

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА ЕКОЛОГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ТА ПІДПРИЄМНИЦТВА

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему

**«РОЗВИТОК ТОРГІВЛІ ЦИФРОВИМИ ТОВАРАМИ В КОНТЕКСТІ
ВІДНОВЛЕННЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ ТА ДОСЯГНЕННЯ ЦІЛЕЙ
СТАЛОГО РОЗВИТКУ»**

Студента 2 курсу магістратури
денної форми навчання спеціальності
076 «Підприємництво, торгівля та
біржова діяльність» освітньо-
наукової програми «Підприємництво,
торгівля та біржова діяльність»
Олешка Євгенія Вадимовича

Науковий керівник
д.е.н., проф. Купалова Галина Іванівна
Засвідчую, що в цій дипломній
роботі немає запозичень із праць
інших авторів без відповідних
посилань

Студент _____
(підпис)

Робота допущена до захисту в ЕК рішенням кафедри екологічного
менеджменту та підприємництва від «5» травня 2023 р., протокол №11.

В.о. завідувачки кафедри екологічного менеджменту
та підприємництва, кандидат економічних наук, доцент

Гончаренко Наталія Володимирівна _____
(підпис)

Київ – 2023

АНОТАЦІЯ

Олешко Є.В. Розвиток торгівлі цифровими товарами в контексті відновлення економіки України та досягнення цілей сталого розвитку. – Кваліфікаційна робота на правах рукопису.

Кваліфікаційна робота на здобуття ступеня вищої освіти другого (магістерського) рівня галузі знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність». – Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ, 2023.

В сучасних надзвичайно складних умовах зростає роль та необхідність розвитку цифрової торгівлі, оскільки її інфраструктура не піддається фізичному руйнуванню, як традиційної торгівлі. За рахунок розширення цифрової торгівлі можна створити умови для самореалізації потенціалу економічно активного населення, розвитку креативної економіки, у т.ч. за рахунок збереження значної частини робочих місць і забезпечення заробітку, що є одним із основних завдань сталого розвитку.

Метою дослідження є розробка пропозицій щодо розвитку торгівлі цифровими товарами для відновлення економіки України та досягнення цілей сталого розвитку.

Для досягнення мети вирішувалися такі **основні завдання**:

- дослідити теоретичні засади розвитку торгівлі цифровими товарами;
- проаналізувати та оцінити рівень розвитку торгівлі цифровими товарами в Україні;
- визначити основні шляхи активізації розвитку торгівлі цифровими товарами.

Об'єктом дослідження є торгівля цифровими товарами в Україні з поглибленим дослідженням на базі ТОВ «ЯКАБУ ТРЕЙД», м. Київ.

Предметом дослідження є сукупність теоретико-практичних аспектів торгівлі цифровими товарами в контексті комерціалізації об'єктів права

інтелектуальної власності для забезпечення повоєнного сталого економічного розвитку України.

Наукова новизна:

– дістали подальшого розвитку методичні положення в частині моделювання платформи цифрової дистрибуції за рахунок розробки багатофакторної регресійної моделі, яка описує залежність величини доходів від впливу таких факторів: ціна передплати, витрати на онлайн-рекламу, середньоденний час на платформі, кількість книг та аудіокниг в асортименті. Застосування моделі поліпшить інформаційно-аналітичне забезпечення фінансового моніторингу, маркетингового управління та стратегічного планування цифрової торгівлі;

– удосконалено організаційні засади організації цифрової торгівлі шляхом розробки структурно-логічної схеми організації товарообороту на платформі цифрової дистрибуції, застосування якої на практиці розширить інформаційну базу для пошуку нових каналів збуту, сприятиме прискоренню і збільшенню обсягу товарообороту цифрових товарів на торговельних підприємствах;

– визначено основні напрями та сформульовано пропозиції щодо активізації та розвитку торгівлі цифровими товарами на різних рівнях управління з урахуванням загальносвітових тенденцій, реалізація яких сприятиме відновленню економіки України та досягненню цілей сталого розвитку.

Методи дослідження: аналіз, синтез, системний підхід, порівняння, ряди динаміки, групування, індексний, графічний, монографічний, моделювання.

Зміст роботи.

Систематизовано та узагальнено розробки вітчизняних і зарубіжних учених стосовно теоретико-методологічних засад інтелектуальної власності, торгівлі цифровими товарами, обліку й оподаткування, організації, маркетингу. Окреслено напрями поживлення торгівлі через удосконалення цифрової дистрибуції та забезпечення права власності. Досліджено організаційні аспекти торгівлі цифровими товарами на платформі цифрової дистрибуції ТОВ «ЯКАБУ

ТРЕЙД». Розроблено багатofакторну регресійну модель формування доходу платформи цифрової дистрибуції. Запропоновані основні заходи щодо активізації торгівлі цифровими товарами на національному рівні та на рівні суб'єктів господарювання

Структура та обсяг роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел і додатків. Загальний обсяг роботи становить 64 с. (основна частина – 43 с.). Містить 11 таблиць і 11 рисунків, 3 додатки. Список використаних джерел налічує 58 найменувань.

Практичне значення одержаних результатів.

1. Результати використані фахівцями ТОВ «КОВОР» у розробці Стратегії розвитку ТОВ «КОВОР» на період 2023-2025 роки (довідка про впровадження).

2. Заходи щодо вдосконалення організації SEO- та SMM-просування, а також удосконалення інтерфейсу веб-сайту враховані у Маркетинговому плані ФОП «ГРИЦЕНКО ВЛАДИСЛАВ ЮРІЙОВИЧ» на 2023 рік (довідка про впровадження).

Результати дослідження по кваліфікаційній роботі апробовані на Міжнародному конкурсі студентських наукових робіт "УПРАВЛІНСЬКІ, СОЦІАЛЬНІ ТА ПОВЕДІНКОВІ НАУКИ У РЕАЛІЗАЦІЇ ЗАСАД СТАЛОГО РОЗВИТКУ" 04 травня 2023 р. на базі інституту економіки та менеджменту Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу. Здобуто диплом I-го ступеня.

Ключові слова: розвиток, інтелектуальна власність, авторське право, торгівля, сталий розвиток, економіка, цифрові товари, цифрова дистрибуція, електронна комерція, цифровий ринок, цифрові торговельні системи, програмне забезпечення, цифровізація.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

1. Купалова Г.І., Гончаренко Н.В., Олешко Є.В. Розвиток торгівлі цифровими товарами в контексті відновлення економіки України та досягнення цілей сталого розвитку. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2023. №1 – С.30-38 (фахова стаття).

2. Олешко Є.В. Об'єкт права інтелектуальної власності як товар: сутність та особливості. Зелений бізнес: життя заради майбутнього. Матеріали VII Міжнародної науково-практичної конференції молодих учених. – Київ : ЦП Компринт, 2019. – С. 295-299.

3. Олешко Є.В. Страхування інтелектуальної власності в Україні: проблеми та перспективи. Ринок фінансових послуг України в епоху діджиталізації. Збірник тез доповідей XIII Міжнародної науково-практичної конференції. - Київ: Компринт, 2019. Вип. XIII, Том 2. – С. 45-47.

4. Олешко Є.В. Цифрова дистрибуція як специфічний вид торгівлі. Зелений бізнес: життя заради майбутнього: Матеріали VIII Міжнародної науково-практичної конференції молодих учених.–Київ: ЦП Компринт, 2020.–С.160-163.

5. Олешко Є.В. Комерціалізації об'єктів права інтелектуальної власності у формі дистрибуції цифрових товарів. Зелений бізнес: життя заради майбутнього: Матеріали X Міжнародної науково-практичної конференції молодих учених. – Київ : ЦП Компринт, 2022. – С. 95-100.

6. Олешко Є.В. Сучасні форми торгівлі цифровими товарами. Зелений бізнес: життя заради майбутнього: Матеріали XI Міжнародної науково-практичної конференції молодих учених. – Київ: ЦП Компринт, 2023. – С. 74-78.

ANNOTATION

E.V. Oleshko. DEVELOPMENT OF TRADE IN DIGITAL GOODS IN THE CONTEXT OF RECOVERY ECONOMY OF UKRAINE AND ACHIEVEMENT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

Qualifying scientific work for obtaining an educational degree at the second level of higher education (Master's degree), field of study: 07 “Management and Administration”, specialty: 076 “Entrepreneurship, Trade and Exchange Activities”. – Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine, 2023.

The role and necessity of developing digital trade is increasing in today's extremely difficult conditions, as its infrastructure is not subject to physical destruction, like traditional trade. By the means of digital trade expansion, it is possible to create conditions for the self-realization of the potential of the economically active population, the development of the creative economy, including preservation of a significant part workplaces and income, which is one of the main tasks of sustainable development.

The purpose of the study is to develop proposals for the development of trade in digital goods to restore the economy of Ukraine and achieve the goals of sustainable development.

To achieve the goal, the following main tasks have been solved:

- to investigate the theoretical foundations of the development of trade in digital goods;
- to analyze and evaluate the level of development of trade in digital goods in Ukraine;
- to determine the main ways of intensifying the development

The object of the study is the trade in digital goods in Ukraine with an in-depth study on the basis of "YAKABU TRADE" LLC, Kyiv.

The subject of the study is a set of theoretical and practical aspects of trade in digital goods in the context of commercialization of objects of intellectual property rights to ensure the post-war sustainable economic development of Ukraine.

Scientific novelty:

– the methodological provisions in the part of modeling the digital distribution platform *were further developed* through the development of a multivariate regression model, which describes the dependence of the amount of income on the influence of the following factors: subscription price, online advertising costs, average daily time on the platform, number of books and audiobooks in the assortment. Application of the model will improve information and analytical support for financial monitoring, marketing management and strategic planning of digital trade;

– the organizational principles of the organization of digital trade *have been improved* through the development of a structural and logical scheme for the organization of turnover on the digital distribution platform, the application of which in practice will expand the information base for finding new sales channels, will contribute to the acceleration and increase of the volume of turnover of digital goods at trade enterprises;

– the main directions are *defined* and proposals are formulated for the activation and development of trade in digital goods at different levels of management, taking into account global trends, the implementation of which will contribute to the recovery of the Ukrainian economy and the achievement of sustainable development goals.

Research methods: analysis, synthesis, systematic approach, comparison, series of dynamics, grouping, index, graphic, monographic, modeling.

The content of the work.

The developments of domestic and foreign scientists regarding the theoretical and methodological foundations of intellectual property, trade in digital goods, accounting and taxation, organization, and marketing are systematized and summarized. The directions for the revitalization of trade through the improvement of digital distribution and the provision of property rights are outlined. The organizational aspects of trading in digital goods on the digital distribution platform of "YAKABU TRADE" LLC were studied. A multivariate regression model of revenue formation of the digital distribution platform has been developed. The main measures for the activation of trade in digital goods at the national level and at the level of business entities are proposed.

Structure and scope of the work. The work consists of an introduction, three sections, conclusions, a list of used sources and appendices. The total amount of work is 64 p. (main part – 43 p.). Contains 11 tables and 11 figures, 3 appendices. The list of used sources includes 58 items.

Practical significance of the obtained results.

1. The results were used by "KOVOR" LLC specialists in the development of the KOVOR LLC Development Strategy for the period 2023-2025 (*implementation certificate*).

2. Measures to improve the organization of SEO and SMM promotion, as well as to improve the website interface, are included in the Marketing Plan of the FOP "HRYTSENKO VLADISLAV YURIYOVYCH" for 2023 (*implementation certificate*).

The results of the research on the qualification work were presented at the International Competition of Student Research Papers "MANAGEMENT, SOCIAL AND BEHAVIORAL SCIENCES IN THE IMPLEMENTATION OF THE PRINCIPLES OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT" on May 4, 2023, on the basis of the Institute of Economics and Management of the Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas. The 1st degree diploma was obtained at the competition.

Keywords: Development, Intellectual Property, Copyright, Trade, Sustainable Development, Economy, Digital Goods, Digital Distribution, Electronic Commerce, Digital Market, Digital Trading Systems, Software, Digitization.

LIST OF THE AUTHOR'S PUBLICATIONS

1. Kupalova H.I., Honcharenko N.V., Oleshko Ye.V. Rozvytok torhivli tsyfrovymy tovaramy v konteksti vidnovlennia ekonomiky Ukrainy ta dosiahnennia tsilei staloho rozvytku. Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Ekonomichni nauky. 2023. №1 – S.30-38 (fakhova stattia).
2. Oleshko E.V. Obiekt prava intelektualnoi vlasnosti yak tovar: sutnist ta osoblyvosti. Zelenyi biznes: zhyttia zarady maibutnoho. Materialy VII Mizhnarodnoi naukovo-

praktychnoi konferentsii molodykh uchenykh. – Kyiv : TsP Kompynt, 2019. – S. 295-299.

3. Oleshko E.V. Strakhuvannia intelektualnoi vlasnosti v Ukraini: problemy ta perspektyvy. Rynok finansovykh posluh Ukrainy v epokhu didzhytalizatsii. Zbirnyk tez dopovidei KhIII Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii. - Kyiv: Kompynt, 2019. Vyp. KhIII, Tom 2. – S. 45-47.

4. Oleshko E.V. Tsyfrova dystrybutsiia yak spetsyfichniy vyd torhivli. Zelenyi biznes: zhyttia zarady maibutnoho: Materialy VIII Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii molodykh uchenykh.–Kyiv: TsP Kompynt, 2020.–S.160-163.

5. Oleshko E.V. Komertsializatsii obektiv prava intelektualnoi vlasnosti u formi dystrybutsii tsyfrovyykh tovariv. Zelenyi biznes: zhyttia zarady maibutnoho: Materialy Kh Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii molodykh uchenykh. – Kyiv : TsP Kompynt, 2022. – S. 95-100.

6. Oleshko E.V. Suchasni formy torhivli tsyfrovymy tovaramy. Zelenyi biznes: zhyttia zarady maibutnoho: Materialy KhI Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii molodykh uchenykh. - Kyiv : TsP Kompynt, 2022. – S. 74- 78.

ЗМІСТ

ВСТУП	10
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТОРГІВЛІ ЦИФРОВИМИ ТОВАРАМИ НА ПРИНЦИПАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	13
1.1. Цифрові товари як форма комерціалізації об’єктів права інтелектуальної власності	13
1.2. Сучасні форми організації торгівлі цифровими товарами	20
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА РОЗВИТКУ ТОРГІВЛІ ЦИФРОВИМИ ТОВАРАМИ В УКРАЇНІ.....	25
2.1. Основні тенденції та проблеми розвитку торгівлі цифровими товарами на засадах цілей сталого розвитку.....	25
2.2. Особливості організації торгівлі цифровими товарами за допомогою платформи цифрової дистрибуції.....	30
РОЗДІЛ 3. ОСНОВНІ ШЛЯХИ АКТИВІЗАЦІЇ РОЗВИТКУ ТОРГІВЛІ ЦИФРОВИМИ ТОВАРАМИ В УМОВАХ ВІДНОВЛЕННЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ	37
3.1. Розробка та застосування моделі формування доходу підприємства на платформі цифрової дистрибуції.....	37
3.2. Покращення умов цифрової дистрибуції та захисту прав інтелектуальної власності з урахуванням цілей сталого розвитку.	46
ВИСНОВКИ.....	51
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	53
ДОДАТКИ.....	61

ВСТУП

Швидке повоєнне відновлення економіки України можливе за умови досягнення Цілей сталого розвитку, насамперед, через «сприяння поступальному, всеохоплюючому та сталому економічному зростанню, повній і продуктивній зайнятості та гідній праці для всіх» [1] - Ціль 8. Одним із основних завдань є створення можливостей для самореалізації потенціалу економічно активного населення і розвитку креативної економіки. За оцінками експертів, збільшення цифровізації української економіки позитивно вплине на її продуктивність та економічне зростання. Залежно від рівня цифровізації позитивний вплив на ВВП України може скласти від 2,4 до 12,1%.

