

УДК 334.012.42(477)

РОЗВИТОК ТА СУЧАСНИЙ СТАН Е-КОМЕРЦІЇ В УКРАЇНІ

<http://orcid.org/0000-0001-6014-9999>

Капранова Лариса Григорівна, завідувач кафедри економічної теорії та інтелектуальної власності, ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет», доцент, к.е.н.

Капранов Максим Андрійович, студент четвертого курсу спеціальності менеджмент, ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет»

Kapranova Larisa, Head of the department "Economic Theory and Intellectual Property", SHEU «PRIAZOVSKYI STATE TECHNICAL UNIVERSITY», PhD, Associate Professor

Kapranov Maksym, Bachelor student majoring Management, SHEU «PRIAZOVSKYI STATE TECHNICAL UNIVERSITY»

Kapranova L., Kapranov M. Development and current state of e-commerce in Ukraine.

The article attempts to make an analysis of current trends in the field of trade. Identified current trends in trade. It was determined that the most promising is electronic commerce (e-commerce). Presents (Top 10 e-commerce) leading countries, turnover of billion dollars. It is proved that the undisputed leader in e-commerce in terms of the share of e-commerce in GDP in favor of the Asia-Pacific region. The pace of its e-GDP of 3.3% is significantly higher than the world average which is 2.6%. Middle East, North Africa and Latin America are at the bottom of the list of e-GDP of 0.8%, it may indicate that in these countries there is significant potential for the development of e-commerce in these regions. But it's slow because the population that has computers, bank accounts and access to the Internet is negligible. It was concluded that e-commerce is becoming one of the most promising for the development of industries, as many of the categories of goods online are growing in the conditions of the fall of the market. With the development of digital technology around the world every day and will increase the volume of e-commerce. In some regions, its share is almost 10% of GDP. Thus we can say that the whole world is on the verge of forming a completely new economy - the digital economy.

Thus, we can assume that e-commerce is becoming at present one of the most promising ways to develop not only trade, but also the economy as a whole

Капранова Л.Г., Капранов М.А. Розвиток та сучасний стан е-комерції в Україні.

В статті зроблена спроба зробити аналіз сучасних тенденцій в сфері торгівлі. Визначено, що найбільш перспективною є електронна торгівля (e-commerce). Наведено (Топ 10 e-commerce) країни – лідери, обіг яких складає млрд. доларів США. Доведено, що безперечним лідером e-commerce з точки зору частки електронної комерції в ВВП виступає Азіатсько-Тихоокеанський регіон. Темпи її e-ВВП 3,3% значно вище середнього світового показника який складає 2,6%. Близький Схід, Північна Африка та Латинської Америки знаходяться в нижній частині списку e-ВВП який дорівнює 0,8%, це може вказувати на те, що в цих країнах є значний потенціал щодо розвитку електронної комерції в цих регіонах. Але він є повільним тому, що, кількість населення яке має комп'ютери, банківські рахунки та доступ до мережі Internet є незначною. Зроблено висновок, що e-commerce стає однією з найбільш перспективних для розвитку галузей, а багато категорій товарів в онлайні зростають в умовах падіння самого ринку». З розвитком цифрових технологій в усьому світі з кожним днем буде збільшуватись обсяг і e-commerce. В деяких регіонах цей обсяг сягає майже 10% від ВВП. Таким чином ми можемо стверджувати що весь світ стоїть на межі формування абсолютно нової економіки – цифрової економіки. Таким чином, можна вважати, що електронна комерція стає на сучасному етапі однією з найбільш перспективних шляхів розвитку не тільки торгівлі, а й економіки в цілому.

Капранова Л.Г., Капранов М.А. Развитие и современное состояние э-коммерции в Украине.

В статье предпринята попытка сделать анализ современных тенденций в сфере торговли. Определены современные тенденции в сфере торговли. Определено, что наиболее перспективной является электронная торговля (e-commerce). Приведены (Топ 10 e-commerce) страны - лидеры, оборот которых составляет млрд. долларов США. Доказано, что бесспорным лидером e-commerce с точки зрения доли электронной коммерции в ВВП выступает Азиатско-Тихоокеанский регион. Темпы его e-ВВП 3,3% значительно выше среднего мирового показателя который составляет 2,6%. Близкий Восток, Северная Африка и Латинской Америки находятся в нижней части списка e-ВВП равный 0,8%, это может указывать на то, что в этих странах есть значительный потенциал по развитию электронной коммерции в этих регионах. Но он медленный потому, что население которое имеет компьютеры, банковские счета и доступ

к сети Internet незначительно. Сделан вывод, что e-commerce становится одной из наиболее перспективных для развития отраслей, а многие категории товаров в онлайн растут в условиях падения самого рынка. С развитием цифровых технологий во всем мире с каждым днем будет увеличиваться объем и e-commerce. В некоторых регионах его доля достигает почти 10% от ВВП. Таким образом мы можем утверждать, что весь мир стоит на грани формирования совершенно новой экономики - цифровой экономики. Таким образом, можно считать, что электронная коммерция становится на современном этапе одной из наиболее перспективных путей развития не только торговли, но и экономики в целом.

