

ДАНИЛО

Світлана Іванівна

УДК 658.6

## РОЗДРІБНА ТОРГІВЛЯ У МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ: ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

к.е.н., доцент кафедри,  
Ужгородський  
торгівельно-економічний  
інститут КНТЕУ

## RETAIL IN THE INTERNET: CHALLENGES AND PROSPECTS FOR DEVELOPMENT

*DANYLO Svitlana Ivanivna – PhD in Economics, Associate Professor of department, Uzhhorod Trade and Economic Institute of KNTEU*

У статті досліджено проблематику розвитку інтернет-торгівлі. Охарактеризовано нормативно-правове забезпечення електронної комерції. Визначено чинники розвитку інтернет-торгівлі в Україні. Проаналізовано організаційні можливості підприємств у сфері інтернет-торгівлі за видами економічної діяльності. Наголошено на інноваційному характері та важливості інвестиційної підтримки інтернет-торгівлі, що вимагає розробки механізмів підвищення довіри споживачів до підприємств, що діють за цим напрямком. Узагальнено перешкоди розвитку Інтернет-торгівлі в Україні та надано рекомендації стосовно їх подолання.

\* \* \*

В статье исследована проблематика развития интернет-торговли. Охарактеризовано нормативно-правовое обеспечение электронной коммерции. Определены факторы развития интернет-торговли в Украине. Проанализированы организационные возможности предприятий в сфере интернет-торговли по видам экономической деятельности. Отмечено инновационный характер и важность инвестиционной поддержки интернет-торговли, что требует разработки механизмов повышения доверия потребителей к предприятиям, действующим по этому направлению. Обобщены препятствия развития Интернет-торговли в Украине и даны рекомендации по их преодолению.

\* \* \*

**Introduction.** E-commerce has become a new hope for the retail development of the 21st century. The progress of information and communication technologies of the latter significantly influenced all sectors of the economy, not having left out and retail. Already, one of the promising directions of human development is the creation of the Internet of Things - a comprehensive network capable of combining people, enterprises and the state through the use of information and communication facilities, first of all, the Internet. Some aspects of regulation of Internet commerce are covered in regulatory legal acts of Ukraine, as well as analytical studies devoted to this issue. At the same time, taking into account the current situation in the domestic Internet trade it is expedient to analyze the main obstacles and prospects of its development.

**Purpose.** The purpose of the work is to substantiate ways to overcome barriers to the development of Internet commerce in Ukraine.

**Results.** The article deals with the problems of the development of Internet commerce. The legal and regulatory framework of e-commerce is described. The factors of development of Internet commerce in Ukraine are determined. The organizational possibilities of enterprises in the field of Internet commerce by types of economic activity are analyzed. Author emphasized on the innovative character and importance of investment support for Internet commerce, which requires the development of mechanisms for increasing consumer confidence in companies operating in this direction. The obstacles of development of Internet commerce in Ukraine are generalized and recommendations for their overcoming are given.

**Conclusion.** As it was established during the research, retail Internet trade has significant prospects for development in Ukraine. This is facilitated by the widespread use of the Internet by the population, the gradual development of regulatory provision, the growing demand due to the convenience of retail shopping in the network. At the same time, the development of retail Internet commerce in Ukraine has slowed down due to a number of problems, the solution of which depends on the consolidation of efforts of state authorities and retailers, taking into account the prospects of global competition. A promising direction for further research is to improve the mechanisms of development of export potential of domestic enterprises with the use of Internet trading tools.

**Ключові слова:** електронна комерція, інтернет-торгівля, роздрібна торгівля, рітейл, інновації

**Ключевые слова:** электронная коммерция, интернет-торговля, розничная торговля, ритейл, инновации

**Keywords:** e-commerce, internet commerce, retailing, retail, innovation

## ВСТУП

Електронна комерція стала новою надією розвитку рітейлу ХХІ ст. Прогрес інформаційно-комунікаційних технологій останніх суттєво вплинув на усі сфери економіки, не оминувши і роздрібну торгівлю. Вже сьогодні одним з перспективних напрямків розвитку людства вважається створення інтернету речей – всеосяжної мережі, здатної поєднати людей, підприємства та держави шляхом застосування інформаційно-комунікаційних засобів, у першу чергу – Інтернету.

