МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ВІДОКРЕМЛЕНИЙ СТРУКТУРНИЙ ПІДРОЗДІЛ
«КИЇВСЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ
ДЕРЖАВНОГО ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ»

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТОРГІВЛІ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

IV ВСЕУКРАЇНСЬКА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ

ЗБІРНИК ТЕЗ ДОПОВІДЕЙ

24 лютого 2022 року

Київ 2022

Так сталося, що дата проведення нашої конференції співпала з початком повномасштабного вторгнення окупантів. Але незважаючи на все, збірник тез учасників конференції сформований!

В наступному році чекаємо Вас на ювілейну V конференцію АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТОРГІВЛІ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ!

СЛАВА УКРАЇНІ!

ГЕРОЯМ СЛАВА!

УКРАЇНА ПЕРЕМОЖЕ!

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ВІДОКРЕМЛЕНИЙ СТРУКТУРНИЙ ПІДРОЗДІЛ
«КИЇВСЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ
ДЕРЖАВНОГО ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ»

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТОРГІВЛІ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

IV ВСЕУКРАЇНСЬКА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ

ЗБІРНИК ТЕЗ ДОПОВІДЕЙ

Електронне видання

24 лютого 2022 року

м. Київ

УДК 339.3:339.92

Актуальні проблеми та перспективи розвитку торгівлі в умовах євроінтеграції. – Київ : ВСП «Київський торговельно-економічний фаховий коледж ДТЕУ», 2022. 181 с.

В збірнику тез доповідей IV-ої Всеукраїнської науково-практичної конференції «Актуальні проблеми та перспективи розвитку торгівлі в умовах євроінтеграції» наведені теоретичні та експериментальні дослідження стосовно розвитку торгівлі в Україні на шляху до євроінтеграції.

Організаційний комітет конференції:
Голова оргкомітету:
Олег ОЛІЙНИК – доктор юридичних наук, професор, директор ВСП «КТЕФК ДТЕУ».
Члени оргкомітету:
Євгенія КОСТЮК – заступник директора з навчально-методичної роботи, спеціаліст вищої категорії, викладач-методист;
Наталія ДУДКА – завідувач відділення підприємництва, торгівлі та оціночної діяльності;
Наталія ЛИСЕНКО – голова циклової комісії товарознавства та підприємництва, спеціаліст вищої категорії, викладач-методист;
Лариса ТИМЧИК – голова циклової комісії інформаційних систем та технологій, спеціаліст вищої категорії;
Зоя КУРОВСЬКА – спеціаліст вищої категорії, викладач-методист;
Тетяна КАТАНЕ – викладач, спеціаліст другої категорії

Редакційна колегія: Зоя КУРОВСЬКА, Наталія ЛИСЕНКО, Лариса ТИМЧИК, Тетяна КАТАНЕ

Друкується за ухвалою педагогічної ради ВСП «Київський торговельно-економічний фаховий коледж ДТЕУ»

Тези доповідей друкуються в авторській редакції

Редколегія може не поділяти погляди авторів, викладені у збірнику.
Автори несуть повну відповідальність за опублікований матеріал.

© ВСП «Київський торговельно-економічний фаховий коледж ДТЕУ», 2022 рік

Артем ТРИБОЙ, здобувач освіти, III курс 127
ВСП «Київський торговельно-економічний фаховий коледж ДТЕУ»,
м. Київ
ТОВАРОЗНАВЧА ХАРАКТЕРИСТИКА ТА ОЦІНКА ЯКОСТІ
ЦУКЕРОК

Анастасія УГОЛЬНІЧЕНКО, здобувачка освіти, II курс 129
ВСП «Київський торговельно-економічний фаховий коледж ДТЕУ»,
м.Київ
БЕЗГЛЮТЕНОВА ПРОДУКЦІЯ НА РИНКУ УКРАЇНИ

Дмитро ХОМЕНКО, здобувач освіти, III курс 132
ВСП «Київський торговельно-економічний фаховий коледж ДТЕУ»,
м.Київ
ДОСЛІДЖЕННЯ СПОЖИВНИХ ВЛАСТИВОСТЕЙ ТА
АСОРТИМЕНТУ КАВИ ПРОВІДНИХ ТОРГОВЕЛЬНИХ МАРОК

Ірина ЧУБАТА, викладач вищої категорії, старший викладач 135
Тернопільський фаховий коледж харчових технологій і торгівлі,
м.Тернопіль
СУЧАСНІ ТРЕНДИ СВІТОВОГО КОНДИТЕРСЬКОГО РИНКУ