В Україні з метою пришвидшення впровадження цифрових технологій, створення цифрової інфраструктури для економічного відновлення у 2021 р. затверджена Стратегія здійснення цифрового розвитку, цифрових трансформацій і цифровізації системи управління державними фінансами на період до 2025 року, а з 1 березня 2023 р. вступає у дію Закон України «Про Національну програму інформатизації». Передбачається використання передових цифрових технологій, зокрема торгівлі цифровими товарами, що найефективніше в період війни, оскільки її інфраструктура не піддається такому фізичному руйнуванню під час воєнних дій. При цьому можна зберегти значну частину робочих місць і забезпечити заробіток працюючим.

Метою дослідження є розробка пропозицій щодо розвитку торгівлі цифровими товарами, які доцільно реалізувати на різних рівнях управління, для відновлення економіки України та досягнення цілей сталого розвитку.

Відповідно до мети дослідження поставлено і вирішено такі основні завдання:

- дослідити теоретичні засади розвитку торгівлі цифровими товарами;
- проаналізувати та оцінити рівень розвитку торгівлі цифровими товарами в Україні;

- визначити основні шляхи активізації розвитку торгівлі цифровими товарами.

Об'єктом дослідження є торгівля цифровими товарами в Україні з поглибленим дослідженням на базі матеріалів ТОВ «ЯКАБУ ТРЕЙД», м. Київ.

Предметом дослідження є сукупність теоретико-практичних аспектів торгівлі цифровими товарами в контексті комерціалізації об'єктів права інтелектуальної власності для забезпечення повоєнного сталого економічного розвитку України.

Наукова новизна:

- дістали подальшого розвитку методичні положення в частині моделювання платформи цифрової дистрибуції за рахунок розробки багатофакторної регресійної моделі, яка описує залежність величини доходів від впливу таких факторів: ціна передплати, витрати на онлайн-рекламу, середньоденний час на платформі, кількість книг та аудіокниг в асортименті. Застосування моделі поліпшить інформаційно-аналітичне забезпечення фінансового моніторингу, маркетингового управління та стратегічного планування цифрової торгівлі;

- удосконалено організаційні засади організації цифрової торгівлі шляхом розробки структурно-логічної схеми організації товарообороту на платформі цифрової дистрибуції, застосування якої на практиці розширить інформаційну базу для пошуку нових каналів збуту, сприятиме прискоренню і збільшенню обсягу товарообороту цифрових товарів на торговельних підприємствах;

- визначено основні напрями та сформульовано пропозиції щодо активізації та розвитку торгівлі цифровими товарами на різних рівнях управління з урахуванням загальносвітових тенденцій, реалізація яких сприятиме відновленню економіки України та досягненню цілей сталого розвитку.

Методи дослідження: аналіз, синтез, системний підхід, порівняння, ряди динаміки, групування, індексний, графічний, монографічний, моделювання.

Структура та обсяг роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел і додатків. Загальний обсяг роботи – 64 с. (основна частина – 43 с.). Містить 11 таблиць і 11 рисунків, 1 додаток. Список використаних джерел налічує 52 найменувань.

Практичне значення одержаних результатів.

1. Результати використані фахівцями ТОВ «КОВОР» у розробці Стратегії розвитку ТОВ «КОВОР» на період 2023-2025 роки (довідка про впровадження – ДОДАТОК Б).

2. Заходи щодо вдосконалення організації SEO- та SMM-просування, а також удосконалення інтерфейсу веб-сайту враховані у Маркетинговому плані ФОП «ГРИЦЕНКО ВЛАДИСЛАВ ЮРІЙОВИЧ» на 2023 рік (довідка про впровадження – ДОДАТОК В).

За результатами дослідження здійснено 5 публікацій у збірниках наукових робіт [2-6], а також опублікована 1 фахова стаття на тему «Розвиток торгівлі цифровими товарами в контексті відновлення економіки України та досягнення цілей сталого розвитку» в фаховому виданні [7].

Результати дослідження по кваліфікаційній роботі апробовані на Міжнародному конкурсі студентських наукових робіт "УПРАВЛІНСЬКІ, СОЦІАЛЬНІ ТА ПОВЕДІНКОВІ НАУКИ У РЕАЛІЗАЦІЇ ЗАСАД СТАЛОГО РОЗВИТКУ" 04 травня 2023 р. на базі Інституту економіки та менеджменту Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу. Здобуто диплом I-го ступеня.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТОРГІВЛІ ЦИФРОВИМИ ТОВАРАМИ НА ПРИНЦИПАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

1.1 Цифрові товари як форма комерціалізації об'єктів права інтелектуальної власності

На тлі повсюдної діджиталізації різноманітних сфер господарської діяльності в Україні і в світі, все більшу роль відіграє торгівля цифровими товарами за допомогою мережі Інтернет. У 2021 році 65,3% виручки звукозаписної індустрії складала доходи від цифрового поширення музики [8], а цифрова дистрибуція в відеоігровій індустрії щорічно збільшується: у 2020 році темпи її приросту перевищили 60% [9]. Розширюється торгівля програмним забезпеченням, електронними версіями книжок, науковими розробками, дизайнерськими проектами, навчальними матеріалами та багатьма іншими видами авторської продукції.

Курс державної політики України на інтеграцію до Європейського Союзу передбачає здійснення активних кроків щодо досягнення Цілей сталого розвитку, зокрема, цілі №8: «Сприяння поступальному, всеохоплюючому та сталому економічному зростанню, повній і продуктивній зайнятості та гідній праці для всіх». При цьому стоїть завдання «...створити інституційні та фінансові можливості для самореалізації потенціалу економічно активної частини населення та розвитку креативної економіки».

Актуальність проблеми розвитку організації та розвитку цифрової дистрибуції, торгівлі цифровими товарами спонукає багатьох вітчизняних і зарубіжних учених до наукових досліджень та оприлюднення їх результатів. Опрацьовані нами наукові здобутки умовно можна об'єднати у чотири групи.

Перша група науковців, вивчила теоретико-методологічні засади інтелектуальної власності та торгівлі цифровими товарами. Сюди входять О. Вієцька, В. Вірченко, Д. Маслов, К. Гуей, П. Чау. *Друга група* дослідників (Я. Караїбрагімоглу, В. Канліанг, Ч. Кім, Д. Кім, Р. Картер, Т. Стрейдер, Дж. Рожицькі, Т. Рут) основну увагу приділила обліково-ціновим аспектам цифрових товарів. Маркетингові аспекти цифрових товарів висвітлили І. Венг, К. Венг, Д. Яо та Ч. Ліу, Ч. Ляо, І. Лу, Р. То (*третья група*). Над організаційними аспектами торгівлі цифровими товарами працювали М. Дубель, Р. Сааде, С. Бредлі, І. Лі, Дж. Кім, С. Кім, С. Джіан, А. Ліу, І. Венг, С. Чен – *четверта група*. Детальніше результати досліджень вказаних науковців відображено у табл. 1.1.

Таблиця 1.1

Розподіл і результати досліджень вітчизняних і зарубіжних науковців за тематичними групами у сфері торгівлі цифровими товарами

Група	Напрямок дослідження	Автор	Досліджувані питання
I	Теоретико-методологічні аспекти інтелектуальної власності та торгівлі цифровими товарами	В. Вірченко	Теоретичні витoki та економічні імперативи розвитку інтелектуальної власності [10]
		О. Вієцька	Визначення категорії «цифрові товари», оподаткування торгівлі цифровими товарами та послугами [11]
		Д. Маслов	Трактування поняття «цифрових товарів» та сучасні підходи до їх класифікації [12]
		К. Гуей, П. Чау	Класифікація цифрових товарів, в тому числі за критеріями «пробності» та «подільності» [13]

Продовження табл. 1.1			
		Д. Куа	Специфічні риси цифрових товарів в умовах Нової економіки [14]
II	Обліково-цінові аспекти цифрових товарів	Я. Караїбрагімоглу, О. Вієцька	Особливості бухгалтерського обліку цифрових товарів; Оподаткування торгівлі цифровими товарами та послугами [15]
		В. Канліанг	Розробка стратегій ціноутворення на цифрові товари на основі типології Пігу [16]
		Ч. Кім, Д. Кім	Модель споживчого сприйняття цінності цифрових товарів [17]
		Р. Картер, Т. Стрейдер, Дж. Рожицькі, Т. Рут	Структура витрат господарської діяльності підприємств у сфері цифрових товарів [18]
III	Маркетингові аспекти цифрових товарів	І. Венг, К. Венг, Д. Яо	Маркетинговий мікс для цифрових товарів [19]
		Ч. Ліу, Ч. Ляо, І. Лу, Р. То	Визначення факторів зміни споживчого вибору на користь цифрових товарів [20]
IV	Організаційні аспекти торгівлі цифровими товарами	М. Дубель	Організаційні засади роботи сервісів з цифрової дистрибуції [21]
		Р. Сааде	Розробка типової схеми електронного ланцюга поставок цифрових товарів [22]
		С. Бредлі, І. Лі, Дж. Кім, С. Кім	Стратегія розвитку цифрової дистрибуції залежно від її форми [23]
		С. Джіан, А. Ліу, І. Венг, С. Чен	Моделювання розповсюдження цифрових товарів в контексті поширення інновацій [24]

*/ Складено на підставі опрацювання та систематизації матеріалів [10-24].

Для ефективного дослідження торгівлі цифровими товарами доцільно розкрити сутність цього терміну, особливості та класифікацію цифрових товарів.

Визначення поняття «цифровий товар» залишається дискусійним в колі вітчизняних та зарубіжних вчених. К. Гуей надає визначення ширшого поняття, а саме цифрові продукти як «будь-які товари або послуги, що можуть бути оцифровані (тобто конвертовані в бінарний формат)» [13, с. 73]. О.В. Вієцька зосереджує увагу не на потенційній можливості оцифрування, а на фактичній природі цифрових товарів: «...нематеріальні товари та послуги, які повністю постачаються з використанням інформаційних технологій» [11, с. 31]. Д. Куа звертається до базових принципів цифрової обробки інформації та наводить таке оригінальне визначення: «... - це двійковий код, тобто послідовність цифр «0» та «1», що впливає на корисність або прибуток певного суб'єкта економіки» [14, с. 6].

На нашу думку, під цифровим товаром слід розуміти товар в цифровій формі, створений на основі певних інформаційних ресурсів, доставка якого здійснюється без використання фізичних каналів розповсюдження прямо на пристрій споживача, та щодо якого діє захист прав інтелектуальної власності. Це визначення враховує особливості створення, обігу та захисту цифрових товарів, які відрізняють їх від традиційних.

Важливим аспектом є тісний зв'язок цифрових товарів із об'єктами права інтелектуальної власності, детально дослідженими Вірченком В.В. [10, с. 68] Торгівля цифровими товарами виступає однією з форм комерціалізації об'єктів права інтелектуальної власності, що зумовлює відповідне нормативно-правове регулювання.

Суміжним поняттям, яке дозволяє краще зрозуміти сутність цифрових товарів, є «цифрова дистрибуція». В законодавстві США це поняття визначається, як метод розповсюдження, за якого контент (тобто цифрові товари) доставляються до покупця без використання фізичних каналів розповсюдження, зазвичай за допомогою мережі Інтернет прямо на пристрій споживача [25]. Звідси можемо зробити висновок про такі характеристики

цифрових товарів як, по-перше, потреба в наявності у споживача певного електронного девайса для споживання цифрового товару, по-друге, продаж цих товарів без використання традиційних фізичних каналів розповсюдження.

В обліку, плануванні, аналізі, управлінні велике значення має класифікація цифрових товарів. Ключові відмінності між тими, чи іншими видами впливають на способи їх реалізації та характер попиту. Тому розробка дієвої маркетингової стратегії залежить від врахування особливостей тієї чи іншої групи цифрових товарів. Класифікація цифрових товарів з наданими пропозиціями автора щодо її вдосконалення наведена в табл. 1.2.

Таблиця 1.2

Підходи до класифікації видів цифрових товарів

Критерій класифікації	Види цифрових товарів
За форматом	<ol style="list-style-type: none"> <li data-bbox="644 1014 1469 1126">1. Відео: фільми, серіали, інструкції, блоги, лекції тощо <li data-bbox="644 1171 1469 1283">2. Аудіо: пісні, аудіокниги, подкасти, декламування тощо <li data-bbox="644 1328 1469 1518">3. Програмне забезпечення: програми, утиліти, розширення, мобільні додатки, розширення, операційні системи, відеоігри тощо <li data-bbox="644 1563 1469 1675">4. Текст: книги, посібники, періодичні видання тощо <li data-bbox="644 1720 1469 1753">5. Зображення: витвори образотворчого мистецтва <li data-bbox="644 1798 1469 1910">6. Засоби штучного інтелекту: генерація ШІ тексту, аудіо, відео, програмного коду тощо

Продовження табл. 1.2	
За подільністю та пробністю [13, с. 74]	<ol style="list-style-type: none"> 1. Інструменти та застосунки: мають низьку подільність та пропонують пробний період перед покупкою 2. Онлайн-сервіси: поєднують властивості подільності та пробності, гнучка маркетингова стратегія 3. Цифрові товари, що базуються на змісті: вища ступінь подільності, пробний період не вигідний для продавця
За тривалістю [12, с. 190-192]	<ol style="list-style-type: none"> 1. Нетривалі: повністю втрачають споживну вартість після першого акту споживання 2. Тривалі: підлягають поступовому моральному зношенню 3. Перманентні: не підлягають моральному зношенню (безстрокові цінні папери, криптоактиви)
За функціональним призначенням	<ol style="list-style-type: none"> 1. Промислово-господарське - забезпечують продуктивність господарських суб'єктів (креслення, комерційне програмне забезпечення, послідовність ДНК, хімічні формули тощо) 2. Споживче - забезпечують цінність для споживачів (фільми, книги, пісні, відеоігри тощо)

**/ Складено на підставі опрацювання та систематизації матеріалів [12, 13].*

Критерій класифікації цифрових товарів «за форматом» пропонується оновити, додавши ще одну категорію: «моделі штучного інтелекту». Значне поширення платних моделей штучного інтелекту з різними функціями та якістю поставило питання щодо доцільності їхнього виокремлення в окрему категорію

[26, 27, 28]. Засоби штучного інтелекту можна визначити як систему чи сервіс з інструментарієм, з використанням якого можна збирати та адаптувати дані користувача (або дані з відкритих джерел), та створити на їхній основі нові рішення чи висновки, відповідно до поставленого користувачем завдання [29, с. 50].

Серед підстав для виокремлення засобів штучного інтелекту в якості окремої категорії цифрових товарів (в рамках класифікації за форматом):

- Самонавчання ШІ на шляхом споживання нової інформації;
- Широкий спектр отримуваних вихідних результатів (текст, зображення, аудіо, відео, програмний код тощо);
- Автоматичне адаптація засобів ШІ до особливостей запитів користувача.

Також за доцільне вважаємо виділити новий критерій класифікації в залежності від функціонального призначення. За цим критерієм цифрові товари можна поділити на дві групи: промислово-господарського та споживчого призначення. Даний критерій класифікації доцільний для застосування в обліку торгівлі цифровими товарами, в тому числі міжнародної.

