

пристроїв або датчиків 13,8% підприємств, геолокаційні дані, отримані із портативних пристроїв обробляли 7%, дані із соціальних медіа збирали 2,1% підприємств.

Проведений аналіз дозволив виявити наступні проблеми в інфраструктурному забезпеченні процесів діджиталізації на підприємствах постачання електроенергії та теплоносіїв України: процес комп'ютеризації не набув ознак сталості; низький рівень використання Інтернету при комунікації з органами державної влади та споживачами; недостатній рівень забезпечення веб-ресурсами, смарт-пристроями та портативними пристроями для збору «великих даних». Отже, зосередження організаційних та фінансових ресурсів для розв'язання цих проблем – це об'єктивна необхідність цифрового розвитку вітчизняних підприємств постачання електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря.

Список використаних джерел:

1. На шляху до єдиного цифрового ринку ЄС. / ГО «Український центр європейської політики», 2021. URL: <https://ucep.org.ua/doslidzhennya/na-shlyahu-do-yedynogo-cyifrovogo-rynku-yes-elektronna-komercziya-telekomunikacziyi-dovirchi-poslugu.html>
2. Використання інформаційно-комунікаційних технологій на підприємствах: статистичні дані / Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ ЯК ЕЛЕМЕНТ СТАЛОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

Кириченко А. В., к.е.н., доцент

Додачко С. А. студент

Національний університет біоресурсів і природокористування України

Останніми роками, особливо під впливом світової пандемії, відбувається динамічне зростання електронної комерції в усьому світі, яка розглядається як важливий елемент сталого розвитку економіки та суспільства. Сучасні реалії підприємницької діяльності потребують розширення каналів збуту товарів саме за допомогою застосування електронної комерції. Ця тенденція обумовлена тим, що такий підхід вимагає менших фінансових інвестицій на початковому етапі в порівнянні з класичною формою реалізації продукції, а також є більш зручним і швидким способом замовлення та отримання товарів споживачем.

В світі у 2020 р. обсяг електронного роздрібного продажу перевищив 4,28 трлн доларів США. Ще два роки тому лише 13,6% продажів було здійснено за допомогою онлайн-покупок. Сьогодні, згідно прогнозів, ця кількість досягне 19,5% у 2021 р., тобто збільшення частки ринку електронної комерції на 45,8% протягом

This project has been funded with support from the European Commission. This document reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained there in.

Цей проєкт фінансується за підтримки Європейської Комісії. Цей документ відображає лише погляди автора, і Комісія не несе відповідальності за будь-яке використання інформації, що міститься в документі. [Кафедра маркетингу ГДАТУ](#)

двох років. Очікується, що зростання продовжиться, досягнувши 21,8% до 2024 р., що означає збільшення на 8,2 % лише за п'ять років. Зростання роздрібних продажів у глобальному масштабі буде продовжувати зростати і поглинати більшу частку роздрібною ринку. За даними eMarketer, роздрібна торгівля в інтернеті досягне 6,39 трлн дол. США. Незважаючи на те, що в 2020 р. роздрібна торгівля мала важкий рік, на кожному національному ринку, охопленому eMarketer, спостерігалось двозначне зростання електронної комерції. Латинська Америка спостерігала неймовірне зростання (36,7%), незважаючи на 3,4% загального роздрібною продажу. Електронний комерційний сектор Аргентини в 2020 р. виріс на 79%, за ним слідував Сінгапур – на 71,1% [1].

Порівнюючи український обсяг електронної комерції з іншими державами, можна стверджувати, що Україна все ще знаходиться на стадії становлення. Крім того, враховуючи той факт, що ринок не зрілий, він, надзвичайно швидко буде зростати. У той же час, добре показує себе ринок роздрібною торгівлі, який зростає на 3,9%. Також в Україні постійно зменшується кількість офлайн-магазинів, що позитивно впливає на онлайн торгівлю. Недивлячись на великий щорічний приріст, Україні ще далеко до лідерів в області електронної комерції, хоча якщо досягти успіху в подоланні деяких проблем, потенціал росту нашої держави буде ще більший. Наприклад, рівень інтернет покриття в Україні всього 67% на 2019 р., що навіть не є середнім показником в Східній Європі, а людей, які здійснюють покупки в інтернеті лише 21%.

Кількість підприємств, які здійснювали закупівлі продукції онлайн, зростає за 2016-2019 рр. на 42,3 %. Кількість підприємств, які отримували замовлення на продаж продукції через мережу інтернет, навпаки, скоротилася на 2,5 %. Частка обсягу реалізованою продукції, отриманою від торгівлі через веб-сайти або прикладні програми (додатки), становила у 2019 р. 4,5 % загальноукраїнського обсягу реалізованою продукції підприємств [2, с. 158].

Аналіз розвитку світової та української електронної комерції дає підстави стверджувати, що в подальшому буде спостерігатись нарощування такого виду торгівлі. Цьому сприятиме світова пандемія, здешевлення доставки, зручність та безпечність сплати за товар онлайн, швидкість та якість обслуговування в інтернет-магазинах.

Список використаних джерел:

1. Кириченко А. В., Березовська, Л. О. Логістична діяльність у сфері міжнародної електронної комерції. *Економіка та суспільство*. 2021. №28. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-28-16>
2. Формування системи внутрішньої торгівлі України: теорія, практика, інновації: колективна монографія / [В. В. Лісци, В. І. Місюкевич, О. М. Михайленко та ін.]. Полтава, 2020. 232 с.

This project has been funded with support from the European Commission. This document reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained there in.

Цей проект фінансується за підтримки Європейської Комісії. Цей документ відображає лише погляди автора, і Комісія не несе відповідальності за будь-яке використання інформації, що міститься в документі. [Кафедра маркетингу ТДАТУ](#)