

Електронне наукове фахове видання "Ефективна економіка" включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Наказ Міністерства освіти і науки України від 29.12.2014 № 1528) [www. economy.nayka.com. ua](http://www.economy.nayka.com.ua) | № 1, 2019 | 31.01.2019 р.

DOI: [10.32702/2307-2105-2019.1.49](https://doi.org/10.32702/2307-2105-2019.1.49)

УДК 339.13, 339.17

*I. А. Мальята,
к. е. н., доцент, доцент кафедри міжнародних економічних відносин,
регіональних студій та туризму, Університет митної справи та фінансів, м. Дніпро
А. Є. Оголь,
магістр, Університет митної справи та фінансів, м. Дніпро*

АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНТЕРНЕТ-ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ

*I. A. Malyuta
Ph. D., Associate Professor, Department of International Economic Relations,
Regional Studies and Tourism, University of Customs and Finance
A. E. Ogol
Master, University of Customs and Finance*

ANALYSIS OF THE CURRENT STATE AND PROSPECTS OF INTERNET COMMERCE DEVELOPMENT IN UKRAINE

У статті встановлено сутність поняття електронної комерції та її форми. Проведено аналіз найбільших світових онлайн-ритейлерів, таких як Amazon, eBay та Alibaba. Проаналізовано динаміку чистого прибутку Amazon та eBay за 2013-2017 рр. Наведено основні нормативні документи, що регулюють діяльність електронної комерції як у світі, так й в Україні, а також надано перелік організацій, що здійснюють нормотворчу діяльність в сфері Інтернет-торгівлі. Проведено порівняльний аналіз ринку E-commerce країн-лідерів та України. Надано перелік найбільших торговельних майданчиків, де здійснюється E-commerce в Україні. Проаналізовано сучасний стан обсягів Інтернет-торгівлі в Україні, а також проведено прогнозування обсягів ринку E-commerce в Україні на 2019-20 рр. за допомогою лінійного тренду.

The article establishes the essence of the concept of e-commerce and its main forms. It is pointed out that by analyzing the Internet commerce market in Ukraine, it is necessary first to determine its role in shaping the market economy of modern economic relations. The analysis of the world's largest online retailers, such as Amazon, eBay and Alibaba, has been conducted. The chart of share of the top 3 world e-commerce players in 2016 is given in%. The dynamics of net profit of online retailers of Amazon and eBay for 2013-2017 has been analyzed, a comparative analysis of Internet site data and the difference between their business models have been made. The main normative documents regulating e-commerce activity in the world and in Ukraine are presented, as well as a list of organizations that carry out standard-setting activities in the field of Internet commerce. A comparative analysis of the e-commerce market of the leading countries and Ukraine was carried out. Three of the world's leaders in terms of Internet commerce are listed. E-commerce Markets data on the number of people who made purchases via Internet networks in Ukraine and Eastern European countries is presented, comparative analysis of indicators is given. The list of the largest

trading venues where E-commerce in Ukraine is carried out is given. The diagram of the share of the largest online stores of Ukraine in 2016 in the e-commerce market was constructed. The graph shows the change in the volume of Internet commerce in Ukraine from 2012 to 2018, in billion dollars. USA. The article provides data on the penetration of Internet commerce in Ukraine in% during 2012-2017. The present state of Internet trading volume in Ukraine is analyzed, as well as the forecasting of the volumes of the market of e-commerce in Ukraine for 2019-20 with the help of a linear trend . The linear trend is built using the built-in capabilities of Microsoft Excel spreadsheets. So according to the forecast, the volume of Internet commerce in Ukraine in 2019 will be at the level of 2.1214 billion dollars. USA, indicating a growing trend. The forecast for 2020 is \$ 2.3389 billion. USA, indicating a significant increase in Internet commerce during the projected years. The article outlines the advantages and disadvantages of the current state of Internet commerce in Ukraine, as well as provides a list of perspective directions of development.

Ключові слова: електронна комерція; електронна торгівля; всесвітня мережа інтернет; товар; послуга; реалізація.

Keywords: E-commerce; World Wide Web; Product; Service; Implementation.