Постановка проблеми. Сучасні торгівельні відносини переживають ряд істотних змін. Ці зміни стали можливими з розвитком сучасних технологій. З винаходом парового двигуна, електроенергії, телефону, телеграфу, побудови залізничних доріг, винаходом літаків почався перший етап змін у торгівельних відносинах. Але найбільший вплив зробив винахід комп'ютера та мережі Internet. З кожним роком все більше торгівельних операцій відбуваються через електронні мережі. Людині вже не потрібно виходити з дому для пошуку того чи іншого товару чи послуги. Тобто ми ведемо мову про винахід абсолютно нового, але стрімко розвиваючогося за останні 10 - 20 років виду бізнесу - e-commerce.

Метою є дослідження розвитку та сучасного стану електронної комерції в Україні.

Результати дослідження. Електронна комерція для українського ринку є досить новим явищем, яке в своєму розвитку налічує приблизно 15 років. Система електронної торгівлі в світі почала розвиватися з появою Internet, що дало можливість підприємцям вести свою діяльність без відкриття торгових площ та таким чином зменшити свої витрати на оплату праці працівникам. На даний час в Україні функціонують ряд досить великих електронних магазинів, які працюють у різних напрямках. Електронна комерція здійснюється через створення торгівельних сайтів (e-commerce сайтів). На 2016 рік Top 10 e-commerce країнами – лідерами, обіг яких складає млрд. доларів США

Таблиця 1

Top 10 e-commerce країнами – лідерами, обіг яких складає млрд. доларів США

№	Країни	billions of dollars
1	China	\$538
2	USA	\$483
3	UK	\$169
4	Japan	\$136
5	Germany	\$95
6	France	\$75
7	Canada	\$28
8	Russia	\$27
9	Spain	\$22
10	Australia	\$21

*Global B2C E-commerce Report 2015

ВВП за ринковими цінами і частка електронної комерції в ВВП за регіонами в доповіді, Global B2C E-commerce Report 2014

Таблиця 2

ВВП за ринковими цінами і частка електронної комерції в ВВП

Регіон	ВВП в ринкових цінах	Частка електронної комерції у ВВП
Global	\$ 73,479bn	2,6%
Азіатсько-Тихоокеанський регіон	\$ 23,215bn	3,3%
Північна Америка	\$ 20,488bn	2,6%
Європа	\$ 22,663bn	2,5%
Латинська Америка	\$ 4,494bn	0,8%
Країни Близького та Середнього Сходу та Північної Африки	\$ 2,619bn	0,8%

*Global B2C E-commerce Report 2014

За результатами таблиці 2 можна зробити наступні висновки, безперечним лідером e-commerce з точки зору частки електронної комерції в ВВП виступає Азіатсько-

Тихоокеанський регіон. Темпи її е-ВВП 3,3% значно вище середнього світового показника який складає 2,6%. Близький Схід, Північна Африка та Латинської Америки знаходяться в нижній частині списку е-ВВП який дорівнює 0,8%, це може вказувати на те, що в цих країнах є значний потенціал щодо розвитку електронної комерції в цих регіонах. Але він є повільним тому, що, кількість населення яке має комп'ютери, банківські рахунки та доступ до мережі Internet є незначною.

Таблиця 3

Доступ в Інтернет, що охоплюються країни і населення, онлайн 2014

Regions	Internet access	Online Population
Regions Total (excl. BRICS)	48%	2,737.1mn
North America	77%	290.4mn
Europa	72%	490.4mn
Latin America	61%	183.9mn
MENA ¹	50%	163.6mn
Asia-Pacific	39%	1,608.9mn
BRICS	39%	913.1mn

*Global B2C E-commerce Report 2015

Таким чином, як бачимо з таблиці 3 найбільша кількість населення яке має доступ мережі Internet сконцентрована у Північній Америці – 77% , на другому місті країни Європи 72%, на третьому Латинська Америка 61%.

