції та перспективи розвитку. Вісник ХНУ імені В.Н.Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм». 2019. Вип. 9. С. 126-132.
6. Скрипник Н. Є., Панасюк Т.С. Особливості розвитку інтернет-торгівлі у світовому просторі. Східна Європа: Економіка, бізнес та управління. 2018. Вип. 6 (17). С. 310-316.