Постановка проблеми. Інтернет-торгівля відносно нова галузь в економіці України. Одночасно з розвитком роздрібною торгівлі в Україні спостерігається посилення ролі мережі Інтернет у збуті товарів і послуг. Споживачі все частіше звертаються до мережі Інтернет, бо це має низку переваг: низька ціна, зручність у придбанні, економія часу тощо. Однак основні показники е-ринку України значно відстають від показників країн Китаю, США, Японії та Західної Європи як за обсягами, бізнес-моделями ведення бізнесу, так і за розвитком інфраструктури. Тому для того, щоб інтернет-торгівля була ефективною для всіх учасників платіжних трансакцій, важливо чітко розуміти переваги та недоліки інтернет-торгівлі як для споживача, так і для підприємця. Аналізуючи ринок інтернет-торгівлі в Україні, необхідно спершу визначити її роль у формуванні ринкової економіки сучасних господарських зв'язків, а також перспективи переходу на якісно новий рівень торгівельних відносин у глобальній мережі Інтернет.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Дослідження розвитку сфери вітчизняної інтернет-торгівлі проводили такі науковці, як: В. В. Апопій, І. Т. Балабанов, Н. В. Валькова, О. С. Василенко, Ю. Ю. Васильєв, О. О. Дима, Т. В. Дубовик, О. О. Кавун, М. В. Макарова, С. В. Маловичко, І. Б. Плотніченко, В. М. Полях, Г. А. Рижкова, М. І. Трофимчук та ін.

Однак, визначенню перспектив розвитку електронної торгівлі, а також розробці нових практичних рекомендацій, орієнтованих на державну підтримку онлайн-суб'єктів торговельної сфери, приділяється недостатня увага.

Постановка завдання. Метою дослідження є аналіз сучасного стану Інтернет-торгівлі в Україні.

Виклад основного матеріалу.

Однією із перших можливостей Інтернету стало розповсюдження інформації про продукцію власного виробництва та запрошення до співпраці. Такий спосіб роботи з клієнтами не просто розширив такі традиційні способи реклами, як друкована та телевізійна, але й забезпечив двосторонній зв'язок, по суті ставши першою ланкою в розвитку інтернет-торгівлі: так званою інтернет комерцією.

Електронна комерція – це не лише купівля/продаж товарів за допомогою Інтернету, це і технологічна взаємодія керівників та працівників та з людьми, які впливають на розвиток підприємства у майбутньому.

У світі існують мільйони сайтів, що займаються Інтернет-торгівлею. Найбільші з них:

1. Amazon. Даний інтернет-портал вважається найстарішим порталом, призначеним для онлайн покупок. Його робота розпочалася в 1995 році. Amazon має справу з усіма видами нових та уживаних товарів, включаючи техніку, книги, одяг і навіть транспортні засоби. Amazon базується у Вашингтоні, але його робота ведеться по всьому світу. Вартість компанії оцінюється приблизно в 35 млрд доларів США.

2. eBay наступний за значимістю після Amazon Інтернет-магазин. eBay – це не тільки найбільший Веб-сайт, але і аукціон. Тут можна купити нові та вживані товари, а також продати старі речі на аукціоні. eBay, за оцінками, коштує приблизно 10 мільярдів дол. США. Це також одна з найстаріших онлайн-компаній, яка почала свою роботу в 1995 р.

3. Alibaba – китайська компанія електронної комерції, яка відносно недавно почала свою роботу (2007 р.). Вона має мільйонні доходи і знаходиться серед кращих 100 веб-сайтів у світі.

eBay і Amazon є двома найбільшими з обігу товарів і грошей інтернет майданчиками, де люди з усього світу здійснюють покупки кожен день, а продавці використовують ці ресурси для просування свого товару, збільшення кількості клієнтів, і, як результат, зростання продажів. Компанії є найбільшими конкурентами, хоча способи реалізації товару через eBay і Amazon і методи їх діяльності багато в чому різні.

Зазначимо, що за даними Асоціації Ритейлерів України, світовими лідерами серед гравців у галузі електронної комерції у 2016 р. стала Alibaba Group із часткою 27%, далі йде Amazon із 13% світового ринку та eBay з 4,5% [1] (рис. 1).