Цифрові товари як специфічний вид товарів має ряд особливостей, що суттєво впливають на характер товарообороту. Перш за все, в торгівлі цифровими товарами застосовується законодавство щодо охорони прав інтелектуальної власності. На відміну від традиційних товарів, цифрові товари не передаються у повну власність споживачу. До прикладу, в умовах використання цифрових товарів компанія-виробник та дистриб'ютор програмного забезпечення «Microsoft» зазначають, що «Усі цифрові товари ліцензуються, а не продаються» [30].

Наступною особливістю є підвищений ризик створення несанкціонованих копій – порушення прав інтелектуальної власності. В Україні проблема досі стоїть гостро – станом на 2021 рік 80% програмного забезпечення є неліцензованим, тобто таким, що не було офіційно придбаним користувачами [31].

Ще однією ключовою особливістю є можливість реалізації повністю автоматизованої електронної комерції. Це пояснюється нематеріальною формою цифрових товарів та можливістю здійснення процесів купівлі-продажу та доставки за максимально короткий час. Дана особливість більш детально розглянута в контексті сучасних форм організації торгівлі цифровими товарами.

1.2. Сучасні форми організації торгівлі цифровими товарами

Цифрова дистрибуція є однією із ключових форм комерціалізації об'єктів права інтелектуальної власності (особливо авторського права), що розглядається як метод розповсюдження. За допомогою цифрової дистрибуції контент, тобто цифрові товари, доставляються до покупця без використання фізичних каналів розповсюдження, зазвичай за допомогою мережі Інтернет.

Реалізація цифрових товарів передусім пов'язана із їхнім поширенням через мережу Інтернет. Існує *три основні форми* торгівлі цифровими товарами: прямий продаж цифрового товару, рекламна форма та форма передплати [32, с. 333].

Прямий продаж цифрового товару передбачає передачу споживачеві безстрокового права на перегляд, прослуховування або користування (в залежності від формату цифрового товару) та завантаження цифрового товару на фізичний пристрій споживача. Цю форму торгівлі цифровими товарами можна вважати класичною, оскільки вона найбільш схожа на продаж звичайних (нецифрових) товарів.

У форматі маркетингового комплексу виділити такі особливості прямого продажу цифрових товарів – рис. 1.1.

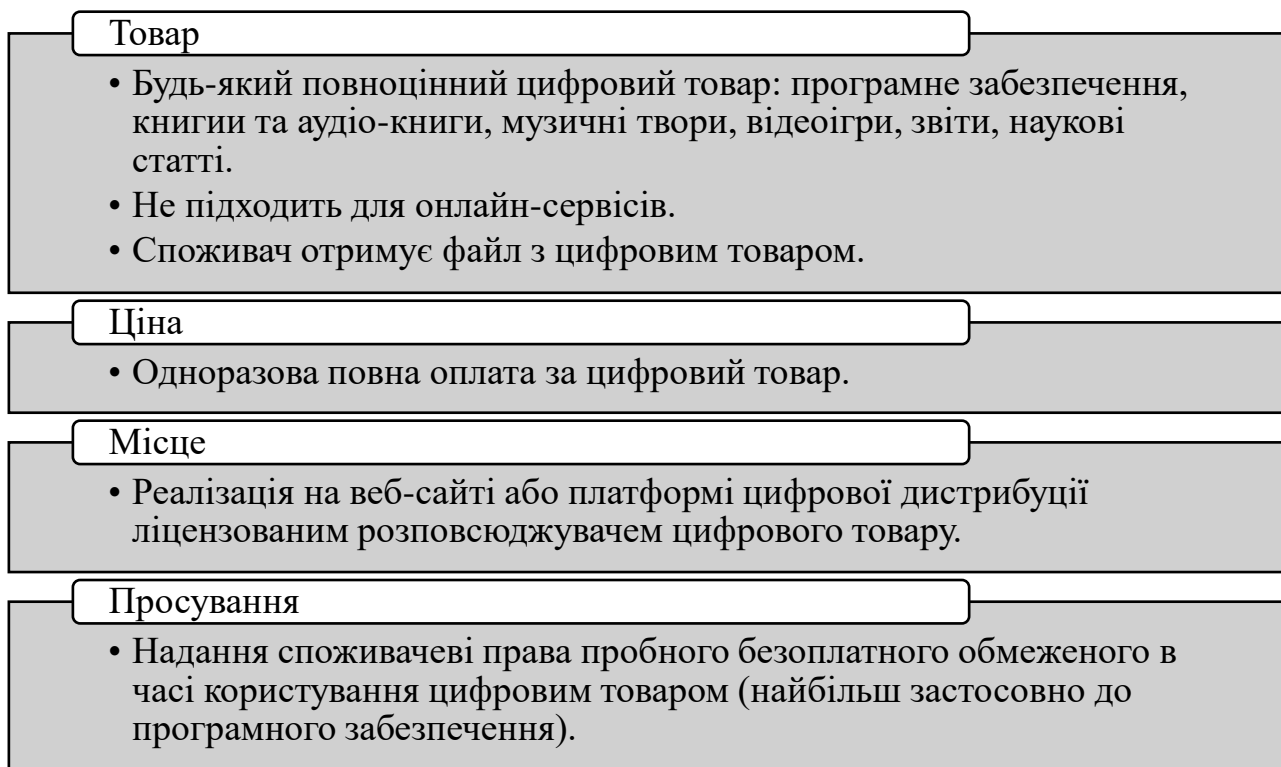


Рис. 1.1. Маркетинговий комплекс форми прямого продажу цифрових товарів*.

**Складено автором на основі [13,19,32].*

Дана форма торгівлі цифровими товарами є поширеною як на вітчизняному, так і на світовому ринку: продаж книг в електронному форматі (видавництво «НашФормат» на власному веб-сайті та інші видавництва на платформі цифрової дистрибуції «Yakaboo»), продаж пісень та музичних альбомів (платформа «iTunes»), продаж відеоігор (компанія «Ubisoft» на власному веб-сайті «UbiStore» та на платформі «Steam»), продаж програмного забезпечення (компанія «Adobe» на власному веб-сайті та інші компанії на платформах «AppStore та «GooglePlay») тощо.

Рекламна форма реалізації цифрових товарів передбачає надання споживачеві безоплатного доступу до користування цифровим товаром. Творці або розповсюджувачі цифрового товару отримують винагороду за кількість переглядів реклами, яка з'являється на пристрої споживача в процесі споживання

цифрового товару. Можемо виділити такі особливості маркетингового комплексу рекламної форми реалізації цифрових товарів – рис. 1.2.

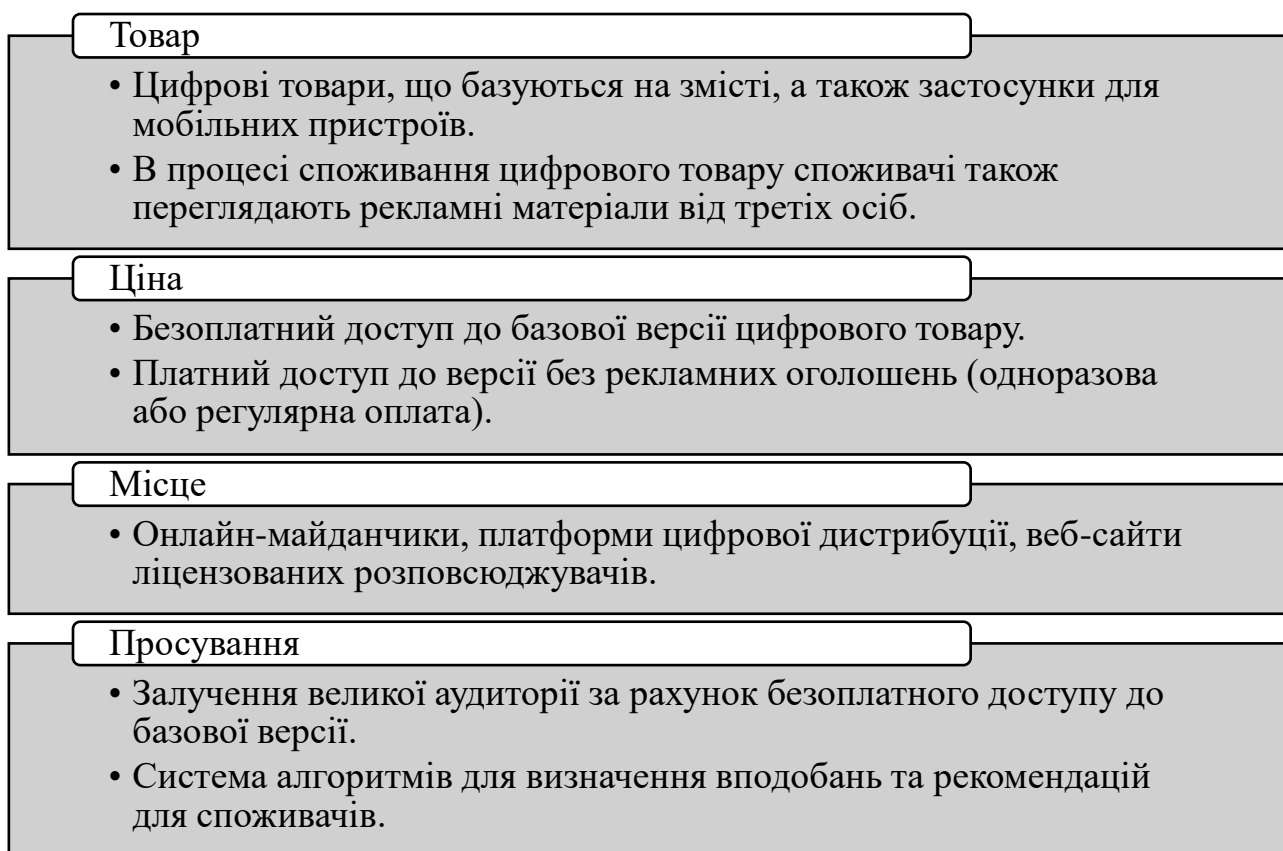


Рис. 1.2. Маркетинговий комплекс рекламної форми торгівлі цифровими товарами*.

* Складено автором на основі [13,19,32].

Рекламна форма часто застосовується в онлайн-перегляді відео (онлайн-майданчик «YouTube»), в реалізації мобільних застосунків (численні безоплатні мобільні відеоігри та мобільні додатки) та в періодичних онлайн-виданнях («Українська правда», «LB.ua», «CNN» тощо).

Форма підписки (передплати) – форма торгівлі цифровими товарами, за якої споживач періодично отримує певну кількість цифрових товарів або право на їх використання за умови регулярної оплати. Особливості маркетингового комплексу цієї форми відображені на рис. 1.3.

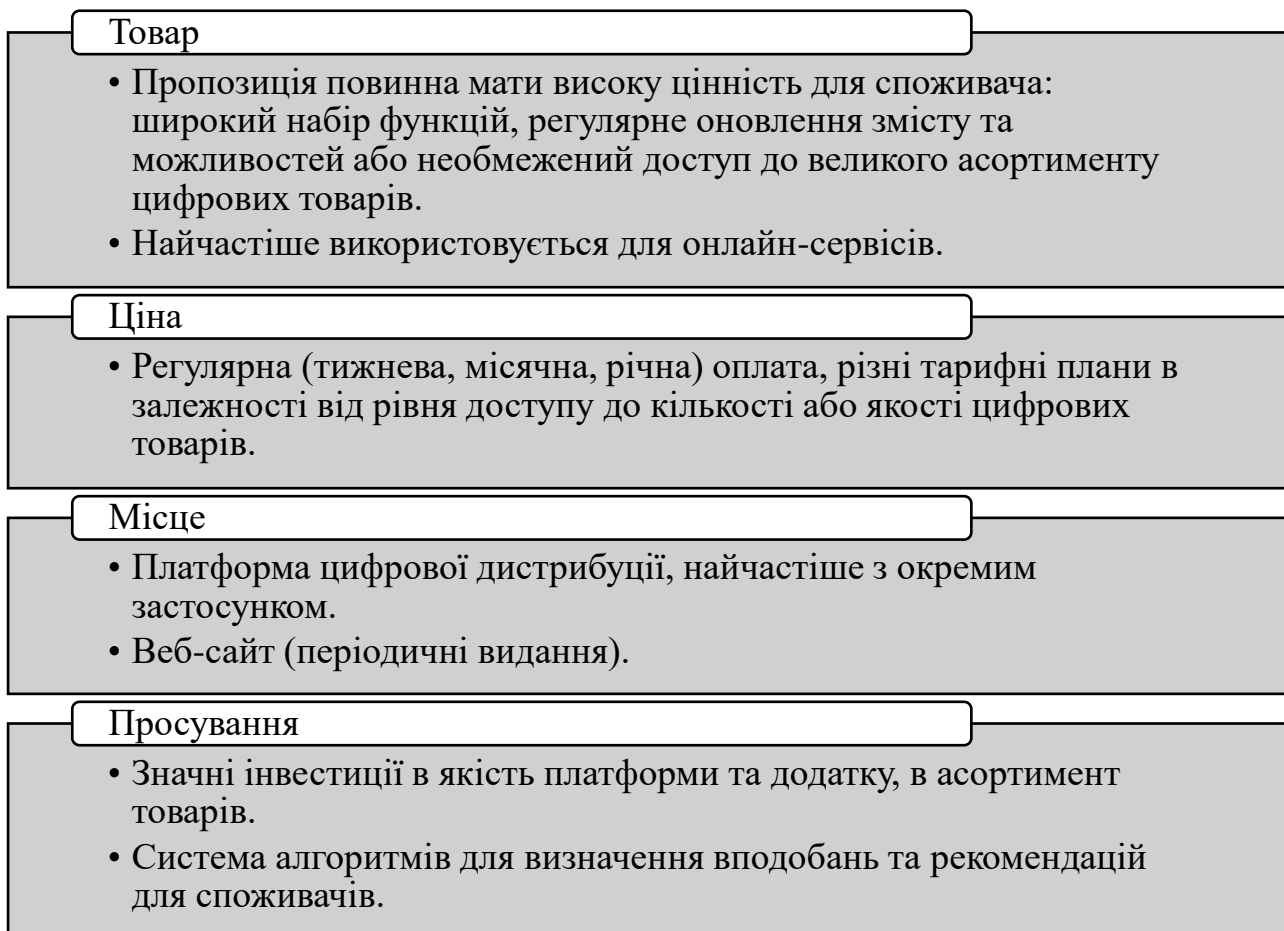


Рис. 1.3. Маркетинговий комплекс передплатної форми торгівлі цифровими товарами*.

* Складено автором на основі [13,19,32].

Серед відомих компаній, що використовують форму підписки, можна виділити: сервіси «Netflix», «Hulu», «Megogo», «КиївстарТБ»; музичні стримінгові сервіси «AppleMusic», «Spotify»; продуктові ІТ-компанії «Adobe», «Microsoft»; відеоігрові сервіси «XboxGamePass» та «PlayStation Plus»; періодичні видання «Wall Street Journal», «Women’s Wear Daily».

Із розвитком ринку цифрових товарів виникають різні комбінації наведених форм торгівлі: наприклад, поєднання рекламної та передплатної форми.

