

3. РОЗВИТОК ЕЛЕКТРОННИХ ПЛАТІЖНИХ СИСТЕМ В УКРАЇНІ: МІЖНАРОДНИЙ АСПЕКТ ТА ІНСТИТУЦІОНАЛЬНІ ЗАСАДИ URL: <https://ofp.cibs.ubs.edu.ua/files/1503/15tsarep.pdf> (дата звернення: 10.11.2021).

4. EasyPay як система проведення платежів URL: <https://myfishka.com/partner/058> (дата звернення: 10.11.2021).

5. Інформація о компанії EasyPay URL: [https://docs.easypay.ua/docs/about\\_easypay/about-company](https://docs.easypay.ua/docs/about_easypay/about-company) (дата звернення: 10.11.2021).

6. Небанківські надавачі платіжних послуг URL: <https://bank.gov.ua/ua/payments/nobank> (дата звернення: 10.11.2021).

## **РОЗВИТОК ОНЛАЙН-ТОРГІВЛІ ХАРЧОВИМИ ПРОДУКТАМИ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ**

*Чуйко М. М., к.т.н., доцент*

*Харківський торговельно-економічний інститут УІПА*

Зараз продовжує активно розвиватися такий вид підприємницької діяльності як інтернет-торгівля, основу якої складає роздрібна торгівля, що орієнтована на кінцевого споживача. Головними чинниками, що обумовлюють актуальність та затребуваність інтернет-послуги, є можливість отримати індивідуальний підхід до задоволення потреб кожного покупця, а також можливість витратити мінімум часу для здійснення покупки, аналізувати ціновий діапазон необхідного товару, знайомитися з новими трендами та відгуками інших покупців. По суті інтернет-торгівля представляє собою сучасну онлайн торговельну мережу з порівняно нижчими цінами та більш широким асортиментом продукції, ніж традиційна торгівля. Вона виступає суттєвим доповненням традиційної торгівлі, але ж ніяк – її заміником [1]. В той же час такий вид торгівлі харчовими продуктами має певні недоліки: неможливість фізично доторкнутись до продукту, оцінити його зовнішній вигляд, запах, свіжість тощо.

Проте у зв'язку із введенням на території України карантину і заборонаю працювати з відвідувачами, багато суб'єктів господарювання почали переходити в онлайн-торгівлю, тобто почали торгувати через інтернет-магазин. Хоча наразі такі обмеження не стосуються торгівлі харчовими продуктами, споживачі залюбки переходять на такий вид закупів, щоб зменшити ймовірність зараження, перебуваючи безпосередньо в торговельних мережах. Від початку дії карантину та згідно з постановою Кабінету Міністрів України щодо подальшої роботи продовольчих ринків, все більше у мережі інтернет з'являється оголошень про онлайн торгівлю продуктами харчування.

Епідемія коронавірусу відкрила несподівані можливості для інтернет-магазинів. За даними експертів, пандемія прискорила в Україні перехід від офлайну до інтернет-магазинів приблизно на п'ять років. Магазины, які раніше працювали лише в офлайн, почали освоювати інтернет – вони принесли до e-commerce нові ніші та розширили аудиторію покупців. Свіжі продукти, які

раніше переважно продавалися в офлайн, отримали величезне зростання онлайн-замовлень. До того ж мобільні додатки для доставки продуктів харчування отримали величезний сплеск [2].

Встановлено, що за останній час все більше українських споживачів починають користуватися інтернетом, переглядають пропозиції магазинів і замовляють продукти на дім. Такий підхід має багато переваг:

- відсутність контакту з іншими людьми;
- немає необхідності кудись їхати, витратити свій час на дорогу, покупку;
- можливість переглянути пропозиції на сайті;
- зручна та безпечна оплата банківської картою тощо.

За різними оцінками, до карантину частка онлайн-продажів продуктів харчування в Україні становила від 0,5 до 1 % від загального товарообігу організованого ритейл-ринку. У 2020 році через карантин попит різко зріс у кілька разів. Наприклад, в Zakaz.ua під час локдауну кількість користувачів миттєво збільшилася на 78 %, а сумарний брендовий попит на послуги доставки від лютого до березня 2020 року зріс на 119 %. У березні сервіси доставки харчових продуктів шукали в Google майже 700 тисяч людей, тоді як у лютому трохи більше 300 тисяч [3].

В період локдауну в країні збільшення кількості онлайн-покупок харчових продуктів призвело до перевантаженості служб доставки, які були змушені швидко адаптуватися, щоб йти в ногу зі споживчим попитом, оскільки слоти для доставки розпродавалися швидше, ніж зазвичай. Ритейлери, які не пропонують онлайн-замовлення і доставку або пропонують тільки обмежені варіанти, відчували збитки, так як споживачі вибирають конкурентів, які пропонують варіант доставки.

