

**Вищий навчальний заклад Укоопспілки  
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»  
(ПУЕТ)**

**Білоруський торгово-економічний  
університет споживчої кооперації**

**Карагандинський економічний  
університет Казспоживспілки**

# **МЕРЕЖЕВИЙ БІЗНЕС: СТАНОВЛЕННЯ, ПРОБЛЕМИ, ІННОВАЦІЇ**

**МАТЕРІАЛИ**

**VII Міжнародної науково-практичної  
інтернет-конференції**

*(м. Полтава, 27–28 квітня 2017 року)*

**Полтава  
ПУЕТ  
2017**

**Редакційна колегія:**

- О. О. Нестуля**, д. і. н., професор, ректор ПУЕТ;  
**Н. М. Тягунова**, к. е. н., професор кафедри комерційної діяльності та підприємництва, декан факультету товарознавства, торгівлі та маркетингу ПУЕТ;  
**П. Ю. Балабан**, к. е. н., професор, завідувач кафедри комерційної діяльності і підприємництва ПУЕТ;  
**В. І. Місюкевич**, к. е. н., доцент кафедри комерційної діяльності та підприємництва ПУЕТ;  
**Ю. В. Іванов**, к. е. н., доцент кафедри комерційної діяльності та підприємництва ПУЕТ;  
**О. М. Михайленко**, к. е. н., доцент кафедри комерційної діяльності та підприємництва ПУЕТ;  
**В. В. Лісіца**, к. е. н., доцент кафедри комерційної діяльності та підприємництва ПУЕТ.

М52 **Мережвий** бізнес: становлення, проблеми, інновації : матеріали VII Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (м. Полтава, 27–28 квітня 2017 року). – Полтава : ПУЕТ, 2017. – 213 с.

ISBN 978-966-184-288-4

У матеріалах VII Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції розглянуто актуальні проблеми розвитку мережевого бізнесу в Україні та зарубіжних країнах в умовах глобальних економічних змін.

Наукові дослідження авторів спрямовано на з'ясування сучасного стану та перспектив подальшого розвитку торговельної сфери й інших видів економічної діяльності, трансформаційних процесів у споживчій кооперації, структурних змін ринку під впливом мережевих операторів, проблем маркетингу та менеджменту торговельних підприємств, виявлення аспектів інноваційного розвитку мережевого бізнесу й торгівлі, а також проблемних питань підготовки фахівців торгівлі, якості та конкурентоспроможності товарів у глобальній економіці.

**УДК 339**

*Матеріали друкуються в авторській редакції мовами оригіналів.*

*За виклад, зміст і достовірність матеріалів відповідальні автори.*

*Розповсюдження та тиражування без офіційного дозволу ПУЕТ заборонено.*

Высшее учебное заведение Укоопсоюза  
«ПОЛТАВСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ЭКОНОМИКИ И ТОРГОВЛИ»  
(ПУЭТ)

Белорусский торгово-экономический  
университет потребительской кооперации

Карагандинский экономический  
университет Казпотребсоюза

# **СЕТЕВОЙ БИЗНЕС: СТАНОВЛЕНИЕ, ПРОБЛЕМЫ, ИННОВАЦИИ**

**МАТЕРИАЛЫ**

VII Международной научно-практической  
интернет-конференции

*(г. Полтава, 27–28 апреля 2017 года)*

**Полтава  
ПУЭТ  
2017**

### **Редакционная коллегия:**

**А. А. Нестуля**, д. и. н., профессор, ректор ПУЭТ;

**Н. М. Тягунова**, к. э. н., профессор кафедры коммерческой деятельности и предпринимательства, декан факультета товароведения, торговли и маркетинга ПУЭТ;