СЕКЦІЯ 4
ЕФЕКТИВНІ МЕТОДИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ E-COMMERCE

Анастасія БЕЛЕНОК, здобувачка освіти, I курс 138
ВСП «Київський торговельно-економічний фаховий коледж ДТЕУ»,
м.Київ
ЕЛЕКТРОННИЙ ОФІС, ЯК КРОК ВПЕРЕД

Надія БЕРЕЗІВСЬКА, спеціаліст вищої категорії, викладач-методист 140
Тернопільський фаховий коледж харчових технологій і торгівлі,
м.Тернопіль
СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТОРННОЇ КОМЕРЦІЇ В
УКРАЇНІ

Олександр ВОЛИНЕЦЬ, к.філос.н., викладач вищої категорії 143
ВСП «Київський торговельно-економічний фаховий коледж
КНТЕУ»,м.Київ
ОНЛАЙН-РЕКЛАМА ЯК ЗАСІБ ПРОСУВННЯ В E-COMMERCE

Оксана ГОРІНА, здобувачка освіти, III курс 145
ВСП «Фаховий коледж харчових технологій та підприємництва ДДТУ»,
м.Кам'янське

Надія БЕРЕЗІВСЬКА,
спеціаліст вищої категорії, викладач-методист,
Тернопільський фаховий коледж харчових технологій і торгівлі,
м. Тернопіль

СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТОРННОЇ КОМЕРЦІЇ В УКРАЇНІ

Електронна комерція (або e-commerce) – це сфера економіки, де з використанням Інтернету можливе проведення комерційних операцій між підприємствами або між підприємством та споживачами. Дані відносини, спрямовані на отримання прибутку, що виникають під час вчинення правочинів щодо 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 [1].

За останні кілька років електронна комерція стала невід'ємною частиною глобальної системи роздрібної торгівлі. Як і в багатьох інших галузях, роздрібна торгівля зазнала суттєвих змін після появи Інтернету, і завдяки триваючої цифровий трансформації сучасного життя споживачі практично з усіх країн тепер отримують вигоду від онлайн-транзакцій. Оскільки доступ до Інтернету та його поширення швидко ростуть у всьому світі, кількість покупців цифрових технологій продовжує рости з кожним роком. У 2020 році понад два мільярди чоловік придбали товари або послуги в Інтернеті, і протягом того ж року обсяг роздрібних продажів через Інтернет у всьому світі перевищило 4,2 трильйона доларів США [2].

Цифрова трансформація принесла зміни в способи ведення бізнесу в Україні. Покупки в Інтернеті стали набирати популярності у всьому світі завдяки технологічному прогресу і прагнення користувачів зробити своє життя більш зручною.

Актуальні тренди для української електронної комерції [2]:

- Спрощення інтерфейсу онлайн-магазинів
- Зростання частки mobile трафіку
- Перехід на D2C (direct to consumer)
- Зменшення швидкості завантаження
- Збільшення впливу соціальних мереж
- Впровадження екстра-сервісу і додаткової цінності для клієнта
- Чати і боти
- Персоналізована видача товару
- Доставка день в день
- Курс на маркетплейси
- Розвиток системи кредитування і розстрочки
- Омнікальність, щоб конкурувати з онлайн-платформами.

Значна кількість міжнародних брендів, таких як: COLIN`S, IKEA, Stradivarius, MINI SO, PULL & BEAR і ін. - запустили онлайн-магазини протягом 2020 року.

А продуктовий рітейлер АТВ-Маркет запустив свій перший онлайн-магазин під час локдауна і ввели нову послугу click & collect, що дозволяє забрати продукти в магазині після онлайн-покупки.

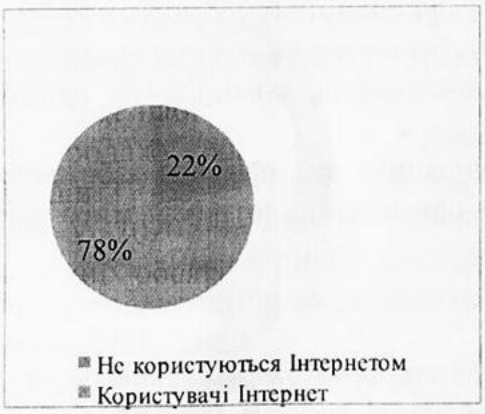
В Україні кількість безконтактних платежів по 2020 рік зросла в два рази. Одним з найпопулярніших методів оплати вважається Приват24, є також національна платіжна система ПРОСТІР. За даними ПриватБанку, його додатком для проведення оплати активно користуються 10 млн українців, тобто практично кожен четвертий житель країни. І однозначно тенденція до зростання локальних методів оплати збережеться і посилиться в новому році.