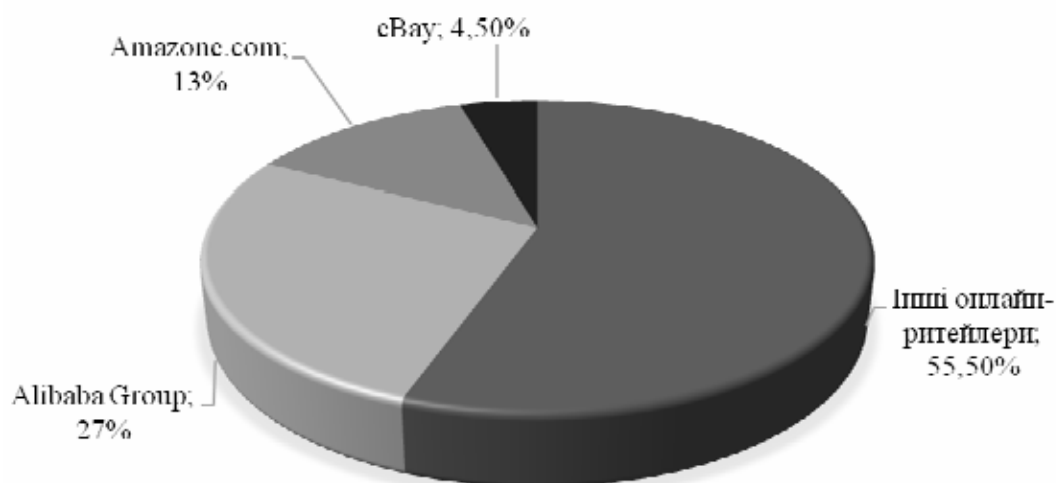


Рис. 1. Частки топ-3 світових гравців електронної комерції в 2016 році (%)

Джерело: складено автором за даними [1]

Варто відзначити, що вектор розвитку електронної комерції визначається основними трендами. Перший – це загальна глобалізація та розмивання меж.

Другий масштабний тренд – використання сучасних технологій: віртуальної і доповненої реальності (VR/AR), голосового управління, штучного інтелекту та аналізу великих обсягів даних.

Проаналізуємо чистий прибуток за останні п'ять років світового онлайн-ритейлера Amazon за допомогою даних, що наведено на рис. 2.

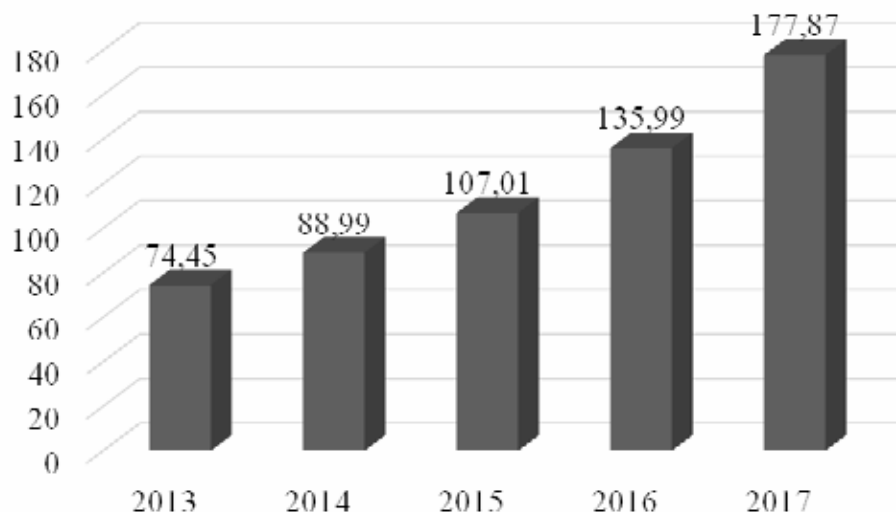


Рис. 2. Динаміка чистого прибутку Amazone, у млрд дол. США*

Джерело: складено автором за даними [2]

Як видно з рис. 2 чистий прибуток Amazon останні три роки значно зростає, збільшуючи кожен рік показник чистого прибутку більше ніж на 30 млрд дол. США. Якщо аналізувати дані за 2018 р., то Amazon збільшив чистий прибуток у другому кварталі 2018 року майже в 13 разів, причому показник вперше перевищив \$ 2 млрд – зокрема, завдяки сильним показникам профільного бізнесу роздрібною торгівлі.

Як повідомляється в прес-релізі Amazon, чистий прибуток в квітні-червні 2018 р. підскочив до \$ 2,5 млрд, або \$ 5,07 у розрахунку на акцію, у порівнянні з \$ 197 млн, або \$ 0,40 на акцію, за аналогічний період минулого року. Виручка збільшилася майже на 40% – з \$ 37,96 млрд до \$ 52,90 млрд.

Експерти, опитані FactSet, в середньому прогнозували квартальний прибуток Amazon на рівні \$ 2,48 на акцію при прибутку в \$ 53,37 млрд.

З початку 2018 р. ціна акцій Amazon компанії злетіла майже на 55%, вона вийшла на друге місце за капіталізацією в світі після Apple, тоді як індекс S&P 500 додав 6,5%.

eBay – це інтернет-аукціон, який був створений для продажу товарів між людьми, тобто «з рук в руки». Але зі збільшенням популярності і кількості покупців, цей майданчик початку так само залучати виробників товарів і інтернет магазини, для яких eBay став якщо не основним, то дуже важливим і прибутковим каналом збуту. eBay можна порівняти з великим міжнародним ринком, на якому як компанії, так і звичайні люди пропонують свій товар всьому світу.