За даними Global B2C E-commerce Report 2015 динаміка е-commerce має позитивну динаміку(рис.1).

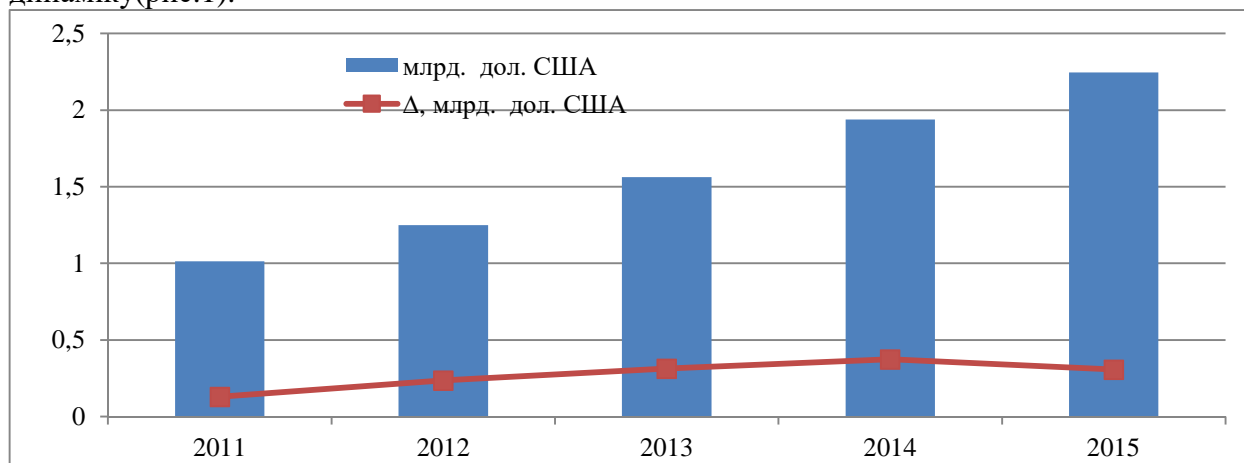


Рис. 1. Динаміка та зміни на світовому ринку е-commerce до попереднього року за 2011 – 2015 рр.

Таким чином, ми бачимо, що на ринку е-commerce спостерігається незначна, але постійна динаміка до збільшення ринку.

За оцінкою УАДМ² загальний обсяг ринку е-commerce в Україні за підсумками 2014 р. склав \$ 1,6 млрд.1 (в обсяг включені тільки В2С-продажу нових товарів). У порівнянні з 2013 роком ринок електронної комерції виріс в гривні на 19%, в доларах - впав на 20%. Багато сегментів скоротилися в валюті через сильне падіння курсу гривні. Фактично ринок е-commerce України в грошовому вираженні повернувся на рівень 2012 року.

¹ Англomовний акронім від словосполучення «Middle East and North Africa» що іменує регіон у складі Близького (Середнього) Сходу та Північної Африки. Термін MENA охоплює великий регіон, що тягнеться від Марокко до Ірану, в тому числі всіх країн Близького Сходу та Магрибу. Є приблизним синонімом терміну «Великого Близького Сходу».

