

## ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ Е-КОМЕРЦІЇ В УКРАЇНІ

**Т.М. Квятко**, канд. екон. наук, доц.  
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Торгівля в мережі Інтернет сьогодні набуває все більшої популярності та стає досить прибутковою, і саме тому розвитку даного напрямку бізнес-діяльності фахівці приділяють особливу увагу. Глобальна мережа дає можливість товаровиробникам представляти свою продукцію на міжнародних ринках. Ще одним фактором ефективного розвитку даного напрямку виступає сектор інформаційно-комунікативних технологій, адже саме він сприяє швидкісному зростанню економічних показників в будь яких країнах світу. Електронна комерція набула своєї популярності протягом останніх 20-ти років, а це порівняно з іншими галузевими напрямками бізнес-діяльності є дуже коротким терміном.

Наразі існує більше 10 різних бізнес-моделей для продажу товарів в мережі Інтернет [1], однак ключовими з них є:

- В2С (виробник-споживач);
- В2В (компанія-компанія);
- С2В (споживач-виробник);
- С2С (споживач-споживач).

Саме модель В2С була першою, в якій компанія (яка займається комерційною діяльністю) виступила в ролі продавця продукції, а фізична особа в ролі споживача. За моделі В2В комерційні компанії грають роль, як продавця так і покупця. При цьому особливу увагу приділяють організаційній діяльності між компаніями в процесі виробництва продукції [3]. Саме використання даної бізнес-моделі дає змогу товаровиробникам представляти свої комерційні пропозиції, знаходити нових ділових партнерів на міжнародному рівні, опановувати нові сегменти ринків. За моделі С2В фізична особа виступає в ролі продавця, а компанія – в ролі покупця. Дана система організації продажів дає можливість споживачам встановлювати граничні ціни на товари, які пропонують компанії, тим самим формувати обсяг попиту на пропоновані товари. Однак, дана модель є найменш застосованою серед інших. За використання моделі С2С фізичні особи виступають і продавцями, і покупцями (сайти виступають лише в ролі посередників).

Ринок е-комерції в Україні до початку війни мав динамічні тенденції розвитку. У 2021 р. кількість безконтактних платежів зростає в два рази порівняно з 2020 р. Також у 2021 році частка мобільного е-

комерції становила близько 30% від загальних обсягів продажів на ринку е-комерції. За даними компанії СBR, в 2021 році в Україні 24,8 млн людей – це користувачі Інтернет. 33% українців були постійними онлайн-покупцями в 2021 році, тоді як в 2020 цей показник становив 29%. Карантинні обмеження пов'язані з Пандемією COVID-19 прискорили тенденцію переходу українців в онлайн-магазини. Однак події 2022 року негативно вплинули на всі сектори розвитку країни.

Е-комерція для України є відносно новим сектором розвитку економіки. Успішна організація бізнес-діяльності з врахуванням всіх можливих проблем, в подальшому, сприятиме ефективному просуванню країни в Інтернет-просторі.

### **Список використаних джерел**

1. Поведінка споживача: навч. посіб. / Бабко Н.М. та ін. Харків: ХНТУСГ, 2020. 170 с.

2. Бабко Н., Дузькратченко В., Микитась А.. Особливості маркетингової діяльності компаній в умовах пандемії коронавірусу. Університетські наукові записки: наук. часоп. Хмельниц. ун-т упр. та права ім. Леоніда Юзькова, Нац. акад. держ. упр. при Президентові України, Ін-т законодавства Верховної Ради України. Хмельницький, 2020. № 3-4. С. 86-92.

## **СУТНІСТЬ І ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЕКОЛОГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ**

**К.О. Коледіна**, канд. екон. наук, доц.

**Є.Д. Рейзлер**, здобувач вищої освіти

Харківський національний університет будівництва  
та архітектури, м. Харків, Україна

В останні роки стан нашої планети значно погіршився. Зокрема, головною причиною цього стало суттєве перенаселення, що потягло за собою неприємний ланцюжок наслідків: знищення екологічних систем, надмірне та нерациональне використання ресурсів планети, забруднення довкілля та інше. Ці явища викликали у суспільства досить велику стурбованість, тому все частіше компанії почали звертатися до концепції «зеленого маркетингу».

У сучасних умовах розвитку економіки України, коли вона знаходиться ще на трансформаційному рівні, важливо уміти