Тісний зв'язок цифрової дистрибуції з інтелектуальною власністю обумовлює основні її властивості та відмінності від традиційної торгівлі, а саме:

1. Можливість реалізації абсолютно нематеріальної електронної комерції у зв'язку з нематеріальною формою цифрових товарів та здійснення

процесів купівлі-продажу й доставки за максимально короткий час. В цьому полягають переваги торгівлі цифровими товарами: низькі (або навіть відсутні) логістичні витрати на пакування, зберігання та доставку продукції; можливість повної автоматизації бізнесу; граничні витрати від продажу кожної додаткової одиниці цифрової продукції близькі до нуля [14, с. 17].

2. Потребує врегулювання питання щодо охорони прав інтелектуальної власності у цифровій дистрибуції. На відміну від традиційних форм торгівлі товарами, цифрові товари не передаються у повну власність споживачу. Прикладом може бути компанія-виробник і дистриб'ютор програмного забезпечення «Microsoft», які в правилах використання цифрових товарів на своєму веб-сайті зазначають, що «Усі цифрові товари ліцензуються, а не продаються» [30].

3. Ризик створення несанкціонованих копій – порушення прав інтелектуальної власності. Окрім необхідності юридичного супроводу в торгівлі цифровими товарами, важливим є також технологічний аспект. Зокрема, застосовується технологія DRM та перспективною є технологія блокчейн у захисті цифрових товарів [33, с. 210; 34, с. 123].

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА РОЗВИТКУ ТОРГІВЛІ ЦИФРОВИМИ ТОВАРАМИ В УКРАЇНІ

2.1 Основні тенденції та проблеми розвитку торгівлі цифровими товарами на засадах цілей сталого розвитку

Незважаючи на військову агресію й погіршення макроекономічної ситуації, ІТ сфера в Україні стабільно розвивається. За результатами 11 місяців 2022 р. ІТ сектор став єдиним в країні, де спостерігалось зростання експорту на 7 % порівняно аналогічним періодом 2021 р. Загальний обсяг експорту склав 6,6 млрд. \$, що на 1 млрд. \$ більше, навіть порівняно з металургією [35].

У 2018 р. найвищий рівень цифрового розвитку серед розвинених країн продемонстрували Швеція, Нідерланди, США, Данія, Великобританія. Рівень цифрового розвитку в Україні поки що відстає від країн-лідерів ЄС (Швеція – 0,81, Нідерланди – 0,81, Данія – 0,80) і середнього рівня в ЄС (0,71). При цьому індекс цифровізації України склав 0,56 (рис. 2.1), і вона зайняла 46 місце в рейтингу країн Європейського Союзу [36].

Важливою передумовою ефективної торгівлі цифровими товарами є достатній рівень розвитку електронної комерції [37]. Як видно на рис. 2.2., у період 2016-2020 рр. обсяг товарообороту електронної комерції в Україні збільшився більш ніж у 2,5 рази. Разом з тим, частка електронної комерції в загальному обсязі роздрібного товарообороту за 2016-2020 рр. збільшилася на 5,5 п.п. [38]

Розвиток торгівлі цифровими товарами має важливе значення для покращення позицій України в рейтингу інформатизації, досягнення стратегічних цілей диджиталізації національної економіки. Зокрема, до кінця

2023 р. частка ІТ має складати 10 % ВВП країни, а кількість населення, залученого до програми розвитку цифрових навичок, - 6 млн. осіб [39].

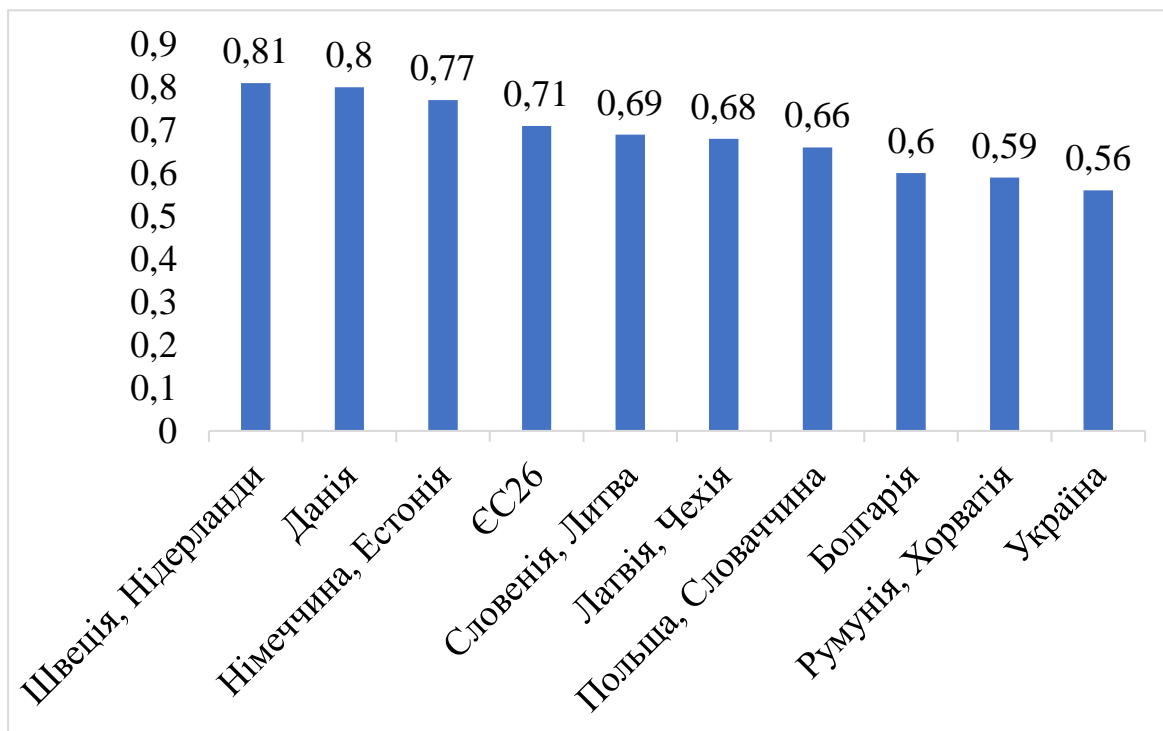


Рис. 2.1. Індекс цифровізації України та окремих країн ЄС, 2018 р.*

* Зображено за даними [36, с. 23].

Актуальним для України наразі є інтеграція в єдиний цифровий ринок Європейського Союзу. Завдяки цьому поглиблюватиметься економічна інтеграції у внутрішній ринок ЄС, проводитиметься цифровізація України відповідно до європейських і міжнародних стандартів. В межах інтеграції розширюється взаємний доступ до онлайн-ринків і цифрових послуг, Україна приєднується до єдиних правил, стандартів і процедур з ЄС у цифровій сфері. Особливо важливими є запровадження процедур оформлення електронних контрактів, здійснення електронних платежів та розрахунків, поширення цифрового контенту, дотримання авторських прав, надання транскордонних цифрових послуг і захисту прав споживачів в мережі інтернет тощо.



Рис. 2.2. Динаміка ринку електронної комерції та її частки в Україні, 2016-2020 рр.*

* Зображено за даними [38].

Зусилля держави спрямовані на імплементацію національного інформаційного середовища у міжнародний простір, у т.ч. для полегшення торгівлі цифровими товарами. Так, наприкінці 2022 р. вперше підписано Угоду про цифрову торгівлю між Україною та Великобританією [40]. В угоді визначені межі і базові норми співпраці щодо відповідності систем цифрової ідентифікації країн. Основні напрями співпраці:

- 1) цифрові торговельні системи,
- 2) вільний обмін даними,
- 3) захист споживачів,
- 4) відкриті цифрові ринки,
- 5) фінансові послуги,
- 6) технічне співробітництво

Забезпечення захисту прав споживачів залишається однією з основних перешкод розвитку торгівлі цифровими товарами, зокрема, їх експорту. За оцінками експертів, основними бар'єрами, які гальмують розвиток торгівлі цифровими послугами в Україні є обмеження у таких сферах, як електронні

платежі та розрахунки, електронні транзакції, захист прав інтелектуальної власності в мережі інтернет та інші (рис. 2.3).



Рис. 2.3. Рівень (індекс) регуляторних обмежень торгівлі цифровими послугами в Україні та інших країнах світу, 2018 р.*

* Зображено за даними [36, с. 26].

Примітки:

Інші ОЕСР – інші країни Організації економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР): Австралія, Канада, Чилі, Колумбія, Ізраїль, Японія, Мексика, Нова Зеландія, Норвегія, Швейцарія, Туреччина, США.

Не-ОЕСР: Китай, Бразилія, Індія, Індонезія, Саудівська Аравія, Південна Африка.

На кінець 2021 р. 80% програмного забезпечення в Україні було неліцензованим, тобто не офіційно придбане користувачами. Подібний стан стосовно розповсюдження музики та іншого контенту [41,42]. На рис. 2.4 наведено динаміку індексу захисту авторського права.

Індекс захисту авторського права в Україні демонстрував повільне зростання упродовж 2010-2019 рр., хоча значно відставав від показників розвинутих країн: США (8,5 у 2022 р.), Німеччини (8 у 2022 р.), Франції (6,8 у 2022 р.), Польщі (5,4 у 2022 р.) та Китаю (3,4 у 2022 р.). Україна у 2022 р. за значенням індексу прирівнювалася до Ботсвани, Замбії, Нігерії та Камеруну, що свідчить про значні порушення авторського права і негативно позначається на іміджі країни, перспективі розвитку торгівлі цифровими товарами.

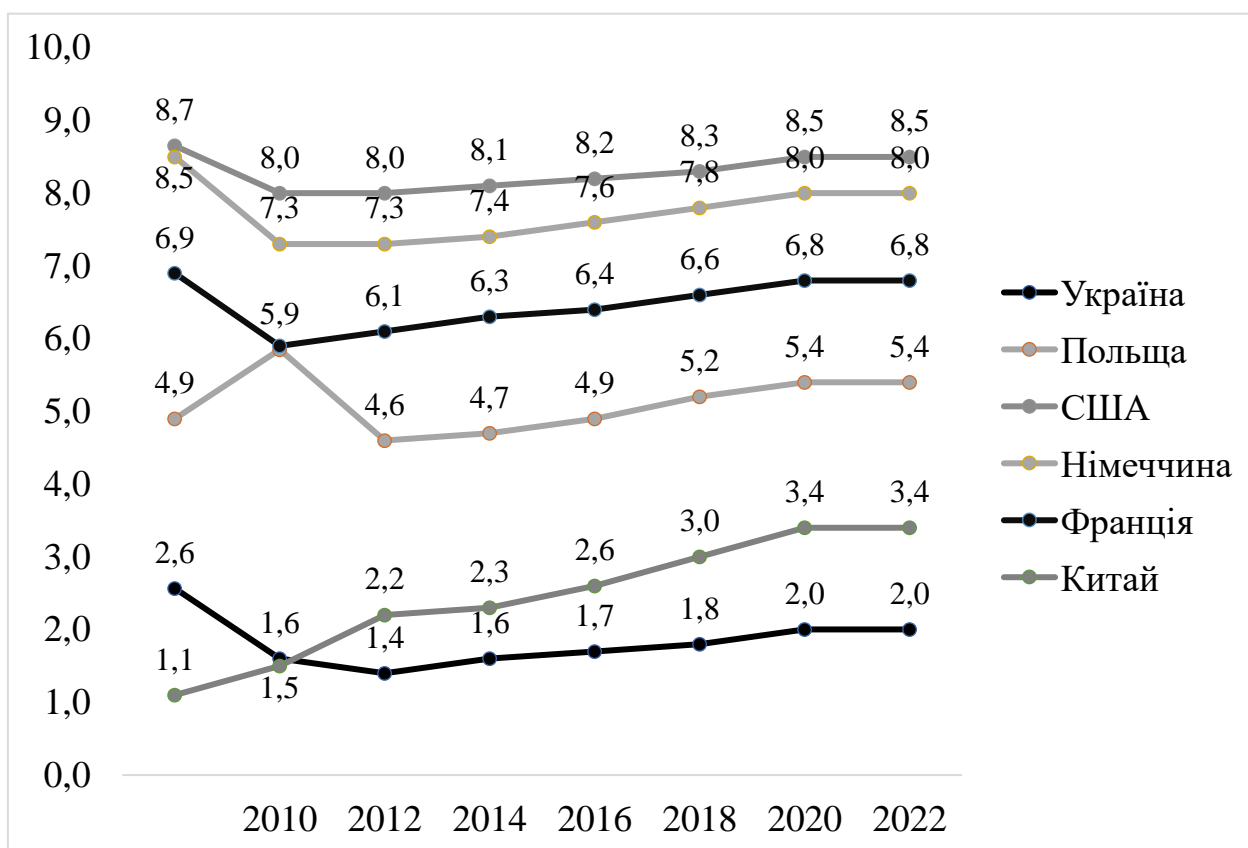


Рис. 2.4. Індекс захисту авторського права в Україні та провідних країнах світу, 2009–2022 рр.*

* Зображено за даними [31].

2.2. Особливості організації торгівлі цифровими товарами за допомогою платформи цифрової дистрибуції.

Тенденції розвитку торгівлі цифровими товарами досліджені також на матеріалах ТОВ «ЯКАБУ ТРЕЙД». Інтернет-магазин «ЯКАБУ» є одним з лідерів на книжковому ринку України: станом на серпень 2019 року за словами виконавчого директора компанія отримувала близько 4% виручки книжкового ринку України, та близько 60% онлайн-продажів [43]. Компанія провадить діяльність вже впродовж 15 років (дата заснування ТОВ «ЯКАБУ» - 06.08.2004), та визнана однією з найбільш успішних: у 2018 компанія стала переможцем щорічного конкурсу інтернет-проектів E-Awards та отримала нагороду «Найкращий інтернет-магазин» в категорії «Книги, мультимедійний контент» [44].

Група компаній «ЯКАБУ» включає три юридичні особи: ТОВ «ЯКАБУ ТРЕЙД», ТОВ «ЯКАБУ ПАБЛІШИНГ» та ТОВ «ЯКАБУ» [45]. Торговельне підприємство в тому числі займається реалізацією цифрових книжок в текстовому та аудіо-форматі. На базі ТОВ «ЯКАБУ ТРЕЙД» у жовтні 2021 року створено платформу цифрової дистрибуції з мобільним застосунком.

Бізнес-модель реалізації цифрових товарів компанії можна окреслити як комбінацію форм прямого продажів та передплати. Таким чином, споживач має два варіанти купівлі електронних та аудіокниг.

Перший варіант полягає в придбанні конкретної одиниці цифрового товару та завантаження відповідного файлу. Проведені дослідження вказують, що цифрова торгівля дозволяє споживачам здійснити більш вигідну покупку – табл. 2.1. В результаті порівняння цін найбільш популярних 40 найменувань аудіокниг та електронних книжок до їх паперових аналогів було виявлено, що електронні книжки в середньому дешевші на 54,37%, аудіокниги – на 54,86%, що зумовлює зростання популярності в суспільстві цифрових товарів як більш доступного та зручного аналогу паперових книжок.

Другий варіант купівлі передбачає оформлення передплати на платформу цифрової дистрибуції «ЯКАБУ» для отримання доступу до більш ніж 9000 книжок та 2000 аудіокниг в мобільному застосунку. Станом на лютий 2023 року ціна передплати на місяць становить 100,00 грн. Змішаний тип бізнес-моделі також зумовлює ряд особливостей організації товарообороту цифрових товарів ТОВ «ЯКАБУ ТРЕЙД» - рис. 2.5.

Таблиця 2.1

Співвідношення цін на цифрові товари та їх паперові аналоги в інтернет-магазині «Yakaboo»*.