² Українська асоціація директ маркетингу

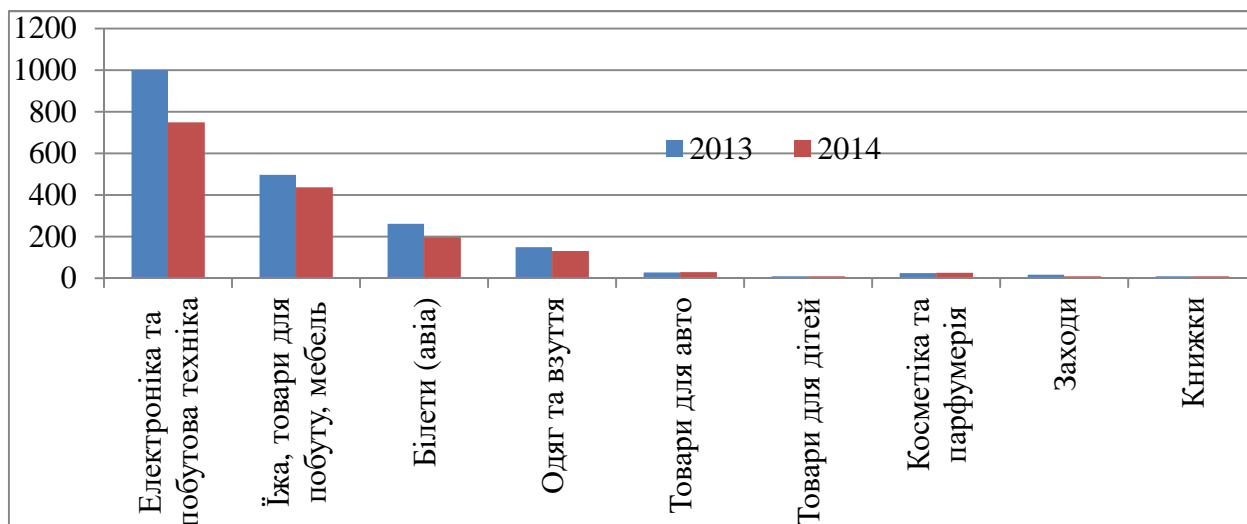


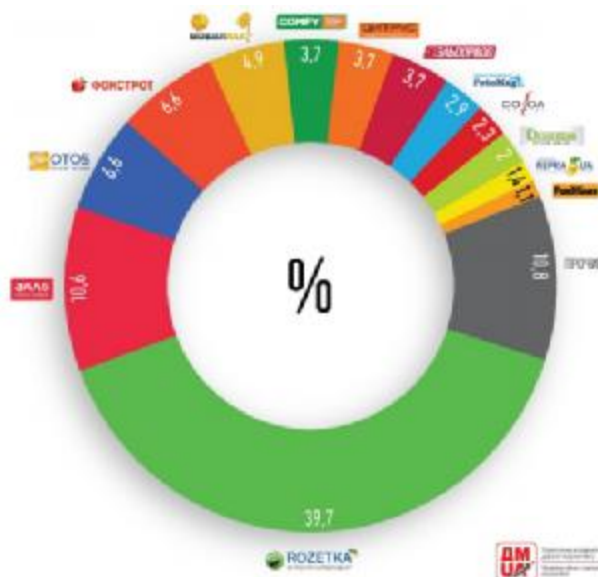
Рис. 2. Динаміка обсягу e-commerce в Україні 2013 – 2014 рр.

До найбільш великих e-commerce сайтів України входять:

- § OLX.ua (40,4% користувачів);
- § Rozetka.com.ua (32,5%)
- § Prom.ua (26,5%).

Серед лідерів сегменту «Електроніка і побутова техніка» за останні 10 – 15 років себе зарекомендували такі Інтернет – магазини як: Rozetka (частка на ринку майже 40%), АЛІО (10,6%), ФОКСТРОТ (6,6%).

Ці продавці надають своїм покупцям багатий перелік послуг які вони отримують не виходячи з дому і саме це приваблює пересічного споживача. Можна не виходячи з дому обрати товар, порівняти рівень цін на цей товар з іншими Інтернет – магазинами і не тільки в Україні, а й за кордоном.



* За даними УАДМ

Рис 3. Рейтинг лідерів по частках від загального обсягу сегмента «Електроніка і побутова техніка», 2014 г. (по on-line продажу),%

До найбільш великих Інтернет – магазинів за даними Forbes відносяться:

Amazon.com - найбільший світовий інтернет-ртейлер. У магазині можна знайти все, від годинника до автопокришок. У 2009 році виручка компанії виросла на 28%, до \$ 24,5 млрд.

Itunes.com - частина імперії засновника Apple Стіва Джобса. Один з найбільших в світі продавців аудіофайлів в інтернеті. Нещодавно під тиском рекорд-лейблів Itunes відмовився від фірмової фішки - продажів треків за єдиною ціною 99 центів.

Zappos.com - найбільший продавець взуття в інтернеті з оборотом близько \$ 1 млрд. Заснований американцем Ніком Суїнмурном в кінці 1990-х років. Інші інтернет-магазини знижували ціни, щоб залучити покупців, а в Zappos вирішили, що їх основна конкурентна перевага - надійне і якісне обслуговування. Підсумок: близько 40% покупців замовляють взуття в Zappos повторно. Влітку 2009 року стало відомо, що Amazon.com викупив Zappos.com, заплативши більше \$ 800 млн.




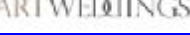
Ebay.com - найбільший світовий інтернет-аукціон. У 2008 році заробив \$ 8,5 млрд (включаючи \$ 2,4 млрд виручки належить холдингу системи електронних платежів PayPal, якою користуються покупці і інших інтернет-магазинів).