**П. Ю. Балабан**, к. э. н., профессор, заведующий кафедры коммерческой деятельности и предпринимательства ПУЭТ;

**В. И. Мисюкевич**, к. э. н., доцент кафедры коммерческой деятельности и предпринимательства ПУЭТ;

**Ю. В. Иванов**, к. э. н., доцент кафедры коммерческой деятельности и предпринимательства ПУЭТ;

**Е. Н. Михайленко**, к. э. н., доцент кафедры коммерческой деятельности и предпринимательства ПУЭТ;

**В. В. Лисица**, к. э. н., доцент кафедры коммерческой деятельности и предпринимательства ПУЭТ.

**Сетевой бизнес: становление, проблемы, инновации** : материалы VII Международной научно-практической интернет-конференции (г. Полтава, 27–28 апреля 2017 года). – Полтава : ПУЭТ, 2017. – 213 с.

ISBN 978-966-184-288-4

В материалах VII Международной научно-практической интернет-конференции рассмотрены актуальные проблемы развития сетевого бизнеса в Украине и зарубежных странах в условиях глобальных экономических изменений.

Научные исследования авторов направлены на выяснение современного состояния и перспектив дальнейшего развития торговой сферы и других видов экономической деятельности, трансформационных процессов в потребительской кооперации, структурных изменений рынка под влиянием сетевых операторов, проблем маркетинга и менеджмента торговых предприятий, выявление аспектов инновационного развития сетевого бизнеса и торговли, а также проблемных вопросов подготовки специалистов торговли, качества и конкурентоспособности товаров в глобальной экономике.

*Материалы печатаются в авторской редакции языками оригиналов.*

*За изложение, содержание и достоверность материалов ответственные авторы.*

*Распространение и тиражирование без официального разрешения ПУЭТ запрещено.*

© Высшее учебное заведение Укоопсоюза  
«Полтавский университет экономики и  
торговли», 2017

ISBN 978-966-184-288-4

нормативно-правовые акты и др., направленные на развитие предпринимательства.

В целях развития предпринимательской деятельности в современных условиях нестабильной национальной экономики, необходима реализация следующего комплекса мероприятий:

1. Формирование условий для развития предпринимательской деятельности, в том числе выявление различного рода ограничений в развитии предпринимательской деятельности и принятие комплекса мер по их устранению.

2. Государственная, налоговая, финансово-кредитная и имущественная поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства.

3. Развитие инфраструктурных проектов: создание бизнес-инкубаторов для поддержки деятельности начинающих малых и средних предприятий, а также выделение грантов на начало организации собственного дела.

4. Формирование положительного имиджа предпринимательской деятельности.

Развитие предпринимательства на уровне региональной экономики является важным фактором обеспечения устойчивости и развития социально ориентированной национальной экономики в целом.

## **СУЧАСНИЙ СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ**

*Т. Є. Іщейкін, к. е. н., доцент;*

*О. М. Коросташов, к. ю. н., доцент*

*ПУЕТ, м. Полтава*

Онлайн-торгівля або e-commerce («електронна комерція») є одним з найбільш динамічних ринків і входить в невелике число тих сегментів економіки, які продовжують рости і розвиватися, незважаючи на кризу, стрибки валюти та інші проблеми, з якими країна зіткнулася в останні роки. Отже електронна комерція являє собою сферу цифрової економіки, що включає всі фінансові та торгові транзакції, які проводяться за допомогою

комп'ютерних мереж, та бізнес-процеси, пов'язані з проведенням цих транзакцій. Найбільшою перевагою електронної комерції на відміну від традиційної торгівлі є суттєве зниження витрат на оформлення угоди та її подальше обслуговування. Тому бізнес-процеси, які можуть бути переведені на електронну основу мають потенціал зниження витрат на них, що у свою чергу призводить до зниження собівартості товару чи послуги.