Проаналізуємо чистий прибуток за останні п'ять років світового онлайн-ритейлера eBay за допомогою даних, що наведено на рис. 3.

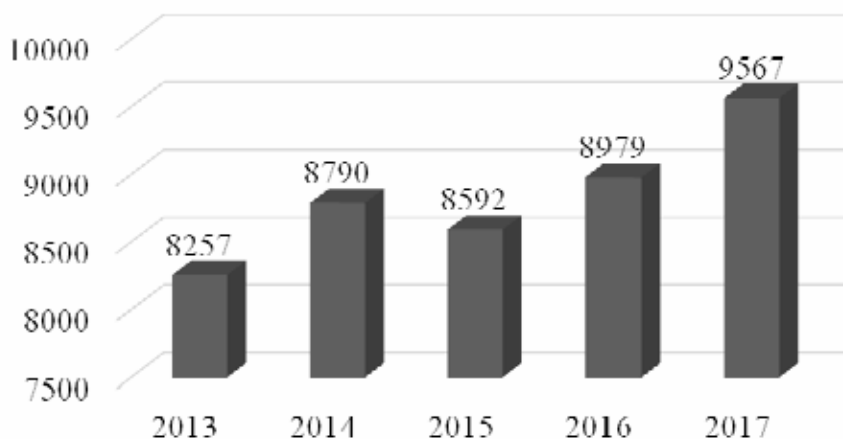


Рис. 3. Динаміка чистого прибутку eBay, у млн дол. США

Джерело: складено автором за даними [3]

З рис. 3 видно, що чистий прибуток eBay останні три роки незначно, але зростає, збільшуючи кожен рік показник чистого прибутку приблизно на 500 млн дол. США.

У свою чергу, Amazon – це велика торгова площа, де реалізуються не тільки товари від продавців, але так само і від самого Amazon. Завдяки спільним правилам та умовам, він нагадує великий торговий центр в інтернеті, де представлено безліч магазинів, які продають свої товари і розділені за категоріями. Amazon бере на себе логістику до покупця і складське зберігання товару, а також контролює якісні показники товару, що продається. Якщо з'являється продавець недоброякісного товару, Amazon тут же забирає його зі свого майданчика.

Бізнес модель цих двох онлайн-ритейлерів трохи відрізняються, хоч і є частиною E-commerce. eBay більше орієнтований на C2C (від споживача до споживача) продажу як за фіксованою ціною, так і за допомогою аукціонної системи торгів. Тоді як Amazon більше працює через B2C (від виробника до споживача) продажу, де товари продаються по незмінній ціні.

В Україні нормативна база була закладена у 1998 р. з прийняттям Верховною Радою України Закону України «Про Національну програму інформатизації». Того ж року було схвалено Концепцію Національної програми інформатизації та прийнято Закон України «Про затвердження завдань Національної програми інформатизації на 1998-2000 рр.».

Важливим було прийняття у 2003 р. Закону України «Про електронні документи та електронний документообіг», який визначає поняття електронного документа та електронного документообігу, закріплює світові тенденції щодо визнання юридичної сили електронного документа, вказує на права та обов'язки суб'єктів електронного документообігу, їх відповідальність та ін. У даному законі збережено підхід до трактування самого поняття електронного документа та застосування електронної передачі даних, запропонованим законом ЮНСІТРАЛ «Про електронну комерцію». Тоді ж прийнято і Закон України «Про електронний цифровий підпис».

Основними формами Інтернет-торгівлі є: B2B, B2C, C2C, B2G, C2G, E2E, B2E. Найбільшими за обсягами послуг є форми B2B та B2C. Інструментами Інтернет-торгівлі є телефон, електронний обмін даними, мережа Internet, система електронних платежів, інтерактивне телебачення, ПК, цифрові та електронні гроші, електронний обмін даними, електронний підпис.

Основними організаціями, що здійснюють нормотворчу діяльність в сфері Інтернет-торгівлі є: СОТ, ЮНСІТРАЛ, ЮНКТАД, ВМО, ОЕСР, ЄС, ВОІВ. Основними міжнародними законодавчими актами в сфері регулювання інтернет-торгівлі є закон «Про електронну торгівлю», Декларація про глобальну електронну комерцію, Конвенція «Про використання електронних повідомлень у міжнародних угодах» та інші.

Незважаючи на незначний рівень охоплення населення та підприємств Інтернетом на початку ХХІ століття, комп'ютеризація та підвищення інтересу до новітніх інформаційних технологій привели до зростання електронного ринку України в кілька разів за незначний проміжок часу.

Статистичні дані щодо кількості користувачів інтернет-ресурсами у 2016 р. зображено у таблиці 1.