Встановлено, що на сьогодні український ринок e-commerce та діджитал-напрямок загалом показують високі темпи зростання. Зараз – саме час для освоєння напряму онлайн-торгівлі або розвитку напряму роботи з цільовою аудиторією в Інтернеті. Таким чином, оскільки все більше людей залишаються вдома і роблять покупки в інтернеті, ритейлери, які пропонують онлайн-покупки та послуги доставки харчових продуктів, зможуть розвиватися в такий час і надавати своїм клієнтам той досвід здійснення покупок, який їм потрібен найбільше.

Тому, щоб ритейлерам не втрачати клієнтів, найкращим рішенням для бізнесу буде можливість вибору – покупка онлайн або офлайн. За цим принципом вже працюють такі гіпермаркети як Ашан, METRO, NOVUS, МегаМаркет, VARUS та інші великі ритейл-гравці. Отже, потрібно впроваджувати інновації та технології у бізнес, щоб не відставати від світу. Це дозволить зберегти конкурентну перевагу на ринку, підвищить лояльність клієнтів, а також стане ще одним каналом для зростання продажів та, відповідно, прибутку.

### **Література:**

1. Апопій В. В., Шалева О. І., Креденець О. В. Особливості електронної

торгівлі та проблеми її сучасного розвитку в Україні. *Регіональна економіка*. 2012. № 3. С. 181-190.

2. Димура М. E-commerce в Україні: цифри, факти, перспективи розвитку онлайн-торговлі. URL: <https://www.site2b.ua/web-blog/e-commerce-v-ukraine-cifry-fakty-perspektivy-razvitiya-onlajn-torgovli.html> (дата звернення: 05.11.2021).

3. Нетреба Є. Коли онлайн-продажі замінять традиційні походи в супермаркети? URL: <https://bit.ly/3mAn61W> (дата звернення: 05.11.2021).

## ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ В УКРАЇНІ: ПІДПРИЄМНИЦТВО, ДЕРЖАВА, ВИЩА ОСВІТА

*Шевченко І.Ю., д.е.н, доцент,  
Потапенко С.В.*

*Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Інновації є рушієм соціально-економічного розвитку на мікро-, мезо- та макрорівні. За інноваційною активністю можна зробити вірогідний висновок про прогресивність того чи іншого сектору національної економіки.

На сьогодні інновації продукуються як в підприємницькому секторі, так і в секторі державному. Без сумніву, великий внесок у розвиток інноваційної діяльності вносять і заклади вищої освіти.

Метою дослідження є порівняльний аналіз особливостей інноваційної діяльності в підприємницькому секторі, державному секторі та секторі вищої освіти в Україні.

Інформаційною базою дослідження авторами обрано статистичний збірник «Наукова та інноваційна діяльність України».

Первісним індикатором аналізу інноваційної діяльності є «кількість організацій, які здійснювали науково-дослідні роботи (тут і надалі – НДР)».

Динаміку даного показника в 2018-2020 рр. ілюструє рис. 1.

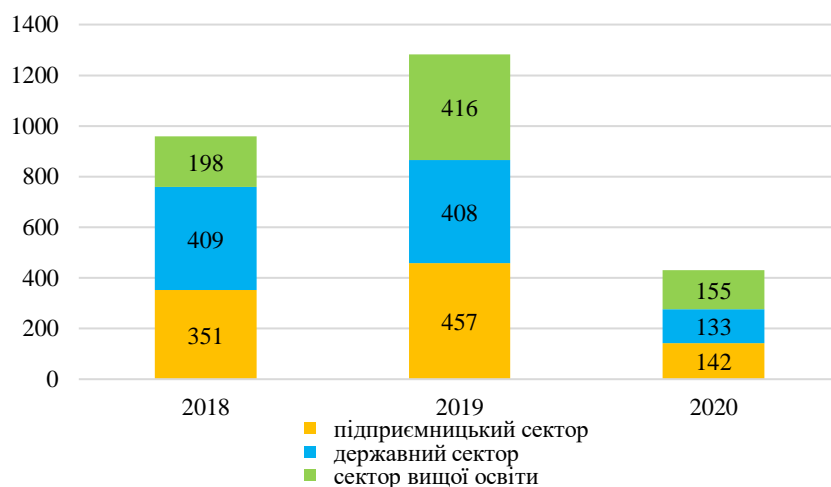


Рис. 1. Кількість організацій, які здійснювали НДР в Україні у 2018-2020 рр., за секторами діяльності [побудовано за даними [1]]