**Ольховий Сергій Володимирович**,

здобувач ступеня доктора філософії Донецького національного університету імені Василя Стуса. Науковий керівник: д.е.н., професор Прямухіна Н.В.

ORCSD 0009-0006-0439-0757

**РОЗВИТОК ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ ЯК СКЛАДОВА ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ**

Рівень розвитку інформаційних технологій розширює сфери використання комп’ютерних засобів від технологій збереження та обміну інформації до використання штучного інтелекту в багатьох сферах суспільного життя, зокрема створення передумов для розвитку електронної комерції. Нині ринок електронної комерції стрімко росте як вертикально, так і горизонтально, тобто за обсягами та видами пропонованих послуг.

 Створення концепції електронної комерції, формування методологічних основ та механізмів функціонування досліджувались багатьма сучасними зарубіжними та вітчизняними вченими в галузі кібернетики, економіки, соціології, психології. Серед дослідників проблеми існування такого явища як електронна комерція варто відзначити роботи П. Стейнбарта та Р. Уотсона, в яких розглянуто аспекти передумов виникнення та перспективи розвитку електронної комерції.

Під електронною комерцією як правило розуміють спосіб реалізації товарів та послуг через посередництво торгівельних структур які перенесли поле своєї діяльності в Інтернет. Розвиток інформаційних технологій в останньому десятиріччі значно розширив можливості бізнесу від етапу створення комерційної ідеї до реалізації готового продукту споживачеві. Таким чином електронну комерцію варто розглядати як сферу господарських та комерційних взаємодій між учасниками бізнесу з використанням інформаційних технологій та мереж [1]. Серед основних моделей ведення електронної комерції варто зосередитись на наступних:

* посередництво – до цієї моделі належать, насамперед, біржі та торгівельні посередники. Обсяг торгів за цією моделлю електронної комерції на найбільших фондових біржах України зріс до 436,4 млрд грн [2];
* реклама – питома вага цієї моделі електронної комерції суттєво більша, ніж попередньої. Розвивається ця модель швидше за решту моделей, так на *Digital (Internet) Media* рекламу витрачено у 2023 р. 12, 8 млрд грн, що становить 59% загальних витрат на рекламу [3];
* пряма торгівля – модель електронної комерції, яка дозволяє виробникам реалізовувати продукції безпосередньо кінцевому споживачу. Ця модель не отримала в Україні поширення, оскільки вимагає великої роботи безпосередньо підприємства-виробника в галузі реклами, маркетингу, логістики та інше;
* торгівельна модель – класична система інтернет-магазинів. Наймасовіша за кількістю учасників (як продавців, так і купців). Власне саме цю модель ведення електронного бізнесу більшість і вважають електронною комерцією. В Україні серед найбільших бізнес проектів за цією моделлю можна назвати електронні майданчики *Prom, Rozetka, OLX*. В Україні у 2023 р. зареєстровано на постійній основі 18 млн користувачів цих майданчиків, з яких здійснили покупки 9,9 млн, а середній чек онлайн-покупки досяг 1225 грн [4];
* підписна модель – в межах цієї моделі здійснюється розповсюдження комерційних контент-сервісів включаючи навчальний контент (онлайн курси, тощо).

Український сегмент електронної комерції має ряд особливостей. Зокрема, в українській економіці найбільшого розвитку отримала Торгівельна модель е-комерції з чітко вираженою монополізацією сектору кількома великими гравцями, а саме ТОВ «УАПРОМ» (власник сайту *Prom.ua*, юрисдикція України), Холдингова компанія Naspers (сайт *OLX* юрисдикція Нідерланди), та Інтернет-магазин rozetka.ua (Кіпрської офшорної компанії «Temania Enterprises Ltd» під юрисдикцією України). Ці три компанії обіймають близько 2/3 від загального обсягу е-комерції за торгівельною моделлю.

Другою особливістю е-комерції в Україні можна назвати намагання створити власну систему доставки, системи розрахунків, систем захисту особистих даних та прав покупця, що призводить до відсутності єдиних стандартів та чітко окреслених підходів, весь механізм працює на споживача.

Третя особливість е-комерції в Україні – не достатньо розвинена система прямої торгівлі. Позитивним явищем притаманним е-комерції в Україні є інтенсивний розвиток підписної моделі в частині створення, розповсюдження навчального контенту як на безоплатній, так і на комерційній основі. Причиною бурного росту цього сегменту в Україні стали ковідні обмеження у 2019-2020 рр. та початок повномасштабного вторгнення рф. В цілому розвиток е-комерції в Україні прискорюється, так у 2016-2017 рр. обсяги електронної торгівлі сягали 1,5-1,9 млрд долл. США, у 2023 р. обсяг електронної торгівлі перевищив 5 млрд долл. США [4, 5].

Висновки. Інтенсивний розвиток інформаційних технологій призвів до появи нових форм і методів ведення бізнесу, які отримали узагальнюючу назве електронна комерція, сутність якої полягає в перенесенні економічних стосунків і комунікації між виробником і споживачем товарів та послуг у віртуальне середовище. Наслідком такого переносу є економія коштів та часу які затрачаються на комунікацію в режимі offline. Специфіка ведення електронної комерції вимагає від всіх учасників формування нових підходів до ведення бізнесу, вивчення її законів, особливостей. Перспективність електронної комерції очевидна як на міжнародному ринку, так і в Україні, зокрема, через відсутність кордонів, зручність та фінансову доступність, а також простоту використання відповідних механізмів, які швидко трансформуються відповідно до змін ринкових тенденцій.

**Література**

Червона О.Ю. Тенденції розвитку електронної комерції. *Науковий вісник Херсонського державного університету.* Вип. 39. 2020 р. С 65-68.

"Українська біржа" заявляє про відсутність підстав позбавлення її ліцензії та готова юридично відстоювати свою правоту. *Interfax Ukraine*. Електронний ресурс URL: https://interfax.com.ua/news/economic/983605.html

Об'єм рекламно-комунікаційного ринку України 2023 і прогноз об'ємів ринку 2024. *Всеукраїнська рекламна коаліція.* Електронний ресурс URL: https://vrk.org.ua/news-events/2023/ad-volume-2024.html

Артемчук М. Як змінився ринок інтернет-продажів з 2022 року. *Sprava.prom.* Електронний ресурс URL: https://sprava.prom.ua/yak-zminyvsya-rynok-internet-prodazhiv/

Маліцька Г. Г., Мельник О. І. Особливості електронної комерції та стан її розвитку в сучасних економічних умовах України. *Ефективна економіка.* URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/12\_2018/76.pdf