Категорія цифрових товарів	Середнє відношення, %	Середня відносна різниця, %
Книжки	45,63	54,37
Аудіокниги	45,14	54,86

*Джерело: складено автором на основі [46]

Суцільною лінією «1» позначено постачання книг в електронному форматі та аудіокниг, створених власним видавництвом компанії «Якабу», до інтернет-магазину. Приналежність до однієї юридичної особи дозволяє цим компаніям проводити розрахунки (пунктирна лінія «1А») за постачання цифрових товарів безпосередньо після їх придбання споживачем.

Суцільною лінією «2» позначено постачання цифрових товарів від видавництв-партнерів до інтернет-магазину. До таких видавництв належать українські компанії «Наш Формат», «Клуб сімейного дозвілля», «#книголав», «Фоліо», «Видавництво Старого Лева» та інші, а також закордонні видавництва. Постачання цифрових товарів відбувається шляхом передачі компанії «Якабу» цифрової копії товару, яка після цього може бути розміщена на сайт інтернет-магазину та в додатку.

Постачання відбувається після укладання між компаніями відповідного договору. У ньому, серед іншого, вказуються зобов'язання сторін щодо цінової політики, захисту авторських прав (недопущення незаконного розповсюдження

копій працівниками магазину), порядку оплати. Веденням перемовин та укладанням договору займається відділ закупівлі інтернет-магазину «Якабу».



Рис. 2.5. Схема організації товарообороту цифрових товарів ТОВ «ЯКАБУ ТРЕЙД»*

* Складено автором на основі джерела [43, 46].

В залежності від умов договору можливі такі варіанти оплати цифрових товарів: виплата видавництвам собівартості з кожної проданої копії (за даними продажів по закінченню кожного періоду), оплата компанією «Якабу» права на продаж певної кількості копій цифрових товарів видавництва, пропорційні виплати в залежності від часу, який передплатники підписки проглядали книжку видавництва (варіанти руху грошових коштів за поставлену продукцію позначено пунктирною лінією «2А»). У кожному з випадків необхідною є прозорість величини продажів та статистики користування, що забезпечується

доступним для кожного окремого видавництва автоматизованим обліком продажів в інтернет-магазині та додатку.

Суцільною лінією «З» позначено постачання цифрових товарів від представників закордонних видавництв в Україні, які також розміщують власні цифрові товари в інтернет-магазині та додатку торговельного підприємства.

У зв'язку з особливостями цифрових товарів та їх постачання (необхідність лише однієї копії товару для потенційно необмеженої кількості його продажів), найбільш раціональною формою оплати за поставлені цифрові товари є розрахунок з постачальниками на основі величини продажів по закінченню встановленого облікового періоду. Цей аспект дозволяє здійснювати продаж цифрових товарів без підвищення навантаження кредиторської заборгованості на торговельне підприємство.

Зберігання (або «складування») цифрових товарів також є менш ресурсомістким, оскільки це не потребує складських приміщень: електронні копії можуть зберігатися як на фізичному сервері компанії, так і на хмарних сервісах. За стабільність роботи веб-сайту відповідає технічний відділ торговельного підприємства «ЯКАБУ».

Суцільні лінії «1В», «2В» та «3В» позначають реалізацією цифрових товарів, отриманих з відповідних джерел (власні видавництва, видавництва-партнери, сторонні продавці). Для здійснення покупки вибраного цифрового товару клієнт обов'язково повинен створити обліковий запис на сайті, що надає йому доступ до особистого кабінету. Оплата електронних книжок, аудіокниг або ж передплати можлива виключно електронними способами оплати: за допомогою платіжних карток «Visa» або «Mastercard» (в тому числі, «ApplePay» та «GooglePay»). Для реалізації автоматизованої онлайн-оплати інтернет-магазин використовує систему прийому платежів – платіжний сервіс «ХPay». Після здійснення платежу користувачі отримують доступ до файлу придбаного цифрового товару (при купівлі конкретного найменування), або ж отримують доступ до всіх цифрових товарів бібліотеки в додатку «Якабу» (більше 11000 електронних та аудіокниг) строком на один місяць.

Для забезпечення роботи платформи цифрової дистрибуції на торговельному підприємстві працюють функціональні підрозділи, зображені на рис. 2.6.

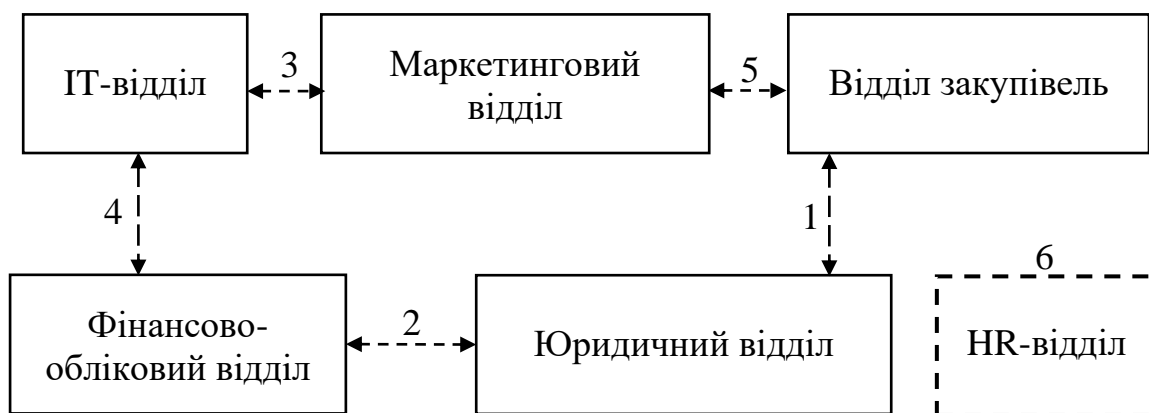


Рис. 2.6. Функціональні відділи платформи цифрової дистрибуції «ЯКАБУ»

* Складено автором на основі джерела [43, 45].

Пунктирною лінією «1» позначено тісний зв'язок відділу закупівель з юридичним відділом. Юридичний відділ відповідає за документальне супроводження господарських відносин торговельного підприємства «Якабу» з постачальниками. Крім того, до функцій юридичного підрозділу входить вирішення можливих юридичних спорів з видавництвами та іншими суб'єктами через високий ризик порушення прав інтелектуальної власності. Юридичний відділ також взаємодіє з фінансово-обліковим відділом (пунктирна лінія «2»).

Визначення розміру фінансових зобов'язань перед постачальниками цифрових товарів за моделі передплати потребує спільної роботи ІТ-відділу та фінансово-облікового відділу (пунктирна лінія «4»). Виконання маркетингової стратегії та перевірка гіпотез щодо поведінки споживачів вимагає взаємодії між ІТ- та маркетинговим відділами (пунктирна лінія «3»). Маркетинговий відділ на основі вподобань споживачів також формує для платформи цифрової дистрибуції асортиментну політику, якою керується відділ закупівель (пунктирна лінія «5»).

HR-відділ позначений пунктирною лінією «6», оскільки займається підбором кваліфікованих кадрів для всіх функціональних відділів компанії.

Звичайною практикою для підприємств електронної комерції є аутсорсинг завдань з онлайн-маркетингу, проте в компанії «Якабу» на початку діяльності в сфері торгівлі книжками «відійшли від аутсорсингу ІТ та створили власну команду спеціалістів».

Для оцінки ефективності платформи цифрової дистрибуції «Якабу» порівняємо показники відвідування веб-сайту торговельного підприємства з показниками конкурентів – табл. 2.2. У січні 2023 року веб-сайт «Yakaboo.ua» був відвіданий 1,52 млн разів [47]. Ранг веб-сайту в Україні (показник, розрахований сервісом «SimilarWeb» на основі низки показників відвідування) станом на кінець січня 2023 року становив «575». Варто зазначити, що найближчим конкурентом за рангом серед українських інтернет-магазинів електронних книжок та аудіокниг (а також паперових книг) є інтернет-магазин видавництва «Клуб сімейного дозвілля», який має ранг «1473», тобто відстає від компанії «Якабу» майже на 900 позицій.

Таблиця 2.2

Показники відвідувань інтернет-магазинів електронних книжок та аудіокниг станом на січень 2023 р.*

Компанія	Ранг веб-сайту в Україні	Ранг веб-сайту в світі	Кількість відвідувань, млн
Якабу	575	33416	1,52
Клуб сімейного дозвілля	1473	78835	0,42
Наш формат	3394	171854	0,20
Видавництво старого лева	3999	204734	0,17
Litres	-	2558	18,56
Bookmate	-	28456	1,98

* Складено автором на основі [47]

В процесі розгляду організації торгівлі цифровими товарами в ТОВ «ЯКАБУ ТРЕЙД» виявлено відсутність захисту від несанкціонованого розповсюдження придбаних цифрових товарів. В результаті купівлі цифрового товару кожен користувач може завантажити його на власний пристрій, що дозволяє подальшу передачу файлу іншим користувачам. Тим не менше, редагування та копіювання тексту ускладнене шифруванням файлів. Варто зазначити, що більш гостро ця проблема виникала до випуску власного додатку.

РОЗДІЛ 3

ОСНОВНІ ШЛЯХИ АКТИВІЗАЦІЇ РОЗВИТКУ ТОРГІВЛІ ЦИФРОВИМИ ТОВАРАМИ В УМОВАХ ВІДНОВЛЕННЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

3.1. Розробка та застосування моделі формування доходу підприємства на платформі цифрової дистрибуції

Торгівля цифровими товарами є важливою складовою частиною економічного зростання країни та розвитку креативної економіки. На основі наведеної в першому розділі інформації можемо стверджувати, що даний вид торгівлі в Україні потребує активного вдосконалення як на рівні держави, так і на рівні окремих підприємств.

Для визначення основних напрямів розвитку платформи цифрової дистрибуції ТОВ «ЯКАБУ ТРЕЙД» розроблено модель формування доходів цифрової дистрибуції. Наведемо перелік змінних (залежної та незалежних), використаних для побудови моделі – табл. 3.1.

Таблиця 3.1

Змінні, розглянуті для побудови моделі, їхні позначення та характеристика

Змінна	Позначення змінної	Характеристика змінної
Залежна змінна		
Дохід цифрової платформи, дол. США	R	Тижневе значення доходу цифрової платформи від продажу цифрових товарів та оформлених передплат.

Продовження табл. 3.1		
Незалежні змінні		
Ціна місячної передплати, дол. США	P	Вартість місячної передплати для споживачів, скоригована за актуальним курсом долару США НБУ.
Витрати на онлайн-рекламу, дол. США	F	Тижневі витрати компанії на онлайн-рекламу (в пошукових системах, соціальних мережах, інших додатках).
Середньоденний час, проведений на платформі, хв	T	Середня за тиждень кількість хвилин на одного користувача, проведених в середньому за день на платформі (пошук, читання або прослуховування книг).
Кількість завантажень додатку, од.	U	Показник кількості нових завантажень додатку на мобільні пристрої споживачами за тиждень.
Кількість книг в асортименті, од.	B	Кількість книг на платформі цифрової дистрибуції станом на перший день тижня.
Кількість аудіокниг в асортименті, од.	A	Кількість книг на платформі цифрової дистрибуції станом на перший день тижня.

**/ Складено автором на основі [45,46,47,48,49,50]*

Примітки:

Період спостереження – 19.10.2021-22.01.2023, періодичність – тижнева, кількість спостережень – 66.

Показник «Ціна місячної передплати» був вибраний як ціновий фактор, що має відношення до основної пропозиції даної цифрової платформи: необмежений доступ до великої бібліотеки цифрових товарів.

Показник «Витрати на онлайн-рекламу» розглянуто на основі припущення про ефективність рекламної діяльності компанії в мережі Інтернет. Ключова

гіпотеза щодо даної змінної: збільшення витрат на онлайн-рекламу також збільшує дохід цифрової платформи дистрибуції ТОВ «ЯКАБУ ТРЕЙД».

«Середньоденний час, проведений на платформі» та «Кількість завантажень додатку» розглянуто як показники зручності додатку та його здатності захоплювати увагу. В результаті аналізу показник «Кількість завантажень додатку» було виключено з моделі, оскільки: по-перше, спостерігалася мультиколінеарність з показником «Витрати на онлайн-рекламу», по-друге, коефіцієнт моделі не був значущим.

«Кількість книг в асортименті» та «Кількість аудіокниг в асортименті» як показники моделі вибрані на основі припущення, що глибина асортименту прямо впливає на дохід цифрової платформи.

Період спостереження – 19.10.2021-22.01.2023, періодичність – тижнева, кількість спостережень – 66. Значення залежної та незалежних змінних за відповідні спостереження наведено в Додатку А.

В результаті побудови моделі лінійної регресії за методом найменших квадратів в програмному середовищі EViews отримано модель:

$$R = 375,78P + 237,28T + 0,56F - 0,12B + 0,84A - 2412,64,$$

де R – дохід цифрової платформи, P – ціна місячної передплати на платформі, T – середньоденний час, проведений на платформі, F – витрати на онлайн-рекламу, B – кількість книг в асортименті, A – кількість аудіокниг в асортименті.

На рис. 3.1 відображено графік фактичних значень доходу цифрової платформи (пунктир «Actual»), значень доходу цифрової платформи, розрахованих за допомогою моделі (пунктир «Fitted»), а також значень залишків (суцільна лінія «Residual»), що позначає різницю між фактичним та розрахованим за допомогою моделі значенням доходу.

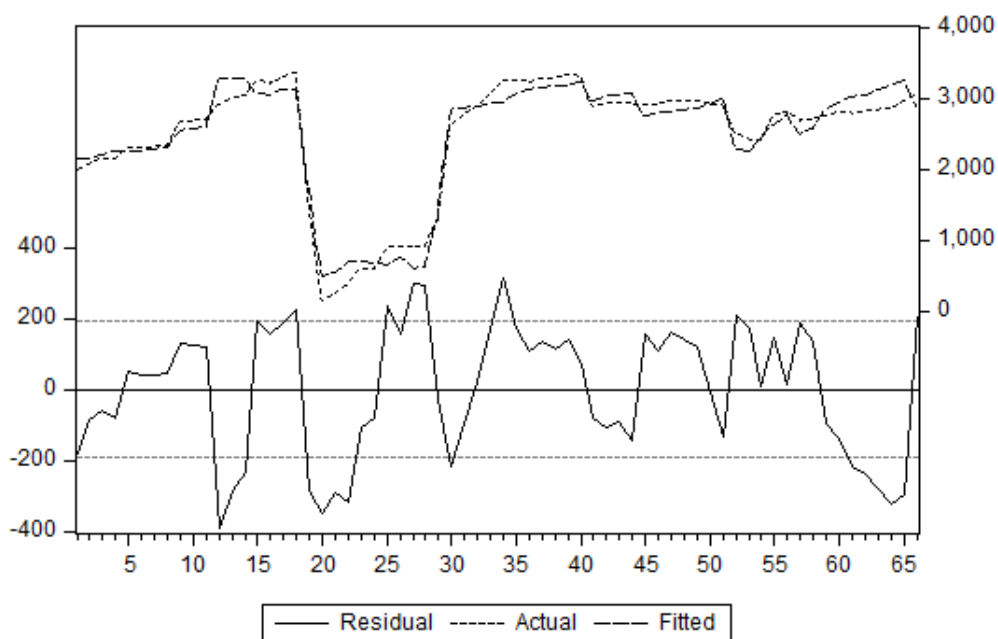


Рис. 3.1. Графік моделі формування доходів платформи цифрової дистрибуції ТОВ «ЯКАБУ ТРЕЙД»

**/ Розроблено автором на базі матеріалів [45,46,47,48,49,50]*

Як можемо бачити, найбільші відхилення розрахункових значень моделі від фактичних спостерігаються на спостереженні під номером 19, якому відповідає часовий проміжок 21.02.22-27.02.22, тобто на початку повномасштабного вторгнення РФ, врахування впливу котрого є проблематичним. У табл. 3.2 відображено результати якісного аналізу моделі.

