

УДК 339.13.339.17(045)

СІДЕНКО С.В.,
д.е.н., професор,
завідувач кафедри міжнародних економічних відносин і бізнесу
Факультету міжнародних відносин Національного авіаційного університету
ВИБОДОВСЬКИЙ М.В.,
студент 5 курсу МЕВ, магістрант
кафедри міжнародних економічних відносин і бізнесу
Факультету міжнародних відносин Національного авіаційного університету

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОНОЇ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ

***Анотація.** У статті аналізується сучасний стан електронної торгівлі в Україні. Досліджуються проблеми розвитку електронної комерції на внутрішньому ринку. Зазначаються перспективи подальшого розвитку електронної торгівлі.*

***Ключові слова:** електронна торгівля, e-commerce, електронна комерція, діджиталізація.*

Сиденко С.В., д.э.н., профессор, заведующая кафедры международных экономических отношений и бизнеса Факультета международных отношений Национального авиационного университета.

Выбодовский М.В., студент 5 курса, магистрант кафедры международных экономических отношений и бизнеса Факультета международных отношений Национального авиационного университета.

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЭЛЕКТРОННЫХ ТОРГОВЛИ В УКРАИНЕ

***Аннотация.** В статье анализируется современное состояние электронной торговли в Украине. Исследуются проблемы развития электронной коммерции на внутреннем рынке. Рассматриваются перспективы дальнейшего развития качественные электронные торговли.*

***Ключевые слова:** электронная торговля, e-commerce, электронная коммерция, диджиталізація.*

Sidenko S.V., Doctor of Sciences in Economics, Faculty of International Relations of the National Aviation University.

Vybodovskyi M.V., student of 6 years, Mater of the Department of International Economic Relations and Business, Faculty of International Relations of the National Aviation University.

CURRENT STATE AND PERSPECTIVES OF E-COMMERCE IN UKRAINE

***Annotation.** The article analyzes the current state of e-commerce in Ukraine. The problems of e-commerce development in the domestic market are investigated. The prospects for further development of high-quality e-commerce are considered.*

***Keywords:** e-commerce, online trading, digitalization.*

Постановка проблеми. Розвиток інформаційних технологій відкриває можливості компаніям для освоєння нових ринків, забезпечуючи інтернет-споживачеві величезний потенціал для вивчення, придбання і ознайомлення з продукцією. Електронна комерція, що є однією з головних складових «нової економіки», знаходить все більшу практичну значимість. Для подальшого ефективного розвитку комерційної діяльності в Україні найважливішою умовою є необхідність проведення оцінки основних тенденцій змін і перспектив на світовому ринку електронної комерції, що наразі є основою електронно інформаційного бізнесу.

Електронна комерція в Україні як основа електронно-інформаційного бізнесу на сучасному етапі містить ряд питань і проблем, тому аналіз і виявлення її структурних елементів, основних тенденцій і закономірностей розвитку на українському та світовому ринках є необхідною умовою подальшого розвитку комерційної діяльності України в цілому.

Мета статті: дослідження ринку електронної комерції в Україні, виявлення проблем і перспектив розвитку електронної торгівлі.

Виклад основного матеріалу. Значні зміни в розвитку людського суспільства, продуктивних сил, виробничих відносин, технологіях, комунікаціях з другої половини ХХ ст. пов'язані з розвитком інформаційного суспільства, яке перебуває у стадії формування. Якісні зміни, що відбулися в світовому технологічному розвитку, означили перехід до інформаційного суспільства та встановили інформаціоналізм як нову технологічну парадигму, що зміцнилася з 70-х р. минулого століття.

Суттєві зміни у світовому технологічному розвитку обумовили актуальність всебічного дослідження цих процесів. Сутність і перспективи розвитку інформаційного суспільства досліджувало багато вчених, зокрема, Д.Белл, Г.М.Маклюен, М.Кастельс, П.Друкер та ін. Важливий вплив у формуванні теорії інформаційного суспільства мали такі зарубіжні вчені, як Е.Масуда, А.Турен, А.Бюль. Запровадження цього терміну належить професору Токійського університету Ю.Хаяши. Інформаційне суспільство суттєво відрізняється від попередніх. Дослідження вчених показали, що принципова відмінність інформаційного суспільства від попередніх технологічних укладів полягає в тому, що ключові різновиди людської діяльності базуються на генеруванні знань і обробці інформації, глобально організовані в інформаційні мережі, що функціонують в реальному часі як єдине ціле завдяки інфраструктурі телекомунікацій.