Дані E-commerce Markets щодо кількості населення, які проводили покупки через інтернет-мережі [4].

Таблиця 1.

Дані E-commerce Markets щодо кількості населення, які проводили покупки через інтернет-мережі

	Україна, млн осіб	Східна Європа, млн осіб
Населення віком 15+	37,3	209
Кількість інтернет-користувачів	21,9 (58%)	138 (66%)
Кількість інтернет-покупців	3,7	39

Джерело: складено автором за даними [4], [7]

Згідно з таблицею 1, в Україні станом на 2016 р. лише 58% населення користувалися мережею інтернет (в Середній Європі цей показник був на рівні 66%). Тільки 10% українців здійснювали он-лайн покупки (19% у Східній Європі відповідно).

Сучасний ринок товарообігу послуг та товарів на ринку E-commerce на сьогодні складає близько 50 млрд гривень, а до кінця 2019 р. експерти прогнозують збільшення його зростання до 65 мільярдів [5].

Проаналізуємо обсяг ринку E-commerce деяких країн у 2017 р., млрд дол. США (табл. 2) та наведемо дані за допомогою діаграми (рис. 4).

Таблиця 2.

Обсяг ринку E-commerce деяких країн за 2017 р

Країна	Обсяг ринку (млрд дол. США)
Китай	497
США	421
Європа	330
Україна	1,7
Інші країни	250,3

Згідно даних, що наведені в таблиці, вже бачимо рівень електронної комерції в Україні по відношенню провідних країн світу.

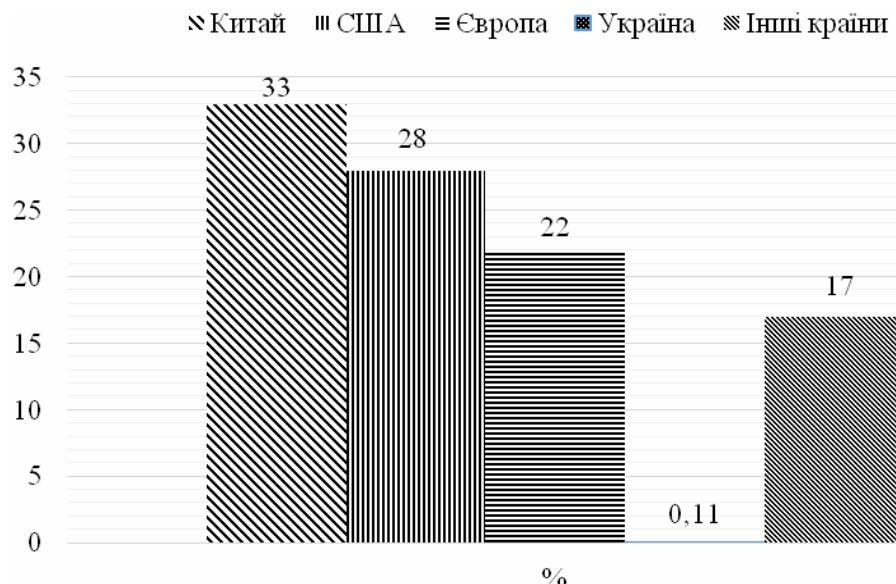


Рис. 4. Обсяг ринку E-commerce деяких країн у відсотковому співвідношенні у 2017 р., % [6]

Як бачимо з даних, що наведено у табл. 2, та на рис. 4, найбільшим гравцем на ринку електронної комерції є Китай, його частка у 2017 р. складала 33 %. За КНР за цим показником йде США, потім Європа в цілому. Нажаль, Україна на поточний момент часу не може бути реальним гравцем на даному ринку, але має великі перспективи.

Частка найбільших інтернет-магазинів України в 2016 р. на ринку електронної комерції графічно показана на рис. 5.