Поряд з широкими перспективами глобального

розвитку, його досягнення вимагає подолання низки перешкод теоретико-методичного характеру. Проблематику інтернет-торгівлі досліджували такі науковці, як Я.М. Антонюк, М.Ю. Гудзенко, Т.Є. Іванова, С.М. Ілляшенко, Н.М. Тягунова та інші. Окремі аспекти регулювання Інтернет-торгівлі висвітлені у нормативно-правових актах України, а також аналітичних дослідженнях, присвячених цьому питанню. Водночас, з урахуванням нинішньої ситуації у вітчизняній Інтернет-торгівлі доцільно проаналізувати основні перешкоди та перспективи її розвитку.

**МЕТА РОБОТИ** полягає в обґрунтуванні шляхів подолання перешкод розвитку Інтернет-торгівлі в Україні.

### МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Теоретичною базою дослідження є концепція електронної комерції. У ході дослідження використано методи аналізу та синтезу, абстрагування, контент-аналізу нормативних актів, а також метод узагальнення для розробки рекомендацій стосовно подолання перешкод розвитку Інтернет-торгівлі в Україні.

Дослідження засновується на нормативно-правових актах України, даних Державної служби статистики та працях вітчизняних вчених з проблематики Інтернет-торгівлі.

### РЕЗУЛЬТАТИ

Інтернет-торгівля набуває усе більшого поширення у світі. За останні роки саме за цим напрямком спостерігалась найбільша кількість інноваційних рішень та нових підходів до забезпечення споживачів роздрібними товарами, що, по суті, змінило уявлення про роздрібну торгівлю. Трансформація мережі Інтернет з комунікаційного каналу в інструмент роздрібної торгівлі була обумовлена розвитком технологій та підходів до її розвитку, суттєвими інвестиціями у використання її потенціалу з боку найбільших світових гравців індустрії інформаційних технологій. З цього приводу погодимось з Н.М. Тягуною та М.Ю. Гудзенко, котрі наголошують, що з кінця минулого сторіччя у світовій економіці завдяки швидкому розвитку інформаційних технологій відбулися значні зміни. Зростаюча конкуренція, відзначають вчені, спонукає виробничі підприємства використовувати і вдосконалювати існуючі інформаційні системи та створювати нові, а відсутність діяльності будь-якого характеру у всесвітній мережі для підприємства нині розцінюється як недолік [1, с. 160].

Основним нормативно-правовим актом, який покликаний врегулювати Інтернет-торгівлю, є Закон України «Про електронну комерцію» (2015 р.). У законі наводиться, зокрема, два основних визначення, що стосуються електронної комерції (відносини, спрямовані на отримання прибутку, що виникають під час вчинення правочинів стосовно набуття, зміни або припинення цивільних прав та обов'язків, здійснені дистанційно з використанням інформаційно-телекомунікаційних систем, внаслідок чого в учасників таких відносин виникають права та обов'язки майнового характеру) та електронної торгівлі (господарська діяльність у сфері електронної купівлі-продажу, реалізації товарів дистанційним способом покушцю шляхом вчинення електронних правочинів із використанням інформаційно-телекомунікаційних систем), а також визначаються джерела правового регулювання у сфері електронної комерції, до яких відносяться Конституція України, Цивільний і Господарський кодекси України, закони України «Про захист прав споживачів», «Про рекламу», «Про електронні документи та електронний документообіг», «Про захист інформації в інформаційно-телекомунікаційних системах», «Про захист персональних даних», міжнародних договорів України тощо [2].

Слід відзначити, що, хоча у Законі і наголошується

на свободі провадження підприємницької діяльності з використанням інформаційно-телекомунікаційних систем, як доводить вивчення законодавства, правове регулювання відповідних питань вимагає подальшого вдосконалення. І це не дивно, адже інформаційно-комунікаційні технології тяжіють до швидкого розвитку, а відтак законодавче регулювання не може своєчасно підлаштовуватись під технологічний прогрес. Так, з часу опублікування закону у 2015 р., у редакції 2017 р. його лише було доповнено низкою положень, що стосуються врегулювання діяльності постачальників послуг проміжного характеру [2]. У цьому контексті погодимось з С.М. Ілляшенко та Т.Є. Івановою стосовно того, що втручання держави в електронний бізнес загрожує підприємцям підвищеними податками та обмеженістю свободи їхніх дій, що може істотно знизити його привабливість; проте розумна його регламентація дозволить захистити права споживачів і понизити їхні ризики. Для повноцінного розвитку Інтернет-торгівлі, зазначають науковці, в Україні бракує чітких правил регулювання комерційної діяльності в Інтернеті, які б не обмежували дії підприємців й одночасно захищали права споживачів у мережі [3, с. 76].