Інформаційне суспільство означає проникнення інформаційних технологій в усі сфери суспільного життя, викликає докорінні зміни у виробництві, споживанні і розповсюдженні інформації. Поява і розвиток мережі Інтернет, вдосконалення інформаційних технологій, систем і стандартів їх взаємодії привели до створення нового напрямку сучасного бізнесу – електронної комерції як особливої форми бізнесу, що реалізується шляхом впровадження інформаційних технологій в процеси виробництва, продажу і розподілу товарів і послуг. Електронний бізнес і електронна комерція були і залишаються основними драйверами розвитку спочатку інформаційного, а потім – смарт-суспільства.

Електронна комерція – це сфера економіки, яка включає в себе всі фінансові і торгові транзакції, що здійснюються за допомогою комп'ютерних мереж, і бізнес-процеси, що пов'язані з проведенням таких транзакцій. До електронної комерції відносять: електронний обмін інформацією (Electronic Data Interchange, EDI), електронний рух капіталу (Electronic Funds Transfer, EFT), електронну торгівлю (e-trade), електронні гроші (e-cash), електронний маркетинг (e-marketing), електронний банкінг (e-banking), електронні страхові послуги (e-insurance). Електронна торгівля включає в себе: передачу інформації, продуктів або послуг через онлайн ресурси; надання послуг електронним шляхом; організацію торгівлі онлайн методами. Електронна торгівля має низку переваг. Так, для підприємств торгівлі розширюється глобальний масштаб продажу, скорочуються витрати, забезпечується швидкий вивід товару на ринок, має місце низька вартість поширення цифрових продуктів, покращуються ланцюжки поставок та ін.

Значні вигоди від електронної торгівлі мають і споживачі: можливість придбати товар, незалежно від місця перебування; великий вибір товарів і послуг; більш дешеві товари і послуги; оперативна доставка та ін.

З впевненістю можна сказати, що інтернет-торгівля – один з найбільш швидкозростаючих секторів української економіки. Більш того, це один з тих небагатьох ринків, якому криза не зашкодила – прагнучи мінімізувати витрати на оренду, виробники все активніше відкривали свої представництва в мережі.

За даними Fintech Guide, рівень проникнення смартфонів, дорівнює 48%, а частка людей, що використовує інтернет – 65%. Зараз 22,5 млн. осіб мають обліковий запис у фінансових установах, що охоплює 63% населення. 49% населення мають дебетову картку, 39% використовували дебетову або кредитну картку, щоб здійснити покупку, і лише 29% використовували Інтернет, щоб оплатити рахунки або зробити покупку. Тільки 18% використовували Інтернет для доступу до фінансового облікового запису. Це досить низький рівень проникнення цифрової економіки порівняно з країнами ЄС (див. рис. 1) [5].

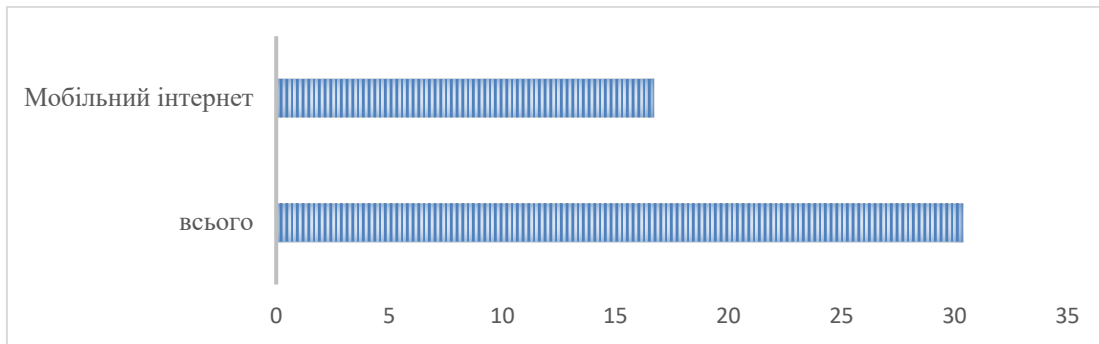


Рис.1. Кількість інтернет користувачів в Україні (млн. чол.)