Таблиця 3.2

Результати якісного аналізу моделі формування доходу платформи цифрової дистрибуції.

Показник	Значення	Висновок
Коефіцієнт детермінації R^2	$R^2 = 0,953$	Дохід платформи цифрової дистрибуції на 95,3% залежить від зміни факторів у регресії. Модель є вдалою.

Продовження табл. 3.1		
Критерій Фішера Prob(F-statistic)	$Prob(F - statistic) = 0,000$	Модель є адекватною.
Критерій Стюдента	$Prob(P) = 0,000$ $Prob(T) = 0,000$ $Prob(F) = 0,000$ $Prob(B) = 0,000$ $Prob(A) = 0,000$ $Prob(C) = 0,000$	Коефіцієнти при незалежних змінних P, T, F, B, A та при константі C є значущими.
Значення статистики Харке-Бера	$Prob(Jarque - Bera) = 0,119$	Залишки мають нормальний розподіл.
Коефіцієнт VIF (variance inflation factor)	$VIF_{centered}(P) = 3,849$ $VIF_{centered}(T) = 2,918$ $VIF_{centered}(F) = 3,339$ $VIF_{centered}(B) = 6,181$ $VIF_{centered}(A) = 7,736$	Жодна із незалежних змінних P, T, F, B, A не має показника, більшого за 10. Мультиколінеарність не визначено.
Критерій Чоу (Chow Breakpoint Test)	$Prob_F(6,54) = 0,026$	Гіпотеза про відсутність структурних змін у 19-му спостереженні відхиляється.
Коефіцієнти еластичності	$E_{(P)} = 0,443$ $E_{(T)} = 0,622$ $E_{(F)} = 0,332$ $E_{(B)} = -0,613$ $E_{(A)} = 1,191$	Найсильніший прямопропорційний вплив на дохід мають змінні A та T . Змінна B має оберненопропорційний вплив на дохід.

**/ Розроблено автором на базі матеріалів [45,46,47,48,49,50]*

На основі отриманих коефіцієнтів еластичності можемо стверджувати, що найбільш пріоритетними є показники кількості аудіокниг на платформі (збільшення показника на 1% призводить до зростання доходу на 1,191%) та середньоденний час, проведений на платформі (збільшення показника на 1% призводить до зростання доходу на 0,622%). Отже, це вказує на важливість, по-перше, достатнього асортименту аудіо-візуального контенту по типу аудіокниг, які можна прослуховувати на ходу, і, по-друге, значний вплив вдосконалення зручності інтерфейсу платформу, алгоритмів рекомендацій та інших аспектів, що

позитивно впливають на кількість проведеного на платформі часу. Ці напрями вдосконалення платформи цифрової дистрибуції ТОВ «ЯКАБУ ТРЕЙД» можна вважати ключовими.

Крім того, збільшення ціни передплати на 1% призводить до зростання доходу платформи на 0,443%. Такі результати моделі пояснюються в тому числі невисокою ціною передплати на платформі «ЯКАБУ».

Менша міра впливу витрат на онлайн-рекламу на доходи платформи цифрової дистрибуції може бути пояснена відсутністю даних щодо витрат на офлайн-рекламу. Збільшення витрат на онлайн-рекламу на 1% призводить до збільшення доходу на 0,332%.

Також в результаті аналізу можемо відкинути гіпотези щодо позитивної залежності доходу від кількості книг на платформі. Зростання кількості книг на 1% призводить до зменшення доходу на 1,191%. Такий висновок є сумнівним, хоча може бути пояснений впливом якості асортименту: відносно малою кількістю сучасних популярних найменувань на платформі, та переважанням класичних творів серед цифрових книжок.

Отже, до можливих напрямів вдосконалення моделі можна віднести розширення кількості спостережень та аналізу більшої кількості можливих змінних господарської діяльності підприємства. Одним із бар'єрів розробки даної моделі є факт функціонування платформи переважно в воєнний нестабільний період з великою кількістю зовнішніх факторів впливу.

Тим не менше, на основі проаналізованих показників якості моделі, розроблена модель формування доходу платформи цифрової дистрибуції може бути застосована для подальшого прогнозування, а також визначення пріоритетних напрямів розвитку торгівлі цифровими товарами на підприємстві ТОВ «ЯКАБУ ТРЕЙД» та на подібних підприємствах.

Значний вплив величини асортименту аудіокниг на дохід платформи цифрової дистрибуції вказує на важливість аудіовізуальних цифрових товарів. Це, зокрема, пояснюється зручністю їхнього споживання з мобільних пристроїв «на ходу». Традиційно виготовлення аудіовізуального контенту пов'язана з

більшою собівартістю, що ускладнює розширення асортименту через єдину ціну передплати на додаток «ЯКАБУ». Середня тривалість аудіокниги складає від 8 до 25 годин, при цьому процес запису займає до 170 годин. Це супроводжується витратами на утримання студії звукозапису, роботу професійного диктора, звукорежисера та редактора [51]

Тим не менше, для значного зменшення витрат на створення аудіокниг можна використати сучасні засоби штучного інтелекту, які значно зменшують вказані витрати. Для реалізації даного заходу рекомендуємо засоби ШІ типу «текст-до-мовлення». Порівняння наявних на ринку україномовних засобів на основі критеріїв витрат на створення години аудіозапису та особливостей функціонування наведено в табл. 3.3.

Таблиця 3.3

Порівняння україномовних засобів ШІ типу «текст-до-мовлення».

Назва	Ціна, дол. США/год	Особливості
Narakeet	3,00	3 варіанти україномовних голосів; Можливість API-інтеграції в додаток
Play.ht	0,77	4 варіанти україномовних голосів; Можливість API-інтеграції в додаток; Безкоштовні аудіо-прев'ю текстів
Speakatoo	3,20	3 варіанти україномовних голосів; Налаштування емоційного забарвлення; Можливість API-інтеграції в додаток
Speechgen.io	4,67	4 варіанти україномовних голосів; Висока якість мовлення; Можливість API-інтеграції в додаток
Resemble AI	21,60	Створення україномовного голосу з нуля або на основі завантаженого аудіо; Значні можливості налаштування; API в реальному часі

**/ Розроблено автором на базі матеріалів [28,52,53,54,55]*

Достатня кількість засобів штучного інтелекту на ринку демонструють значну різницю у вартості запису аудіокнижок: від 0,77 до 21,60 дол. США/год. Тим не менше, така різниця зумовлена шириною функціоналу та адаптивністю інструментів. Всі запропоновані рішення в рекламних матеріалах вказують на можливість гнучких індивідуальних тарифних планів для великих проєктів.

Імплементація засобів ШІ в роботу підприємств ТОВ «ЯКАБУ ТРЕЙД» та ТОВ «ЯКАБУ ПАБЛІШИНГ» можлива за двома варіантами: використання ШІ для створення нових аудіокниг або ж інтеграція ШІ в додаток для озвучування будь-якої наявної на платформі книги – табл. 3.4 і табл. 3.5.

Перший варіант передбачає використання штучного інтелекту в процесі створення аудіокниг на базі ТОВ «ЯКАБУ ПАБЛІШИНГ». Цей напрям реалізації є гнучким та не потребує значних інвестицій для впровадження, оскільки не потребує доопрацювання самої платформи цифрової дистрибуції та мобільного додатку.

Ключовими перевагами другого варіанту є значно швидше розширення асортименту аудіокниг та можливості персоналізації для користувачів. Тим не менше, реалізація цього напряму більш ресурсозатратна та ризикова, оскільки значно ускладнить роботу веб-сайту та мобільного додатку. Крім того, втрачається можливість редагування отриманого варіанту озвучки, що погіршить її кінцеву якість та користувацький досвід.

Таблиця 3.4

Особливості використання засобів штучного інтелекту для створення аудіокниг.

Критерій	Опис
Функціонування	Засоби ШІ типу «текст-до-мовлення» для озвучування тексту книги. Отриманий матеріал редагується редактором, завантажується на платформу цифрової дистрибуції

Продовження табл. 3.4	
Відповідальні	Редактори та юристи ТОВ «ЯКАБУ ПАБЛІШІНГ», ІТ-відділ ТОВ «ЯКАБУ ТРЕЙД»
Переваги	Відсутність витрат на звукозапис: утримання студії, оплата праці звукорежисера, акторів озвучування; Зручність для споживача в частині можливості завантаження на пристрій; Низькі інвестиції для пробної реалізації; Легкість заміни засобів штучного інтелекту
Недоліки	Недосконалість технологій (можлива штучність голосу)

**/ Розроблено автором на базі матеріалів [33,49,50,51,52,53]*

Таблиця 3.5

Особливості інтеграції засобів штучного інтелекту в платформу цифрової дистрибуції.

Критерій	Опис
Функціонування	Прив'язка платформи з книжками за допомогою API до одного з онлайн-сервісів засобу ШІ типу «текст-домовлення». Дозволить споживачам «на ходу» отримати озвучену книгу з бажаним голосом.
Відповідальні	ІТ-відділ та юридичний відділ ТОВ «ЯКАБУ ТРЕЙД»
Переваги	Відсутність витрат на звукозапис: утримання студії, оплата праці звукорежисера, акторів озвучування; редактора; Швидке розширення асортименту аудіокниг; Можливості персоналізації для користувачів

Продовження табл. 3.5	
Недоліки	<p>Необхідність доопрацювання платформи;</p> <p>Значне збільшення навантаження на сервери;</p> <p>Сповільнення роботи додатку;</p> <p>Залежність від стабільності серверів засобу штучного інтелекту;</p> <p>Юридичні обмеження (авторські права для озвучування всіх книжок)</p> <p>Недосконалість технологій (можлива штучність голосу) без можливості редагування</p>

**/ Розроблено автором на базі матеріалів [28,46,52,53,54,55]*

Прийняття рішення щодо конкретного варіанту використання засобів штучного інтелекту для розширення асортименту залежить від запропонованих підрядниками індивідуальних умов, доступних серверних потужностей ТОВ «ЯКАБУ ТРЕЙД», наявних авторських прав.

Тим не менше, висновок розробленої моделі щодо важливості аудіовізуального контенту та оптимізації додатку застосовний не тільки у сфері торгівлі книгами та аудіокнигами, а й щодо торгівлі будь-якими цифровими товарами споживчого призначення.

3.2. Покращення умов цифрової дистрибуції та захисту прав інтелектуальної власності з урахуванням цілей сталого розвитку.

На основі здійсненого аналізу та розробленої моделі формування доходу платформи цифрової дистрибуції пропонуємо напрями вдосконаленні торгівлі цифровими товарами на рівні суб'єктів господарювання та державної політики.

На рівні підприємств торгівлі цифровими товарами доцільно доцільно вжити таких заходів – табл. 3.6.

Таблиця 3.6

Напрями та заходи вдосконалення торгівлі цифровими товарами на рівні окремих підприємств.

Мета	Заходи
Вдосконалення асортименту	Збільшення частки аудіовізуального контенту за допомогою засобів ІІІ; Співпраця з видавництвами, що видають популярні найменування аудіо та текстових книг; Оптимізація асортименту та вилучення непопулярних найменувань
Активізація електронної комерції	Застосування алгоритмів рекомендацій у додатку; Вдосконалення інтерфейсу веб-сайту та додатку; Аутсорсинг або розвиток SEO- та SMM-просування; Створення мобільних додатків для цифрової дистрибуції
Покращення захисту цифрових товарів	Застосування DRM-захисту; Використання технології Блокчейн; Розробка окремої платформи
Оптимізація каналів збуту продукції	Розміщення вітчизняними виробниками контенту на платформах з передплатою (Yakaboo, Spotify, Applemusic, Netflix тощо);
Забезпечення юридичного захисту прав інтелектуальної власності	Активна участь в фіксації порушень іншими суб'єктами та оформлення позовів

**/ Розроблено автором.*

На основі розробленої моделі формування доходів одним із ключових напрямів передбачаємо вдосконалення асортименту платформи цифрової дистрибуції «ЯКАБУ». З одного боку, необхідно збільшити кількість аудіокниг на платформі, оскільки це зручніше для користувачів мобільних пристроїв, та збільшує дохід підприємства. Доцільною також є розробка аудіокниг власного виробництва на базі компанії ТОВ «ЯКАБУ ПАБЛІШИНГ», що вже займається видавництвом текстових книг в електронному форматі.

З іншого боку, необхідно оптимізувати кількість книг: скоротити асортимент за рахунок непопулярних найменувань та розширити співпрацю з популярними видавництвами.

Наступним напрямом є заходи щодо активізації електронної комерції. Ключовим завданням таких заходів є залучення нових та утримання постійних споживачів. Згідно розробленої моделі значний вплив на дохід має середньоденний час, проведений на платформі. З метою створення зручного та утримуючого інтерес користувачів середовища рекомендовано застосування системи алгоритмів, які формуватимуть індивідуальні рекомендації на основі їхніх уподобань. Крім того, доцільною вдосконалення інтерфейсу веб-сайту та додатку з оригінальними добірками книг, тематичними категоріями. Невисокий вплив онлайн-реклами на дохід платформи вказує на можливість переведення цієї функції на аутсорс задля оптимізації витрат.

Створення мобільного додатку для цифрової дистрибуції – захід, що вже був здійснений ТОВ «ЯКАБУ ТРЕЙД», і тому є універсальною порадою для суб'єктів торгівлі цифровими товарами.

Наступні напрями впливають із особливостей торгівлі цифровими товарами як комерціалізованими об'єктами права інтелектуальної власності. З метою покращення захисту цифрових товарів можуть бути застосовані технології DRM та Блокчейн. Ще однією загальною рекомендацією для суб'єктів торгівлі цифровими товарами є розміщення на світових платформах цифрової дистрибуції з метою оптимізації каналів збуту продукції. Особливо важливим для видавництв та інших виробників цифрових товарів є активна участь в фіксації порушень іншими суб'єктами та оформлення позовів.

Окрім рівня окремих підприємств, важливим також є створення сприятливих умов розвитку ринку торгівлі цифровими товарами на рівні державної політики – табл. 3.7.

Таблиця 3.7

Основні заходи по активізації розвитку торгівлі цифровими товарами на різних рівнях управління в контексті відновлення економіки України

Мета	Заходи
На національному рівні	
Забезпечення стабільного та якісного інтернет-зв'язку в умовах воєнного часу	Надання операторам мобільного зв'язку доступу до інфраструктури; Забезпечення операторів мобільного зв'язку, провайдерів альтернативними джерелами енергії; Збільшення площі покриття інтернет-зв'язком, у т.ч. за рахунок використання засобів Starlink
Покращення комп'ютерної та онлайн-грамотності населення	Реалізація проєктів щодо поглиблення комп'ютерних навичок серед різних верств населення; Формування навичок безпечної роботи в Інтернеті; Набуття компетентностей щодо розробки і монетаризації стартапів, презентації проєктів інноваційних цифрових товарів на міжнародних краундфандингових платформах
Підвищення ефективності правоохоронної та судової систем	Реформа судової системи, зокрема, в частині захисту прав розробників цифрових товарів та їх споживачів; Підписання міжнародних угод про захист авторських прав; Пришвидшення процедур реєстрації та розгляду звернень про порушення авторських прав
Полегшення ведення бізнесу для міжнародних технологічних корпорацій	Створення сприятливих податкових умов; Розвиток бізнес-інкубаторів, бізнес-акселераторів

**/ Розроблено автором.*

На рівні державної політики можемо стверджувати про поступовий розвиток вказаних напрямів в Україні. До прикладу, в лютому 2022 р. була анонсована програма «Смартфон», що передбачає забезпечення літніх людей смартфонами [56]. В аспекті підвищення комп'ютерної та онлайн-грамотності мають місце безоплатні курси для старшого населення, проте тільки на рівні

місцевих влад. Крім того, функціонує державна програма з безоплатного проходження ІТ-курсів для громадян України [57].