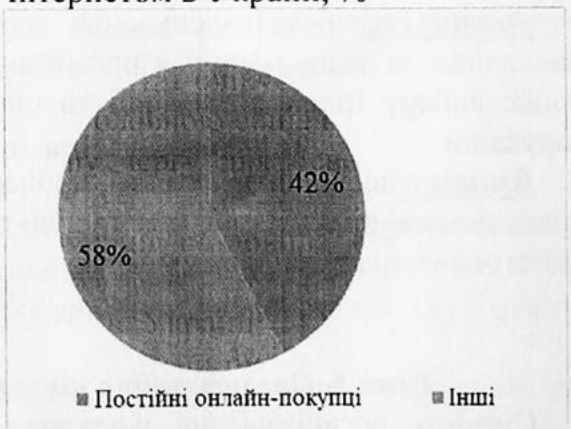
Social Shopping активно розвивається в світі, і очікується, що в найближчі роки буде набирати популярність і в Україні. Головною соціальною майданчиком для продажу залишається Instagram, в першу чергу для невеликих локальних брендів.

У 2020 році частка мобільного е-комерції становила близько 30% від загальних обсягів продажів на ринку е-комерції.

За даними компанії CBR, в 2020 році в Україні 24,8 млн. людей - це користувачі Інтернет. 33% українців були постійними онлайн-покупцями в 2020 році, тоді як в 2019 цей показник становив 29%. Карантинний обмеження пов'язані з пандемією COVID-19 прискорили тенденцію переходу українців в онлайн-магазини [2].

Доля користувачів Інтернетом в Україні, %





**Джерело за даними дослідження CRB*

За даними соціологічного опитування, проведеного в березні 2021 року, в якому брав участь 747 респондентів - 12% жінок і 2,8% чоловіків купують одяг, взуття, аксесуари саме через Instagram. Також зростає попит на товари для будинку, декор та косметику [2].

Українці виказують інтерес до e-commerce в ролі покупців та продавців. Це побічно доводить статистика Google. Українські користувачі стали активно шукати що продавати в інтернеті. За 2021 рік найбільш популярними товарами в інтернеті були засоби індивідуального захисту, одяг і товари для дому. Можна очікувати, що інтернет-магазинів в цих нішах побільшає в 2022 році [3].

Основні фактори, які гальмують розвиток українського ринку електронної комерції [4]:

- відсутність законодавчої бази, яка б регулювала процес купівлі/продажу онлайн, здійснення електронних платежів за оплачені товари/послуги та яка б встановлювала прозорі правила гри на ринку (як для продавців, так і для покупців);
- слабо розвинена національна система електронних платежів;
- низька ефективність більшості існуючих українських торговельних майданчиків;
- низький рівень проникнення інтернету (особливо в регіонах).

Та попри це перспективи для розвитку ринку е-комерції сприятливі: аналітичний портал Statista прогнозує його зростання в Україні протягом 2021–2024 рр. на рівні 14%/рік [5].

Для України актуально на сьогодні, для ведення бізнесу в Інтернет, вирішення наступних питань [4]:

- прийняття та регламентація законів, нормативних актів, інструкцій;
- фінансування наукових досліджень;
- криптографії;
- цифрового підпису;
- платіжних систем для ведення розрахунків в Інтернет;
- створення в правоохоронних органах, зокрема в МВС, підрозділів по боротьбі з кіберзлочинами.

Отже, можна зробити висновок, що e-commerce все сильніше проникає в життя звичайних українців і це сприяє розвитку ринку. Очікується, що в 2022 році обсяг продажів зросте ще приблизно на 30%. Підприємцям потрібно бути готовим до напливу нових клієнтів та підвищувати рівень обслуговування.

Список інформаційних джерел

1. Електронна комерція та онлайн продажі: сайт. URL: https://www.legalaid.gov.ua/publikatsiyi/elektronna-komertsiya-ta-onlajn-prodazhi/
2. Аналіз ринку електронної комерції в Україні. 2021 рік: сайт. URL: https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-elektronnoj-kommercii-v-ukraine-2021-god
3. E-commerce 2021 — як розвивається інтернет-ринок в Україні: сайт. URL: https://horoshop.ua/ua/blog/e-commerce-2021-v-ukraine/
4. Електронна комерція: сайт. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Електронна_комерція
5. Куди йде електронна комерція. Мовою цифр: сайт. URL: https://razumkov.org.ua/statti/kudy-ide-elektronna-komertsiia-movoiu-tsyfr