Джерело: Статистика інтернет користувачів [Електронний ресурс] // Укрстат – 2019. – Режим доступу до ресурсу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2019/zv/az/az_u/az0119_u.htm

Якщо за 2015 рік товарообіг збільшився на 32% – з 19 до 25 млрд грн, то в 2016 році він зріс уже на 52% – до 38,5 млрд грн. За підсумками 2018 року електронна комерція України виросла приблизно на 30%. У грошовому виразі ця цифра склала 65 млрд гривень. Для підрахунку обсягу ринку оцінювали не тільки обсяг товарів і послуг, але і супутніх сервісів: реклами, просування, онлайн-оплати, доставки [5].

І хоча в роздрібному товарообігу країни інтернет-торгівля займає лише скромні 7%, динамічне зростання даного сегмента сьогодні очевидне. У свою чергу, в більшості розвинених країн світу цей показник досягає 10–15%. Онлайн продавці прагнуть максимально відповідати очікуванням покупців: активно експериментують з форматами, беруть на озброєння моделі бізнесу міжнародного зразка, співпрацюють з роздрібною торгівлею (див. рис. 2) [7].

Оскільки Україна є частиною сучасної фінансової системи, то глобальні макроекономічні тенденції впливають на діджиталізацію економіки країни. Хоча люди бояться втратити гроші і не мають довіри до інтернет транзакцій, загалом спостерігається позитивна тенденція.

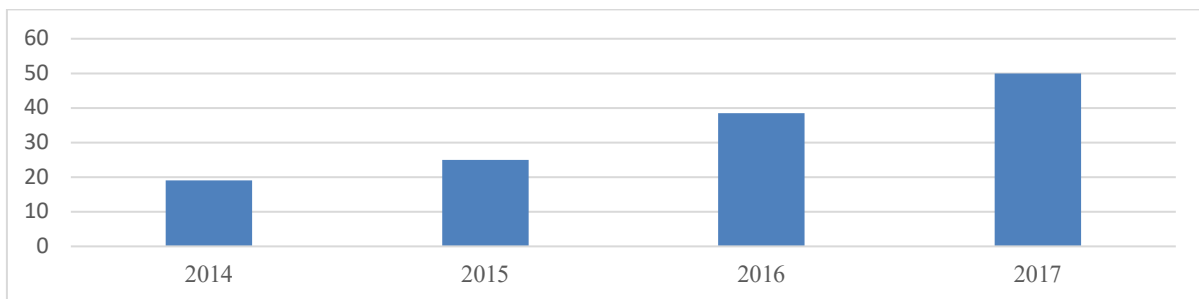


Рис.2 Обсяг ринку електронної торгівлі в Україні (млрд. грн.)

Джерело: Електронна комерція в Україні доросла до 65 млрд грн [Електронний ресурс] // ain.ua. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://ain.ua/2018/12/17/elektronnaya-kommerciya-v-ukraine-dorosla-do-65-mlrd-grn-ocenka-kompanii-evo/>

За даними НБУ, частка безготівкових розрахунків у загальному обсязі операцій із використанням платіжних карток, емітованих українськими банками, зросла на 5,0% порівнянні з підсумком 2017 року та склала 44,3%, у 2008 році цей показник дорівнював лише 5%. Такі темпи розвитку безготівкових операцій в Україні відображають реальний попит населення на безготівкові розрахунки, а отже впливають на розвиток електронної торгівлі [9].

Україна активно рухається у бік cashless-економіки. Вже можна спостерігати певні успіхи, але відставання від розвинених країн є значним. Це створює можливості для активного розвитку FinTech-індустрії в Україні. Частка готівки у грошовій масі в Україні дорівнює 28%, а в ЄС в середньому вона становить 12% [10].

Незважаючи на той факт, що цифровізація України сталася значно пізніше ніж у ЄС, це дало певні переваги. Так, наприклад, Україна посіла четверте місце в світі за кількістю NFC-платежів, а інтеграція таких платіжних сервісів, як Google pay і Apple pay, пройшла раніше ніж у Німеччині. Це пов'язано з тим, що імплементація новітніх технологій простіша, адже цифрова банківська система в Україні з'явилась лише у 2008 році [11].

Розвиток онлайн-продажів впливає безпосередньо і на розвиток супутніх видів бізнесу і зростання електронної комерції також позначається на їх зростанні. Так, очікується, що в 2019 році ринок онлайн-реклами товарів і послуг (у тому числі на маркетплейсах і в соцмережах) збільшиться на 25% до 11,9 млрд грн, ринок доставки товарів, куплених через інтернет – з 2,6 до 3,3 млрд грн, а ринок онлайн-сплат досягне 1 млрд (у 2018 році він складав 0,8 млрд грн) [12].