Кроки щодо покращення стабільності та якості інтернет-зв'язку були здійснені в 2022 р. шляхом надання мобільним операторам додаткового ресурсу радіочастот, що дозволяє поступово збільшувати площу покриття інтернет-зв'язком [58].

В напрямі ефективності правоохоронної та судової системи щодо захисту авторських прав спостерігається значна затримка реформи 2018 р., яка передбачала акредитацію організацій колективного управління (ОКУ) авторськими правами [59].

Не надто сприятливим також є зобов'язання міжнародних технологічних корпорацій сплачувати ПДВ в розмірі 20%, що підвищило ціну цифрових товарів для громадян України та в перспективі може призвести до подальшого поширення «піратства» (порушення авторських прав) [60].

Отже, поживлення торгівлі цифровими товарами слід здійснювати через удосконалення цифрової дистрибуції та забезпечення права власності - рис. 3.5.

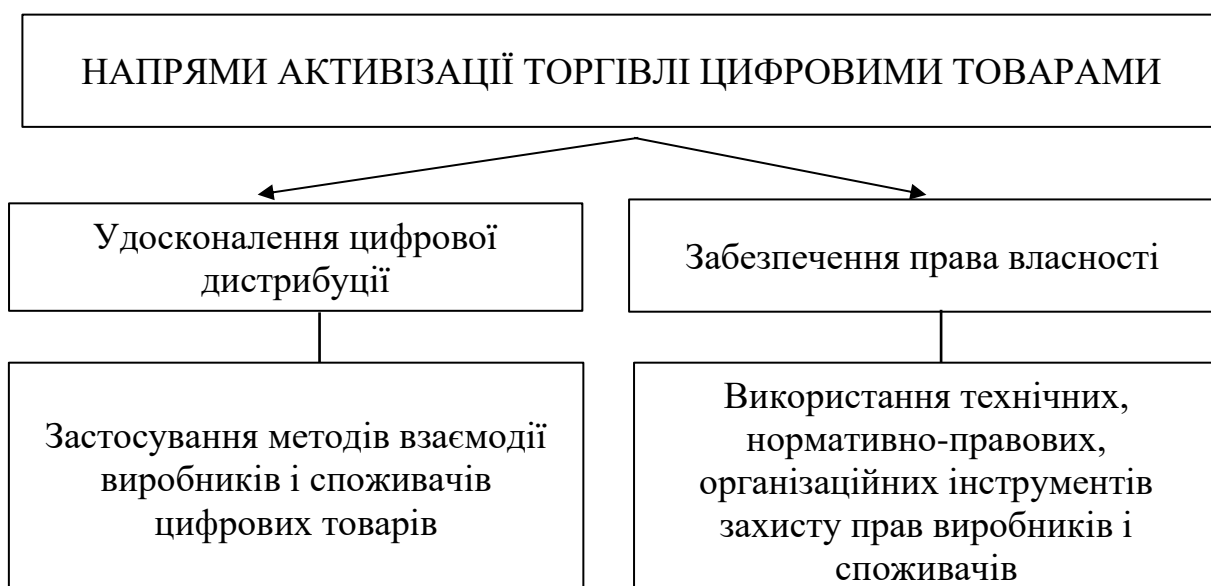


Рис. 3.5. Основні напрями активізації торгівлі цифровими товарами в контексті відновлення економіки України та досягнення цілей сталого розвитку.

ВИСНОВКИ

Результати дослідження розвитку торгівлі цифровими товарами в контексті відновлення економіки України та досягнення цілей сталого розвитку дають змогу сформулювати наступні висновки.

1. Розвиток торгівлі цифровими товарами має важливе значення для самореалізації потенціалу економічно активного населення, відновлення економіки України і досягнення цілей сталого розвитку в умовах європейської інтеграції. Нарощення темпів продажів таких товарів сприятиме зростанню ВВП, експортного потенціалу економіки, забезпеченню самозайнятості населення. Крім того, в складних умовах воєнного стану інфраструктура торгівлі цифровими товарами не піддається фізичному руйнуванню.

2. Цифрові товари необхідно розглядати як товари або продукти, що існують у цифровій формі, реалізуються та споживаються онлайн. При цьому найпоширенішими форматами цифрових товарів є: відео, аудіо, програмне забезпечення, текст. Цифрові товари також класифікують за ознаками подільності, пробності та тривалості.

3. Основними бар'єрами розвитку торгівлі цифровими послугами в Україні є недостатній рівень захист прав інтелектуальної власності в мережі інтернет, електронних платежів та розрахунків, електронних транзакцій, нестабільність та погана якість інтернет-зв'язку в умовах воєнного часу.

4. Поступове зростання популярності цифрових товарів зумовлене більшою зручністю та нижчою ціною порівняно з традиційними товарами. Наприклад, на платформі цифрової дистрибуції «ЯКАБУ» книжки в цифровому форматі в середньому на 54,37% дешевші за паперові аналоги. Крім того, вони доставляються миттєво на пристрій споживача.

5. Основними внутрішніми факторами, що впливають на формування доходу платформи цифрової дистрибуції, є: кількісні та якісні показники асортименту цифрових товарів, створення зручного та утримуючого інтерес користувачів середовища споживання цифрових товарів, заходи рекламного

просування. Серед факторів зовнішнього середовища можна виділити технічне покращення цифрових товарів та забезпечення юридичного захисту прав інтелектуальної власності.

6. Ключовими напрямками розвитку торгівлі цифровими товарами на національному рівні є: забезпечення стабільного та якісного інтернет-зв'язку; покращення комп'ютерної та онлайн-грамотності населення; підвищення ефективності правоохоронної та судової систем; полегшення умов ведення бізнесу міжнародними технологічними корпораціями.

7. Для поживлення торгівлі цифровими товарами доцільно покращити цифрову дистрибуцію і сформувати ефективну систему захисту прав інтелектуальної власності (використання технічних, нормативно-правових та організаційних інструментів захисту прав виробників і споживачів).

8. На рівні окремих суб'єктів господарювання доцільно реалізувати комплекс таких заходів: оптимізація асортименту цифрових товарів з використанням технологій штучного інтелекту; застосування алгоритмів рекомендацій у додатку; вдосконалення інтерфейсу веб-сайту та додатку; аутсорсинг або розвиток SEO- та SMM-просування; створення мобільних додатків для цифрової дистрибуції; застосування технологій DRM та блокчейн для захисту цифрових товарів; розміщення контенту на платформах цифрової дистрибуції; фіксація порушень іншими суб'єктами та оформлення позовів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ціль 8. Гідна праця та економічне зростання [Електронний ресурс] // Дія Бізнес. – 2023. – URL: <https://business.diiia.gov.ua/en/handbook/sustainable-development-goals/cil-8-gidna-praca-ta-ekonomicne-zrostanna>
2. Олешко Є.В. Об'єкт права інтелектуальної власності як товар: сутність та особливості. Зелений бізнес: життя заради майбутнього. Матеріали VII Міжнар. наук.-практ. конференції молодих учених. – К. : ЦП Компринт, 2019.–С. 295-299.
3. Олешко Є.В. Страхування інтелектуальної власності в Україні: проблеми та перспективи. Зб. Ринок фінансових послуг України в епоху діджиталізації.– К.: Компринт, 2019. Вип. XIII, Том 2.–С.45-47.
4. Олешко Є.В. Цифрова дистрибуція як специфічний вид торгівлі. Зелений бізнес: життя заради майбутнього: Матеріали VIII Міжнар. наук.-практ. конференції молодих учених.–К.: ЦП Компринт, 2020.–С.160-163.
5. Олешко Є.В. Комерціалізації об'єктів права інтелектуальної власності у формі дистрибуції цифрових товарів. Зелений бізнес: життя заради майбутнього: Матеріали X Міжнар. наук.-практ. конференції молодих учених.– К.:ЦП Компринт, 2022.–С.95-100.
6. Олешко Є.В. Сучасні форми торгівлі цифровими товарами. Зелений бізнес: життя заради майбутнього: Матеріали XI Міжнародної науково-практичної конференції молодих учених (прийнято до друку, довідка).
7. Купалова Г.І., Гончаренко Н.В., Олешко Є.В. Розвиток торгівлі цифровими товарами в контексті відновлення економіки України та досягнення цілей сталого розвитку. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2023. №1 – С.30-38 (фахова стаття).
8. Global Music Report 2022 [Електронний ресурс] // IFPI. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://globalmusicreport.ifpi.org>.

9. 2020 Video Game Industry Statistics, Trends & Data [Електронний ресурс] // WePC. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.wepc.com/news/video-game-statistics/>.
10. Вірченко В.В. Інтелектуальна власність: теоретичні витoki та економічні імперативи розвитку : монографія. – К. : Ліра-К, 2018. – 488 с.
11. Вієцька О.В. Перспективи оподаткування прибутку від реалізації цифрових товарів та послуг в Україні / О.В. Вієцька // Економіка промисловості. — 2019. — № 2 (86). — С. 30–50.
12. Маслов Д. Цифрові товари та їх класифікація [Електронний ресурс] / Д. Маслов // Google Scholar. – 2015. – URL: <D:\162-Chapter Manuscript-5243-1-10-20221108.pdf>.
13. Hui K. L. Classifying Digital Products / K. L. Hui, P. Y. Chau. // Communications of the ACM. – 2002. – №45. – P. 73–79.
14. Quah D. Digital Goods and the New Economy [Електронний ресурс] / Danny Quah // ResearchGate. – 2003. – Режим доступу до ресурсу: https://www.researchgate.net/publication/4808107_Digital_Goods_and_the_New_Economy.
15. Karabrahimoglu Y. Accounting for Digital Products [Електронний ресурс] / Karabrahimoglu // Semantic Scholar. – 2011. – URL: <https://www.semanticscholar.org/paper/Accounting-for-Digital-Products-Karabrahimoglu/7eadddc92bbad32b8e24571dbf1834218b4bc154>.
16. Kanliang W. Pricing strategies for information products: a review [Електронний ресурс] / Kanliang // IEEE International Conference on E-Commerce Technology for Dynamic E-Business. – 2004. – URL: <https://www.semanticscholar.org/paper/Pricing-strategies-for-information-products%3A-a-Kanliang/dfc5f2d7ca1756182a1095bde76d331feeab44d5>.
17. Kim C. Developing A Digital Contents Valuing Model: How Users Appreciate Their Values [Електронний ресурс] / Kim // Journal of International Technology and Information Management. – 2017. – URL:

- <https://www.semanticscholar.org/paper/Developing-A-Digital-Contents-Valuing-Model%3A-How-Kim-Kim/7cadbee1417f5cf7ba8e609c702efa3bbfed6734>.
18. Carter R. Cost Structures of Information Technology Products and Digital Products and Services Firms: Implications for Financial Analysis [Електронний ресурс] / Carter // Semantic Scholar. – 2015. – URL: <https://www.semanticscholar.org/paper/Cost-Structures-of-Information-Technology-Products-Carter-Strader/2d2957ca6077f2be64a0f80a3d3695d3f000bb0f>.
19. Wang Y. Marketing mixes for digital products: a study of the marketplaces in China [Електронний ресурс] / Wang // International Journal of Technology Marketing. – 2009. – URL: <https://www.semanticscholar.org/paper/Marketing-mixes-for-digital-products%3A-a-study-of-in-Wang-Wang/01c5ce1249e31c2c4bad2fac6bfc4e1d25117fb4>.
20. Liu C. Physical or Digital? Factors Drive Consumers to Purchase Digital Music [Електронний ресурс] / Liu // IEEE International Conference on E-Commerce Technology for Dynamic E-Business. – 2008. – URL: <https://www.semanticscholar.org/paper/Physical-or-Digital-Factors-Drive-Consumers-to-Liu-Liao/d793a585eddb1d57183341b904fa8b8b60fd40ed>
21. Дубель М. В. Розгляд глобальних тенденцій розвитку цифрової дистрибуції на прикладі сервісу STEAM. / М. В. Дубель. // Донецький національний університет імені Василя Стуса. – 2017. – С. 103–105.
22. Saade R. Exploring the e-Supply Chain of Information Products [Електронний ресурс] / Saade // Semantic Scholar. – 2012. – URL: <https://www.semanticscholar.org/paper/Exploring-the-e-Supply-Chain-of-Information-Saad%C3%A9/ac56a75d933193c97758e88128cdd0f57203fbc7>.
23. Bradley S. Toward an evolution strategy for the digital goods business [Електронний ресурс] / Bradley // Semantic Scholar. – 2012. – URL: <https://www.semanticscholar.org/paper/Toward-an-evolution-strategy-for-the-digital-goods-Bradley-Kim/f2c32e7d0253788b49f64a0dcf396f41fab095cd>.

24. Liu A. Understanding the diffusion of mobile digital content: a growth curve modelling approach [Електронний ресурс] / Liu // Information Systems and e-Business Management. – 2014. – URL: <https://www.semanticscholar.org/paper/Understanding-the-diffusion-of-mobile-digital-a-Liu-Wang/e1ba3e13c225a5c9b5e9a12f85c5968a1136b321>
25. Digital Distribution Law and Legal Definition [Електронний ресурс] // USLegal. – 2023. – Режим доступу до ресурсу: <https://definitions.uslegal.com/d/digital-distribution/>.
26. ChatGPT - чат-бот зі штучним інтелектом [Електронний ресурс] // OpenAI. – 2023. – Режим доступу до ресурсу: <https://openai.com/blog/chatgpt>.
27. ШІ - генерування голосу [Електронний ресурс] // MurfAI. – 2023. – Режим доступу до ресурсу: <https://murf.ai/>.
28. Synthesys - ШІ генерування голосу та відео [Електронний ресурс] // NOOVEAU MEDIA LTD. – 2023. – Режим доступу до ресурсу: <https://synthesys.io/>.
29. Марієнко М. ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ ТА ВІДКРИТА НАУКА В ОСВІТІ / М. Марієнко, В. Коваленко. // Фізико-математична освіта. – 2023. – №38. – С. 48–53.
30. Правила використання Цифрових товарів [Електронний ресурс] // Microsoft. – 2023. – Режим доступу до ресурсу: <https://support.microsoft.com/uk-ua/help/10563/windows-10-usage-rules-digital-goods>.
31. Special 301 Report [Електронний ресурс] // Office of the United States Trade Representative. – 2021. – URL: [https://ustr.gov/sites/default/files/files/reports/2021/2021%20Special%20301%20Report%20\(final\).pdf](https://ustr.gov/sites/default/files/files/reports/2021/2021%20Special%20301%20Report%20(final).pdf).
32. Lett M. How do firms make money selling digital goods online? [Електронний ресурс] / Mark Lett // Springer Science+Business Media New York. – 2014. – Режим доступу до ресурсу:

[https://www.academia.edu/32924901/How do firms make money selling digital goods online](https://www.academia.edu/32924901/How_do_firms_make_money_selling_digital_goods_online).