Сьогодні на електронну комерцію в контексті ведення бізнесу починають звертати увагу навіть досить консервативні підприємці. Адже для багатьох вона до сих пір є практично неосвоєним джерелом залучення клієнтів, з великими перспективами зростання про що свідчать дані пошукового сервісу Google Україна, згідно яких 67 % українських інтернет-користувачів відвідують сайти, що працюють в сфері e-commerce. До трійки ж найбільш відвідуваних e-commerce сайтів України входять: OLX.ua (40,4 % користувачів); Rozetka.com.ua (32,5 %); Prom.ua (26,5 %). У порівнянні з першою половиною минулого року, у першому півріччі 2016 року товарообіг Prom.ua виріс на 100 %, і склав 4 мільярди гривень. Ось як виглядає список з 5 найпопулярніших категорій товарів по запитах на цій площадці, згідно з даними за перші шість місяців 2016 року: «одяг та взуття» – 1 645 120, «дім і сад» – 701 869; «краса і здоров'я» – 529 788; техніка та електроніка – 465 667; «подарунки, книги, хоббі» – 380 850 запитів. Загальний обсяг покупок по всіх торговельних інтернет-площадках групи EVO (Prom.ua., Bigl.ua, Crafta.ua, Kabanchik.ua, Goodini.ua) у 2016 році збільшився на 73 % і становив 8,5 млрд грн, кількість інтернет-замовлень при цьому зросла на 61 %, середня вартість чеку натомість зросла лише на 7 % і становила 885 грн.

Згідно даних аналітичної компанії Factum Group більшість покупців – це молоді люди з вищою освітою, які проживають у містах. Більше половини інтернет-покупців України – люди у віці від 14 до 34 років. Трохи більше 36 % з них – жителі міст з населенням понад 500 000 чоловік, 20,5 % – проживають в сільській місцевості.

Важливим фактором, який позитивно впливає на зростання аудиторії онлайн-покупців, є поширення доступу до 3G. Особливо помітно це стане протягом найближчих двох років. Уже зараз темпи поширення мобільного Інтернету вражають – всього протягом року після того як стала доступною послуга 3G, до неї підключилися понад 10 мільйонів українців. У 2016 році 44 % користувачів використовували мобільні пристрої для виходу в Інтернет. З них 9 % назвали свої смартфони та планшети основним пристроєм для цієї мети. За підсумками минулого 2016 року, Україна випередила всі інші європейські країни за таким показником як темпи зростання продажів в Інтернеті – для нашої країни цей показник склав 35 %. Для порівняння у Туреччині – 34,9 %, Бельгії 34,2 %, Румунії 24,2 %, Чехії 23,3 %, Греції 18,8%, а найнижчий у Данії – 17,9 %. За даними групи компаній EVO (Prom.ua, Bigl.ua і Crafta.ua), протягом останніх місяців, спостерігається постійне зростання попиту на товари українського виробництва. Найчастіше замовляють одяг, особливо, для жінок і дітей. Так, наприклад, кількість замовлень українських товарів у травні 2016 року становила 158 146, що більше на 66 726 або майже на 73 % у порівнянні з травнем 2015 року. Якщо ж аналізувати показники I півріччя 2016 року та I півріччя 2015, то зростання кількості замовлень товарів українського виробництва через торгові інтернет-площадки склало майже 99 %. Це пояснюється насамперед відносно невисокою ціною товарів (у порівнянні з імпортними аналогами) та її меншою схильністю до курсових коливань.

Стрімко зростає проникнення Інтернету у сільську місцевість. Років 5–7 тому різниця між проникненням доступу до Мережі в селі і місті була дуже великою. Зараз же, більше 60 % людей, які проживають в сільській місцевості, мають доступ до онлайну. Найбільш динамічним цей процес став саме в 2016 році. Однією з важливих складових портрета інтернет-користувача є його дохід. Тут явно позначається негативний вплив поточної економічної ситуації. Так згідно аналізу рівня доходів інтернет-користувачів проведеного компанією Factum Group тільки 9 %

опитуваних мають дохід вище середнього, а у кожного третього він нижче середнього.