Отже, глобальні макроекономічні тенденції впливають на діджиталізацію економіки України. Рівень проникнення електронної комерції декілька нижчий ніж у світі, але цей розрив швидко скорочується. До того ж, пізніша імплементація надала Україні можливість більш швидкого впровадження сучасних технологій.

Експерти зазначають, що моделі української інтернет-торгівлі в перспективі треба масштабувати, щоб уникнути форс-мажору. Повинна бути диверсифікація та можливість на певному етапі вийти на інший ринок. Але щоб поширювати модель на інші країни, необхідні більш високі витрати на старті, ніж в Україні – у нас дешевший онлайн-маркетинг і нижча заробітна плата.

Таким чином, стає очевидним, що електронна комерція, як і сам Інтернет, вже стала невід'ємною частиною розвитку суспільства. Вона не замінить звичайну торгівлю, так само як електронні документи ніколи не замінять традиційних паперових, просто всі вони будуть гармонійно співіснувати. Безсумнівно, у електронній торгівлі в Україні є майбутнє. Більш того, у сучасного бізнесу без активного використання Інтернет майбутнього просто немає.

Висновки. Діджиталізація економічного середовища підштовхує розвиток електронної торгівлі. На сучасному етапі розвитку електронна комерція в Україні дозволяє організаціям значно скорочувати фінансові та часові ресурси, підвищувати конкурентоспроможність, виходити на нові ринки збуту, отримувати додаткову інформацію про потреби споживачів, швидко реагувати на зміни попиту. Багато компаній використовують можливості електронної комерції для забезпечення додаткового обслуговування до і після продажу товару.

Розвиток інтернет торгівлі вносить суттєві зміни в організацію торгівлі фірм, які виробляють товари та послуги. Відсутність витрат на оренду і утримання торгових площ дозволяє дрібним компаніям конкурувати з великими продавцями. У торгових мереж інтернет-магазини є додатковим каналом збуту.

Література

1. Д.Белл Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования. – Пер. с англ., М., 1999.
2. Тоффлер Е. Третья волна. – Пер. з англ., К. – 2000.
3. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. – Пер. с англ. – М.: ГУ ВШЭ, 2000. – С. 39.
4. Друкер П. Посткапиталистическое общество. – Пер. с англ. – М.1999.
5. ІНФОГРАФІЧЕСКИЙ СПРАВОЧНИК "FINTECH GUIDE 2018" [Електронний ресурс] // aequo. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: https://aequo.ua/ru/publication/Insights/infographic_report_fintech_guide_2018/.
6. Статистика інтернет користувачів [Електронний ресурс] // Укрстат – 2019. – Режим доступу до ресурсу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2019/zv/az/az_u/az0119_u.htm
7. Нікітина Л. М. Проблемы и перспективы развития электронной торговли в украине [Електронний ресурс] / Л. М. Нікітина – Режим доступу до ресурсу: <http://be5.biz/ekonomika1/r2011/1091.htm>.
8. Електронная коммерция в Украине выросла до 65 млрд грн [Електронний ресурс] // ain.ua. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://ain.ua/2018/12/17/elektronnaya-kommerciya-v-ukraine-dorosla-do-65-mlrd-grn-ocenka-kompanii-evo/>
9. Частка безготівкових розрахунків в Україні зросла майже до 45% - НБУ [Електронний ресурс]. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/2462198-castka-bezgotivkovih-rozrahunkiv-v-ukraini-zrosla-majze-do-45-nbu.html>.
10. Електронная коммерция в Украине выросла до 65 млрд грн: оценка компании EVO [Електронний ресурс] // Ain. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://ain.ua/2018/12/17/elektronnaya-kommerciya-v-ukraine-dorosla-do-65-mlrd-grn-ocenka-kompanii-evo/>.
11. Mastercard: Украина заняла четвертое место в мире по количеству NFC-платежей [Електронний ресурс]. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://itc.ua/news/mastercard-ukraina-zanyala-chetvertoe-mesto-v-mire-po-kolichestvu-nfc-platezhey/>.
12. Підсумки і плани: e-commerce України 2018/2019 [Електронний ресурс]. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://eopac.org.ua/pidsumky-i-plany-e-commerce-ukrayiny-2018-2019/>.