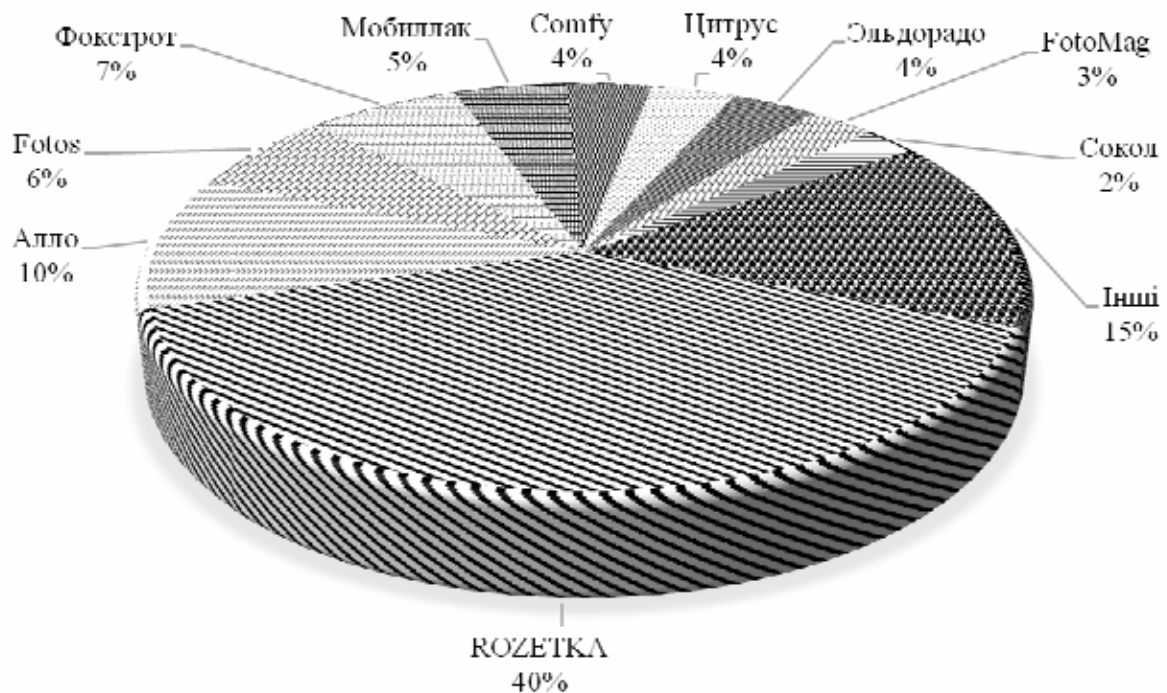


Рис. 5. Частка найбільших інтернет-магазинів України в 2016 р. на ринку електронної комерції

Згідно до рис. 5, у 2016 р. найбільшими інтернет-магазинами були Rosetka.ua, Allo.ua та Fotos.ua.

Найбільшими торговельними майданчиками, де здійснюється E-commerce, в Україні є проекти компанії EVO – Prom.ua, Bigl.ua, Crafta.ua, Shafa.ua. У 2017 р. українці здійснили покупки на даних сайтах на 14,2 млрд грн, що на 70% більше за результати 2016 р.

Станом на 2017 р. 22 000 000 українців мають доступ до інтернет-мережі, з них 31% купляли товари чи послуги хоча б раз через інтернет [5]. Для порівняння: в Сполучених Штатах Америки даний показник знаходиться на рівні 70%.

Розглянемо динаміку розвитку показників електронної торгівлі України, дані якої надалі будемо використовувати для аналізу.

Динаміку показників розвитку електронної торгівлі України наведено у табл. 3.

Таблиця 3.
Динаміка показників розвитку електронної торгівлі України

Показник	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Обсяг роздрібно́ї торгівлі в Україні, млрд дол.	99,5	111,0	76,0	47,4	45,4	43,5
Обсяг Інтернет-торгівлі в Україні, млрд дол.	0,57	0,88	1,04	1,17	1,50	1,70
Річний індекс зростання обсягу роздрібно́ї торгівлі в доларовому еквіваленті, %	17,5	11,5	-31,5	-37,6	-4,3	-4,1
Річний індекс зростання Інтернет-торгівлі в доларовому еквіваленті, %	45,9	52,9	18,3	13,2	28,0	13,1
Проникнення Інтернет-торгівлі в Україні, %	0,6	0,8	1,4	2,5	3,3	3,9

Джерело: складено автором за даними [7]

Згідно до даних, які наведено в табл. 3, спостерігається тенденція стабільного зростання показників розвитку е-торгівлі в Україні.

Розглянемо метод екстраполяції на прикладі даних обсягу Інтернет-торгівлі України у млрд дол. США, що подані у табл. 4 за період 2012-2018 рр.

Таблиця 4.
Динаміка обсягів Інтернет-торгівлі в Україні з 2012 по 2018 рр., у млрд дол. США

Роки	Номер періоду, X	Обсяги Інтернет-торгівлі, млрд дол. США	
		Y	
2012	1	0,57	
2013	2	0,88	
2014	3	1,04	
2015	4	1,17	
2016	5	1,5	
2017	6	1,7	
2018	7	1,9	

Джерело: складено автором за даними [7]

Побудуємо модель обсягів Інтернет-торгівлі України у млрд дол. США. Для цього позначимо через X – номер періоду (року), а через Y – обсяги Інтернет-торгівлі, як це показано у табл. 4. Однак, спочатку проаналізуємо динаміку обсягів Інтернет-торгівлі на основі графіку залежності (рис. 5).