Тим не менш, Закон України «Про електронну комерцію» закріплює низку принципів, що мають суттєве значення для подальшого розвитку Інтернет-торгівлі в Україні, зокрема: свобода провадження підприємницької діяльності з використанням інформаційно-телекомунікаційних систем; свобода вибору контрагента, електронних засобів, видів та форм діяльності; свобода конкуренції та забезпечення її сумлінності; свобода вчинення електронних правочинів; рівність і охорона прав учасників відносин у сфері електронної комерції; дотримання вимог законодавства, правил професійної етики, повага до прав, свобод, законних інтересів учасників відносин у сфері електронної комерції; забезпечення належної якості товарів, робіт та послуг, що реалізуються у сфері електронної комерції; однаковість юридичної сили електронних правочинів та правочинів, укладених в іншій формі, передбаченій законодавством; забезпечення доступу до інформації всіх учасників відносин у сфері електронної комерції; доступність комерційних електронних повідомлень та можливість обмеження їх надходження [2].

Слід відзначити, що у аналізованому законі не прописані організаційні моделі Інтернет-торгівлі. За спостереженням Т. Дубовик, нині на українському ринку Інтернет-торгівлі представлені такі бізнес-моделі діяльності підприємств: підприємства, для яких торгівля в Інтернеті є професійним бізнесом, мають у своїй структурі підрозділи, що забезпечують високу якість обслуговування клієнтів; мережі торговельних підприємств, які мають великий асортимент товарів і за рахунок надання послуг із доставки збільшують обсяги продажів; Інтернет-магазини, які мають власний сайт, працюють як посередники між споживачем і традиційним роздрібним магазином та, як правило, не мають служби доставки; традиційні роздрібні магазини, які мають власний сайт, що виконує функції вітрини і є доповненням до основного бізнесу [4, с. 22].

Основною умовою розвитку Інтернет-торгівлі є доступність мережі Інтернет. За даними обстеження домогосподарств, проведеного Державною службою

статистики України, у 2016 р. користувалось послугами Інтернету 53,0% опитаних, у 2017 р. – 58,9 %. Не менше, ніж раз на день користувались Інтернетом 71,2 % опитаних. Основна частка користувачів здійснювали доступ до Інтернету з дому (93,0 %), мобільний телефон (31,0 %), на роботі (13,4 %). Водночас, з метою купівлі товарів та послуг мережею користувались лише 16,4 % опитаних [5]. За даними Державною служби статистики України, за 9 місяців 2017 р. роздрібний товарооборот склав 415,633 млрд. грн., у тому числі, через мережу Інтернет – 4,485 млрд. грн. [6]. Зазначене свідчить про значний невикористаний

потенціал Інтернету як інструменту роздрібної торгівлі в Україні.

Одним з показників, що можливо застосувати для оцінки організаційних аспектів Інтернет-торгівлі є можливості веб-сайту підприємств при використанні мережі Інтернет. За даними Державної служби статистики України (2016 р.), з 15608 підприємств, які мали веб-сайт, який функціонував у мережі Інтернет, у 2570 веб-сайт забезпечував можливості постачання продукції та послуг у режимі он-лайн, а у 4255 можливість відвідувачів формувати замовлення товарів та послуг у режимі он-лайн (рис. 1).