Більше половини користувачів як і раніше користуються інтернетом з домашнього комп'ютера. Частка тих, хто використовує мобільні пристрої, продовжує зростати, і зараз вже наблизилася до показника 44 %. Багато людей, незалежно від віку, знаходяться онлайн кожен день. Навіть якщо вам більше 50-ти, це вже перейшло в розряд звички. Найпопулярнішою активністю серед українців в Мережі, є перегляд онлайн-відео. Не дивно, що «Розетка» і інші гіганти ринку електронної комерції, так багато уваги приділяють своїм відеоканалам на YouTube. Відеоогляди користуються серед українців великою популярністю: 63 % користувачів пошукової системи дивляться онлайн відео під час пошуку необхідної інформації. Особливо варто згадати про мобайл як такий. Згідно з даними пошукової системи Google Україна, 39 % українських інтернет-користувачів шукають інформацію про товар перед покупкою, за допомогою смартфона. При цьому, на кожні 30 зроблених в інтернет-магазинах покупок, припадає 8 заявок, оформлених за допомогою мобільного пристрою. Компанія наводить дані по категорії «Одяг та взуття», яка знаходиться на першому місці за популярністю. Однак, для тих гравців ринку, які працюють в інших нішах esommetse, цифри теж повинні бути показовими.

Отже, український досвід застосування електронної торгівлі свідчить про великий потенціал вітчизняного ринку, відкритість суспільства до інформаційних технологій і загальну успішність вже існуючих суб'єктів системи. З найгостріших проблем, що перешкоджають подальшому розвитку електронної торгівлі в Україні, є відсутність адекватного чинного акту законодавства та недостатньо розвинена інформаційна та комунікаційна інфраструктура ринку. Однак, щорічний приріст Інтернет-аудиторії, збільшення обсягів торгівлі через глобальну мережу, а також електронних магазинів, свідчать про готовність українського ринку до змін і перспективного майбутнього розвитку сфери.

## Список використаних джерел

1. Валькова Н. В. Розвиток інтернет-торгівлі в Україні: динаміка та вплив факторів / Н. В. Валькова // Науковий вісник Ужгородського університету. – 2014. – № 2. – С. 38–42.
2. Об'єми ринку електронної торгівлі в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу:  
<http://www.reclamare.ua/blog/obemy-rynka-elektronnoj-kommercii-v-ukraine/>. – Назва з екрана.
3. Галочкін О. В. Стан електронної торгівлі в Україні: реалії та перспективи [Електронний ресурс] / О. В. Галочкін, О. О. Галочкіна. – Режим доступу:  
<http://bsfa.edu.ua/files/konf/22032013/s5/Halochkin.pdf>. – Назва з екрана.
4. Дубовик Т. Інтернет-торгівля в Україні / Т. Дубовик // Вісник КНТЕУ. – 2013. – № 1. – С. 20–29.

## РЫНОК МОБИЛЬНЫХ ПЛАТЕЖЕЙ БЕЛАРУСИ

**С. В. Карпенко**, к. э. н., доцент;

**В. А. Михарева**, к. э. н., доцент

УО «БТЭУ ПК», г. Гомель

Успех мобильной связи превзошел даже достижения Интернета: количество мобильных телефонов превышает численность населения [1]. Для удаленного доступа к денежным средствам есть два пути: мобильный банкинг, при котором управление счетом производится с использованием мобильного телефона или смартфона, и интернет-банкинг, при котором все действия со счетом выполняются с компьютера, подключенного к Интернету. Главные преимущества второго способа – большой размер экрана, простота и удобство ввода большого объема информации с клавиатуры компьютера, например, для осуществления платежа.

По данным Gartner: в 2012–2017 годах ежегодный глобальный рост рынка мобильных платежей имел уровень 35 %, и объем этого рынка в 2017 году составит \$ 721 млрд, а число пользователей вырастет до 450 млн человек. При этом Gartner на 40 % сократила прогноз по мобильным платежам, совершаемым