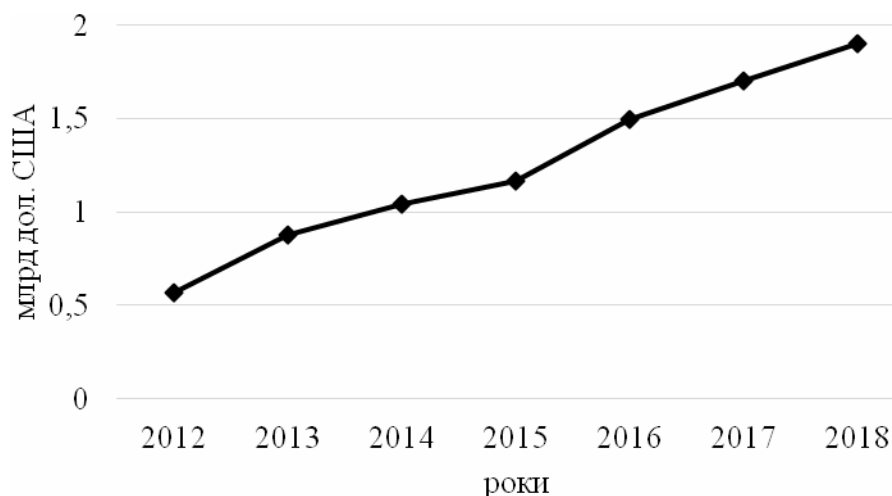


Рис. 5. Графік зміни обсягів Інтернет-торгівлі в Україні з 2012 по 2018 рр., у млрд дол. США

Джерело: складено автором за даними [7]

На рис. 5 видно, що протягом 7 років обсяг Інтернет-торгівлі в Україні має лінійну тенденцію. Найбільший показник спостерігався у 2018 р. на рівні 1,9 млрд дол. США, а найменший у 2012 р. – 0,57 млрд дол. США.

За допомогою вбудованих можливостей Microsoft Excel додамо на графік лінійний тренд, що вказує тенденцію або напрям розвитку даного показника та позначено на рис. 6 пунктиром.

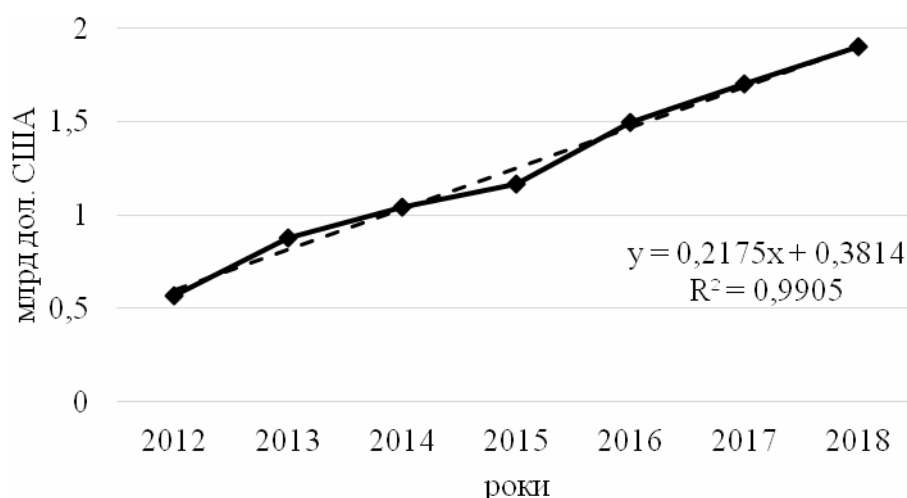


Рис. 6. Лінійний тренд для обсягів Інтернет-торгівлі України у млрд дол. США

Джерело: складено автором за даними [7]

На рис. 6 проілюстровано, що обсяг Інтернет-торгівлі в Україні майже повністю підкоряється лінійній залежності. Коефіцієнт детермінації на рівні 0,9905 вказує на те, 99,5 % даних можна описати через дану лінійну залежність і тільки 0,5 % даних для показника обсягів Інтернет-торгівлі такому закону не підкоряються. Таким чином, лінійна економетрична модель дозволяє повно описати закономірність між часом та обсягом Інтернет-торгівлі в Україні та отримати адекватний прогноз.

Таким чином, для обсягів Інтернет-торгівлі в Україні у млрд дол. США отримано наступну модель:

$$y = 0,2175x + 0,3814, \quad (1)$$

де x – номер періоду;

y – значення обсягу Інтернет-торгівлі в Україні у млрд дол. США.