33. BLOCKCHAIN ЯК ОДИН ІЗ ЗАСОБІВ ЗАХИСТУ ПРАВА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ. // МАТЕРІАЛИ ІІІ Міжнародної науково-практичної конференції. – 2019. – №1. – С. 210–212.
34. Галина Купалова, Наталя Коренєва, Наталія Гончаренко Теоретико-організаційні аспекти застосування технології блокчейн у підприємстві. MODELING THE DEVELOPMENT OF THE ECONOMIC SYSTEMS. 2022. №2. С. 121–127 // <https://doi.org/10.31891/mdes/2022-4-16>
35. Тарасовський Ю. ІТ стало єдиною сферою українського експорту, що зростала у 2022 р. URL.: <https://forbes.ua/news/it-stalo-edinoyu-sferoyu-ukrainskogo-eksportu-yaka-zrostala-u-2022-rotsi-13012023-11072>
36. Яворський П., Таран С., Шепотило О., Гаманюк О. Інтеграція України у Єдиний цифровий ринок ЄС. Потенційні економічні переваги. – К.: ГО «Український центр європейської політики», 2020. – 52 с.
37. Галина Купалова, Наталя Гончаренко, Юлія Никитченко. Развитие электронной коммерции в Украине // Вестник Карагандинского экономического университета. 2018. № 3(50). С.39-43.
38. Вплив війни на інтернет-торгівлю: як змінювалися онлайн-продажі ритейлерів протягом I півріччя 2022 року Джерело: <https://rau.ua/novyni/vpliv-vijni-na-internet/> [Електронний ресурс] // Асоціація ритейлерів України. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://rau.ua/novyni/vpliv-vijni-na-internet/>.
39. Стратегічні цілі до 2024 року [Електронний ресурс] // Міністерство цифрової трансформації України. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://thedigital.gov.ua/ministry>.
40. FAQ З ПИТАНЬ УГОДИ ПРО ЦИФРОВУ ТОРГІВЛЮ МІЖ УКРАЇНОЮ ТА СПОЛУЧЕНИМ КОРОЛІВСТВОМ ВЕЛИКОЇ БРИТАНІЇ І ПІВНІЧНОЇ ІРЛАНДІЇ [Електронний ресурс] // Міністерство економіки України. – 2023. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=3e05fe8f-815d-4fa7-903b->

[aa59dc2d650f&title=FaqZPitanUgodiProTsifrovuTorgivliuMizhUkrainoiuTaSpoluchenimKorolivstvomVelikoiBritaniiIPivnichnoiIrlandii.](#)

41. Global Music Report 2022 [Електронний ресурс] // IFPI. – 2019. – URL: <https://globalmusicreport.ifpi.org>.
42. 2020 Video Game Industry Statistics, Trends & Data [Електронний ресурс] // WePC. – 2022. – URL: <https://www.wepc.com/news/video-game-statistics/>
43. Попит на друковану книгу росте — CEO інтернет-книгарні Yakaboo Іван Богдан [Електронний ресурс] // delo.ua. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://delo.ua/business/ceo-internet-knigarni-yakaboo-ivan-bogdan-350035>.
44. На E-Commerce Awards 2018 назвали найкращі інтернет-магазини та сервіси року [Електронний ресурс] // АІН. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://ain.ua/about/>.
45. Досьє ТОВ "ЯКАБУ ТРЕЙД" [Електронний ресурс] // YouControl. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://youcontrol.com.ua>.
46. Інтернет-магазин книг [Електронний ресурс]. – 2023. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.yakaboo.ua/>
47. Yakaboo: Publisher Breakdown [Електронний ресурс] // Sensor Tower. – 2023. – Режим доступу до ресурсу: https://app.sensortower.com/store-intel/publisher-breakdown?sip=1558352850&os=ios&country=US&app_id=1558352848&adaptive_colors=off&device=phone&start_date=2023-01-28&end_date=2023-02-26&tab_id.
48. Yakaboo.ua Analytics [Електронний ресурс] // SimilarWeb. – 2023. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.similarweb.com/website/yakaboo.ua>.
49. Досьє ТОВ "ЯКАБУ" [Електронний ресурс] // YouControl. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://youcontrol.com.ua>.
50. Офіційний курс гривні щодо іноземних валют [Електронний ресурс] // Національний банк України. – 2023. – Режим доступу до ресурсу: <https://bank.gov.ua/ua/markets/exchangerates>.

51. ЗАПИС АУДІОКНИЖОК ВИДАВНИЦТВА «НАШ ФОРМАТ» [Електронний ресурс] // Наш Формат. – 2023. – Режим доступу до ресурсу: <https://nashformat.ua/support-audiobooks>.
52. Narakeet - III-засіб озвучування тексту [Електронний ресурс] // Video Puppet Limited. – 2023. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.narakeet.com/>.
53. Speakatoo - "текст-до-мовлення" [Електронний ресурс] // Speakatoo. – 2023. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.speakatoo.com/>.
54. Speechgen - III-конвертація тексту [Електронний ресурс] // Speechgen IO. – 2023. – Режим доступу до ресурсу: <https://speechgen.io/>.
55. Resemble AI [Електронний ресурс] // Resemble. – 2023. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.resemble.ai/>.
56. Які нові послуги презентували на Diia Summit 2022 [Електронний ресурс] // Держзакупівлі. Онлайн. – 2022. – URL: <https://news.dzo.com.ua/novini/yakii-novi-poslugy-prezentuvaly-na-diia-summit-2022/>.
57. Уряд запускає безкоштовні IT-курси для українців [Електронний ресурс] // Visit Ukraine. – 2022. – URL: <https://visitukraine.today/uk/blog/573/uryad-zapuskaje-bezkostovni-it-kursi-dlya-ukrainciv>.
58. Указ Президента України №497/2019 "Про деякі заходи з покращення доступу до мобільного Інтернету" [Електронний ресурс] // Президент України. Офіційне інтернет-представництво. – 2019. – URL: <https://www.president.gov.ua/documents/4972019-27953>.
59. Следзь С. Горе-реформа авторського права [Електронний ресурс] / С. Следзь // ZN,UA. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://zn.ua/ukr/LAW/hore-reforma-avtorskoho-prava.html>.
60. Проект Закону про внесення змін до Податкового кодексу України щодо скасування оподаткування доходів, отриманих нерезидентами у вигляді виплати за виробництво та/або розповсюдження реклами та удосконалення порядку оподаткування податком на додану вартість [Електронний ресурс] //

Верховна Рада України. – 2020. – Режим доступу до ресурсу:
http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=70112.

61. Zagira Iskakova, Galina Kupalova, Gulnara Srailova, Altyn Amerkhanova, Ruslana Ischanova. Conditions and Criteria for Sustainable Development of the Financial System. *Journal of Environmental Management and Tourism*. Volume X. №5(37). P. 1168-1179 (*Scopus*).
62. Galina Kupalova, Nataliia Goncharenko. Information Technologies in Training of Green Business Managers // *ICTERI 2019: ICT in Education, Research, and Industrial Applications: Integration, Harmonization, and Knowledge Transfe*– Volume I: Main Conference, Kherson, Ukraine, June 12-15, 2019. P. 348-357
63. Купалова Г.І., Артюх Т.М., Бодяковська А.В. Стратегія розвитку електронної комерції в період пандемії covid-19 // Підприємництво і торгівля: зб. наук. праць. – Львів: Вид-во Львівського торг.-екон. університету, 2021. Вип. 28. С. 40-48.
64. Simkiv, L., Andrusiv, U., Kupalova, G., Goncharenko, N., Dzoba, O., & Yushkevych, O. (2022). CONCENTRATION OF ENTREPRENEURIAL ACTIVITY IN THE REGIONS OF UKRAINE IN THE CONTEXT OF SUSTAINABLE *Financial and Credit Activity* *Problems of Theory and Practice*, 3(44), 347-356 (*WoS*).

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

Табл. Значення залежної та незалежних змінних моделі формування доходів платформи цифрової дистрибуції, 18.10.21-22.01.23

Період	Номер періоду	Доходи платформи цифрової дистрибуції, дол. США	Ціна місячної передплати, дол. США	Витрати на онлайн-рекламу, дол. США	Середньоденний час, проведений на платформі, хв	Кількість книг в асортименті, од.	Кількість аудіокниг в асортименті, од.
18.10.21-24.10.21	1	1974	3,80	1543	3,56	16142	3954
25.10.21-31.10.21	2	2057	3,80	1543	3,48	16147	3961
01.11.21-07.11.21	3	2148	3,81	1543	3,75	16154	3958
08.11.21-14.11.21	4	2155	3,83	1543	3,81	16134	3964
15.11.21-21.11.21	5	2294	3,83	1543	3,84	16130	3964
22.11.21-28.11.21	6	2298	3,76	1543	3,98	16115	3966
29.11.21-05.12.21	7	2314	3,69	1543	4,15	16103	3967
06.12.21-12.12.21	8	2341	3,66	1543	4,27	16091	3969
13.12.21-19.12.21	9	2674	3,70	1954	4,34	16174	3970
20.12.21-26.12.21	10	2684	3,67	1954	4,45	16187	3972
27.12.21-02.01.22	11	2705	3,67	1954	4,55	16200	3973
03.01.22-09.01.22	12	2896	5,50	1954	4,66	16213	3964
10.01.22-16.01.22	13	2987	5,45	1954	4,77	16354	3957
17.01.22-23.01.22	14	3042	5,37	1954	4,88	16495	3987
24.01.22-30.01.22	15	3250	5,30	1543	4,99	16636	4021
31.01.22-06.02.22	16	3203	5,21	1543	5,09	16777	4037
07.02.22-13.02.22	17	3304	5,33	1543	5,20	16918	4054
14.02.22-20.02.22	18	3347	5,35	1543	5,31	17136	4054
21.02.22-27.02.22	19	1476	5,29	665	1,72	17136	4055
28.02.22-06.03.22	20	142	0,00	0	6,57	14675	3643
07.03.22-13.03.22	21	241	0,00	0	6,75	14651	3634
14.03.22-20.03.22	22	387	0,00	245	6,93	14627	3625
21.03.22-27.03.22	23	589	0,00	245	6,91	14603	3616
28.03.22-03.04.22	24	594	0,00	245	6,84	14579	3607
04.04.22-10.04.22	25	884	0,00	245	6,76	14555	3598
11.04.22-17.04.22	26	896	0,00	365	6,88	14531	3589
18.04.22-24.04.22	27	891	0,00	365	6,28	14507	3580
25.04.22-01.05.22	28	903	0,00	365	6,38	14500	3571
02.05.22-08.05.22	29	1267	0,00	1543	6,49	14486	3571
09.05.22-15.05.22	30	2617	3,42	1954	6,60	14486	3571
16.05.22-22.05.22	31	2767	3,42	1954	6,71	14482	3571
23.05.22-29.05.22	32	2894	3,42	1954	6,81	14482	3554
30.05.22-05.06.22	33	3067	3,42	1954	6,92	14491	3554
06.06.22-12.06.22	34	3237	3,42	1954	7,03	14492	3551
13.06.22-19.06.22	35	3241	3,42	1543	7,14	11476	3551
20.06.22-26.06.22	36	3215	3,42	1543	7,25	11457	3563
27.06.22-03.07.22	37	3268	3,42	1543	7,35	11448	3562
04.07.22-10.07.22	38	3271	3,42	1543	7,46	11454	3564
11.07.22-17.07.22	39	3321	3,42	1543	7,57	11458	3561
18.07.22-24.07.22	40	3284	3,42	1543	7,68	11467	3568
25.07.22-31.07.22	41	2892	2,73	1543	7,78	11475	3561
01.08.22-07.08.22	42	2895	2,73	1543	7,89	11421	3562
08.08.22-14.08.22	43	2941	2,73	1543	8,00	11419	3564
15.08.22-21.08.22	44	2912	2,73	1543	8,11	11397	3557
22.08.22-28.08.22	45	2915	2,73	1543	8,21	11415	3176
29.08.22-04.09.22	46	2897	2,73	1543	8,32	11416	3178
05.09.22-11.09.22	47	2964	2,73	1543	8,43	11425	3169
12.09.22-18.09.22	48	2956	2,73	1543	8,54	11453	3158
19.09.22-25.09.22	49	2964	2,73	1543	8,64	11441	3162
26.09.22-02.10.22	50	2904	2,73	1543	8,75	10947	3141
03.10.22-09.10.22	51	2874	2,73	1543	8,86	10544	3169
10.10.22-16.10.22	52	2474	2,73	1543	5,65	10321	3162
17.10.22-23.10.22	53	2398	2,73	1543	5,15	9647	3162
24.10.22-30.10.22	54	2420	2,73	1543	5,86	9489	3162
31.10.22-06.11.22	55	2756	2,73	1543	6,67	9380	3154
07.11.22-13.11.22	56	2794	2,73	1543	7,28	9206	3158
14.11.22-20.11.22	57	2684	2,73	1543	6,12	9095	3137
21.11.22-27.11.22	58	2697	2,73	1543	6,57	9145	3090
28.11.22-04.12.22	59	2741	2,73	1954	6,94	9291	3060
05.12.22-11.12.22	60	2794	2,73	1954	7,36	9080	3026
12.12.22-18.12.22	61	2785	2,73	1954	7,77	9066	2992
19.12.22-25.12.22	62	2805	2,73	1954	8,18	9311	2958
26.12.22-01.01.23	63	2834	2,73	1954	8,59	9287	2924
02.01.23-08.01.23	64	2854	2,73	1954	9,00	9330	2890
09.01.23-15.01.23	65	2964	2,73	1954	9,41	9222	2856
16.01.23-22.01.23	66	3074	2,73	1954	9,82	9120	2256

*Джерело: Складено автором на основі [32,33,34,35,36,37]

Довідка про впровадження результатів досліджень на ТОВ «КОВОР»

ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ
«КОВОР»

29000, Україна, м. Хмельницький, вул. Пушкіна 13, кв.18
Код ЄДРПОУ 41938283 ПІН 41938282252

№8 від 09.02.2023р.

Рекомендації Євгенія Вадимовича Олешка по організації торгівлі цифровими товарами, підготовлені за результатами проведеного дослідження, використані фахівцями Товариства з обмеженою відповідальністю «КОВОР» у розробці Стратегії розвитку ТОВ «КОВОР» на період 2023-2025 роки в частині створення платформи для цифрової дистрибуції.

Підпис печатка



Довідка про впровадження результатів досліджень на ФОП «ГРИЦЕНКО
ВЛАДИСЛАВ ЮРІЙОВИЧ»

ФІЗИЧНА ОСОБА - ПІДПРИЄМЕЦЬ

Гриценко Владислав Юрійович
ЄДРПОУ 3607609316, м.Київ 02217

Р/Р UA023808050000000026000694715 в АТ «Райффайзен Банк АВАЛЬ», МФО 380805

№018-01 від 27.02.2023 р.

Пропозиції Олешка Є.В. по розвитку торгівлі цифровими товарами враховані ФОП «ГРИЦЕНКО ВЛАДИСЛАВ ЮРІЙОВИЧ» у Маркетинговому плані на 2023 р., зокрема в частині організації SEO- та SMM-просування, а також удосконалення інтерфейсу веб-сайту.

ФОП ГРИЦЕНКО В.Ю. 