Рис. 1. Відсоток підприємств, які мали веб-сайт з можливостями у сфері Інтернет-торгівлі [сформовано автором за даними Державної служби статистики [7]]

Перехід до Інтернет-торгівлі супроводжується інформатизацією підприємств ритейлу. Як зазначається у звіті «Глобальні сили ритейлу 2016», «Глобальний аналіз свідчить, що вже існує розрив між цифровою поведінкою споживачів та їхніми очікуваннями та здатністю місцевих роздрібних продавців досягати бажаних очікувань – «новий цифровий розрив». Останній створює критичний виклик для ритейлу. Для того, щоб залишатися актуальними на нинішньому ринку, роздрібні торговці повинні розуміти розвиваються цифрові потреби своїх клієнтів і покращувати свою здатність передбачати і формувати потреби завтрашнього дня. З більшою кількістю покупців, у країнах розвинених та тих, що розвиваються, охоплюючи культурні тенденції та отримуючи доступ до технології, яка дозволить їм бути «на зв'язку» 100 % часу, роздрібні торговці у всім світі повинні розвивати нові пропозиції, щоб відповідати поведінці нового споживача» [8].

Відзначимо, що вітчизняний ритейл має усі можливості для інноваційного розвитку, адже в Україні є досить багато фахівців у сфері інформаційних технологій, залучення яких до створення нових та розвитку існуючих площадок інтернет-торгівлі може у перспективі дозволити конкурувати з гігантами онлайн-продажів.

Інформатизація торгівлі є процесом, невідривно пов'язаним з інноваціями. З цього приводу погоджуємось

з висновками Я.М. Антонюк стосовно того, що «Сучасний інноваційний процес в торгівлі проявляється через реалізацію організаційно-управлінських рішень на рівні галузі та через впровадження техніко-технологічних рішень на рівні підприємства. В оптовій торгівлі інновації зводяться до запровадження нової філософії у роботі учасників товаропросування, орієнтованої на зацікавленість доведення продукції виробником до кінцевого споживача, в роздрібній торгівлі – до масового впровадження сучасних форматів торгівлі. На рівні підприємства інновації в торгівлі передбачають раціоналізацію торгово-технологічного процесу на основі нових наукових розробок та вдосконалення роботи з кінцевими споживачами через реалізацію дисконтних і програм лояльності покупців, клуби споживачів тощо» [9, с. 48].

Інноваційна діяльність вимагає інвестиційного забезпечення, основним чинником якого є довіра. За цим напрямком в Україні спостерігаються певні проблеми. Як зазначають С.М. Ілляшенко та Т.Є. Іванова основною проблемою реалізації товарів та послуг є недовіра фактичних і потенційних споживачів до продавців, адже кожен третій on-line покупець стикався із шахрайством. Така ситуація, вважають науковці, характерна не лише для українського Інтернет-ринку, а й для світу в цілому, оскільки недовіра цільових аудиторій підкріплюється неможливістю адекватно оцінити якість то-

вару або послуги, що викликає сумніви стосовно покупок on-line [3, с. 79].

За результатами проведеного дослідження можемо відзначити наявність таких основних проблемних ситуацій в Україні у сфері Інтернет-торгівлі.

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 підприємствами за такими видами економічної діяльності, як постачання електроенергії, газу та пари; водопостачання і поводження з відходами, будівництво, операції з нерухомим майном, професійна, наукова та технічна діяльність.

4. Відсутність підтримки механізмів кооперації підприємств з метою розробки методів, моделей та механізмів Інтернет-торгівлі, впровадження інноваційних рішень у онлайн-рітейлі.

5. Низький рівень довіри у суспільстві до інструментів інтернет-торгівлі.

Для подолання вказаних проблем пропонуємо такі кроки:

1. Створення Департаменту з електронної комерції Міністерства економічного розвитку і торгівлі України, до сфери відповідальності якого віднести моніторинг стану Інтернет-торгівлі, розробку концепцій, стратегій розвитку за цим напрямком, формування пропозицій стосовно удосконалення нормативно-правового забезпечення, сприяння кооперації та інноваціям у сфері.

2. Створення державного механізму стимулювання Інтернет-торгівлі шляхом встановлення пільгових податкових ставок, зменшення тарифів на кур'єрську доставку, напрацювання інструментів унебезпечення від шахрайства при одночасному досягненні високої прозорості та добросовісності діяльності підприємств сфери.

3. Створення мережі з надання інформаційно-консультативних послуг малим та середнім підприємцям з питань виходу на онлайн-ринок, просування товарів на експорт, обліку та оподаткування операцій; а також підтримки споживачів з метою підвищення довіри до Інтернет-торгівлі.