Рівняння (1) надалі можна використовувати для прогнозування та аналізу. Так, якщо така тенденція буде спостерігатись і надалі, то обсяг Інтернет-торгівлі в Україні у 2019 (при $x = 8$) отримаємо на рівні 2,1214 млрд дол. США, що вказує на зростаючу тенденцію. Прогноз на 2020 р. (при $x = 9$) складає 2,3389 млрд дол. США, що вказує на значне зростання обсягів Інтернет-торгівлі протягом прогнозованих років.

Отримані прогнозні значення оформимо у вигляді таблиці 3.4.

Таблиця 5.
Прогнозовані значення обсягів Інтернет-торгівлі в Україні у млрд дол. США

Роки	Обсяги Інтернет-торгівлі, млрд дол. США
2019	2,1214
2020	2,3389

Джерело: складено автором

Таким чином, бачимо, що якщо тенденція щодо прогнозованого показника (обсягу Інтернет-торгівлі) буде й надалі підтверджуватися, то ситуація стане позитивною. Уряду в найближчий час потрібно зробити рішучі кроки, щоб залишати позитивну тенденцію та надалі прямувати до розвитку Інтернет-торгівлі в Україні.

Необхідно перейняти досвід ведення інтернет-торгівлі таких країн, як США, Китай, країн Західної Європи та впроваджувати в Україні для інтенсивного розвитку інтернет-торгівлі. Так, орієнтація повинна бути на розвиток основних тенденцій світової інтернет-торгівлі, а саме: на лояльність покупця та персоналізацію угод, мобільну комерцію, роботу зі спільнотою, співпрацю з віддаленими регіонами країн та ведення ефективної логістики.

Висновки. Побудовано економетричну модель прогнозування обсягів Інтернет-торгівлі в Україні. Отримана модель має високий показник коефіцієнту детермінації і адекватні за критерієм Фішера, що дозволяє приймати до уваги прогнози зазначеного показника на 2019-20 рр. Якщо тенденції щодо обсягів Інтернет-торгівлі в Україні буде й надалі підтверджуватися, то ситуація не покращиться на стільки, щоб зробити прорив у цьому напрямі. Уряду в найближчий час потрібно зробити рішучі кроки, щоб змінити обсяги Інтернет-торгівлі в Україні.

Література.

1. Офіційний сайт Асоціації Ритейлерів України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://rau.ua/uk/novyni/onlajn-diktaturaE-commerce/>. – Назва з екрану.
2. The Statistics Portal. Amazoncom. – Access mode : <https://www.statista.com/statistics/266282/annual-net-revenue-of-amazoncom/>. – Title from screen.
3. The Statistics Portal. Ebay. – Access mode : <https://www.statista.com/statistics/507881/ebays-annual-net-revenue/>. – Title from screen.
4. Global Ecommerce Report. – Access mode : <https://www.ecommercefoundation.org/reports>. – Title from screen.
5. Маловичко С. В. Аналіз сучасних тенденцій та динаміки розвитку електронної торгівлі на підприємствах України / С. В. Маловичко // Проблеми економіки. – 2015. – № 2. – С. 71-77.
6. Roberts M. L. Internet Marketing: Integrating Online and Offline Strategies in a Digital Environment / M. L. Roberts, D. Zahay. – Publisher: Cengage. – 2017. – Access mode : https://www.researchgate.net/publication/317692557_Internet_Marketing_Integrating_Online_and_Offline_Strategies_in_a_Digital_Environment_Fourth_Edition. – Title from screen.
7. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>. – Назва з екрану.

References.

1. Official site of the Association of Retailers of Ukraine, available at: <https://rau.ua/en/novyni/onlajn-diktaturaE-commerce/>. (Accessed 10 December 2018).

2. The Statistics Portal. Amazoncom, available at: <https://www.statista.com/statistics/266282/annual-net-revenue-of-amazoncom/>. (Accessed 21 December 2018).
3. The Statistics Portal. Ebay, available at: <https://www.statista.com/statistics/507881/ebays-annual-net-revenue/>. (Accessed 16 December 2018).
4. "Global Ecommerce Report" (2017), available at: <https://www.ecommercefoundation.org/reports>. (Accessed 1 December 2018).
5. Malovichko, S.V. (2015), "Analysis of current trends and dynamics of E-commerce development at Ukrainian enterprises", *Problemy ekonomiky*, vol. 2, pp. 71-77.
6. Roberts, M. and Zahay D. (2017), *Internet Marketing: Integrating Online and Offline Strategies in a Digital Environment*, Cengage.
7. The official website of the State Statistics Service of Ukraine, available at: <http://www.ukrstat.gov.ua>. (Accessed 1 December 2018).

Стаття надійшла до редакції 19.01.2019 р.