## ВИСНОВКИ

Як було встановлено у ході проведення дослідження, роздрібна Інтернет-торгівля має значні перспективи розвитку в Україні. Цьому сприяє поширеність використання Інтернету населенням, поступовий розвиток нормативно-правового забезпечення, зростаючий попит, обумовлений зручністю здійснення роздрібних покупок у мережі. Водночас, розвиток роздрібно-торгівлі в Україні сповільнений через наявність низки проблем, вирішення яких залежить від консолідації зусиль державної влади та підприємств роздрібно-торгівлі з урахуванням перспектив глобальної конкуренції.

Перспективним напрямком подальших досліджень

є вдосконалення механізмів розвитку експортного потенціалу вітчизняних підприємств з застосуванням інструментів Інтернет-торгівлі.

## Список використаних джерел

1. Тягунова Н.М., Гудзенко М.Ю. Інтернет-торгівля: сутність та особливості. Вісник Полтавської державної аграрної академії. 2013. № 3. С. 160-162.

2. Про електронну комерцію: Закон України № 675-VIII від 03.09.2015. Станом на 26.04.2017. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19>

3. Ілляшенко С.М., Іванова Т.С. Перспективи та основні проблеми розвитку інтернет-торгівлі в Україні. Mechanism of Economic Regulation. 2014. № 3. С. 72-81.

4. Дубовик Т. Інтернет-торгівля в Україні. URL: <http://visnik.knteu.kiev.ua/files/2013/01/2.pdf>

5. Доступ домогосподарств України до інтернету у 2017 році: статистичний збірник URL: [https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat\\_u/2018/zb/06/zb\\_ddudi\\_2017.pdf](https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/2018/zb/06/zb_ddudi_2017.pdf)

6. Продаж і запаси товарів у торговій мережі підприємств. URL: [http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/2017/bl/12/bl\\_pzttmp1t0917pdf.zip](http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2017/bl/12/bl_pzttmp1t0917pdf.zip)

7. Використання інформаційно-комунікаційних технологій на підприємствах: статистичний бюлетень. URL: [http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/2017/bl/07/bl\\_viktp2016w.zip](http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2017/bl/07/bl_viktp2016w.zip)

8. Global Powers of Retailing 2016 Navigating the new digital divide. URL: <https://www2.deloitte.com/uk/en/pages/consumer-business/articles/global-powers-of-retailing.html>

9. Антонюк Я.М. Особливості інноваційного процесу в торгівлі в сучасних умовах. Торгівля, комерція, підприємництво. 2011. Вип. 12. С. 45-48.

## References

1. Tiahunova N.M., Hudzenko M.Y. Internet commerce: essence and features. Bulletin of the Poltava State Agrarian Academy. 2013. № 3. pp. 160-162. (in Ukrainian).

2. About e-commerce: Law of Ukraine No. 675-VIII of 09.03.2015 on April 26, 2017. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19> (in Ukrainian).

3. Illiashenko S.M., Ivanova T.Y. Prospects and main problems of development of Internet commerce in Ukraine. Mechanism of Economic Regulation. 2014. № 3. pp. 72-81 (in Ukrainian).

4. Dubovik T. Internet commerce in Ukraine. URL: <http://visnik.knteu.kiev.ua/files/2013/01/2.pdf> (in Ukrainian).

5. Ukrainian households' access to the Internet in 2017: the statistical collection URL: [https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat\\_u/2018/zb/06/zb\\_ddudi\\_2017.pdf](https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/2018/zb/06/zb_ddudi_2017.pdf) (in Ukrainian).

6. Sales and stocks of goods in the trading network of enterprises. URL: [http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/2017/bl/12/bl\\_pzttmp1t0917pdf.zip](http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2017/bl/12/bl_pzttmp1t0917pdf.zip) (in Ukrainian).

7. Use of information and communication technologies at enterprises: the statistical bulletin. URL: [http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/2017/bl/07/bl\\_viktp2016w.zip](http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2017/bl/07/bl_viktp2016w.zip) (in Ukrainian).

8. Global Powers of Retailing 2016: Navigating the new digital divide. URL: <https://www2.deloitte.com/en/en/pages/consumer-business/articles/global-powers-of-retailing.html>

9. Antonyuk Ya. M. Features of the innovation process in trade in modern conditions. Trade, commerce, entrepreneurship. 2011. Issue 12. pp. 45-48. (in Ukrainian).