Officedepot.com - один з найбільших в інтернеті торговців товарами для офісу, від олівців, ручок і маркерів до меблів, комп'ютерів і принтерів. Компанія, що починала в 1986 році з відкриття цілком традиційного магазину канцтоварів у Флориді, в 2009 році наторгувала в 52 країнах на \$ 12,1 млрд (з них на продажу через інтернет припадає \$ 4,2 млрд).

Розглядаючи найбільші в світі Інтернет – магазини не можливо не приділити увагу магазинам Китаю. Які все більше проникають по всьому світу, завдяки послuzі – безкоштовна доставка. Китайські онлайн магазини з безкоштовною доставкою привабливі для покупців із всього світу. Завдяки дешевим цінам, хорошій якості, великому вибору товарів, а також безкоштовній доставці по всьому світу їм вдалось досягнути успіху. Китайські товари все рідше асоціюються із неякісними товарами - виробники перейшли на значно вищий рівень. Електроніка, смартфони, гаджети, одяг та взуття, речі для дому та багато іншого - це все можна знайти на китайських сайтах. Рекомендуємо переглянути список популярних сайтів.

Топ 20 китайських торгових сайтів:

#	Магазин	Сайт
1	 DealExtreme	www.dx.com
2	 Gearbest	www.gearbest.com
3	 AliExpress	www.aliexpress.com
4	 LightInTheBox	www.lightinthebox.com
5	 MiniInTheBox	www.miniinthebox.com
6	 YoyBuy	www.yoybuy.com
7	 Banggood	www.banggood.com
8	 Rosegal	www.rosegal.com
9	 DressLily	www.dresslily.com
10	 SammyDress	www.sammydress.com
11	 Tinydeal	www.tinydeal.com
12	 ChinaBuye	www.chinabuye.com
13	 Romwe	www.romwe.com
14	 YesStyle	www.yesstyle.com
15	 Rotita	www.rotita.com
16	 Modlily	www.modlily.com

17	 Everbuying	www.everbuying.net
18	 DealsMachine	www.dealsmachine.com
19	 Focalprice	www.focalprice.com
20	 ArtWeddings	www.artweddings.com

Чому ж доставка з магазинів Китаю безкоштовна? Річ в тому, що її вартість вже включена у вартість товару. Здебільшого ця ціна дуже мізерна і покупець практично не помічає цього. Це дуже зручно для всіх! Не потрібно обчислювати остаточну вартість покупки, все вже включено в ціну. Де ще можна купити якийсь гаджет із безкоштовною доставкою в будь-який куток світу за 1\$?

Ще одним великим плюсом цих магазинів є різноманітні знижки. Шукаючи способи привернути увагу покупців, китайські продавці ніколи не зупиняються. На різноманітних промо розпродажах можна придбати товари із великою знижкою. Тому завжди варто слідкувати за новинами магазину. Також, на більшості сайтів, можна накопичувати бонуси. Їх можна отримати за різноманітні дії: покупки, відгуки про товар, фото та відео покупок.

Важливим фактором, який позитивно впливає на зростання аудиторії онлайн-покупців, є поширення доступу до 3G. Особливо помітно це стане протягом найближчих двох років.

Уже зараз темпи поширення мобільного Інтернету вражають – всього протягом року після того як стала доступною послуга 3G, до неї підключилися понад 10 мільйонів українців.

У 2016 році 44% користувачів використовували мобільні пристрої для виходу в Інтернет. З них 9% назвали свої смартфони та планшети основним пристроєм для цієї мети.

Останні роки даже підприємці які зайняті традиційною торгівлею виявляють певну зацікавленість у відкритті інтернет-магазину. Можна навести деякі аргументи чому це є дуже привабливим:

1. Потенціал

Інтернет-торгівля розвивається динамічніше, ніж традиційна торгівля. Потенційний покупець розташовується в будь-якій точці світу.

2. Низький поріг входу

Оренда 1 кв. метра торгової площі буде коштувати значно менше в місяць ніж оренда торгового павільйону або покупка великих площ. Засоби, які потрібні на відкриття найпростішого інтернет-магазину, можна порівняти з цією сумою. При цьому віртуальна вітрина може вмістити необмежену кількість найменувань товарів. «Відкрити якісний інтернет-магазин - це не набагато дешевше, ніж відкрити мережу з декількох офлайн-магазинів. Але це дешевше, ніж відкрити мережу з декількох десятків офлайн-магазинів », - підтверджує Оскар Хартманн з Kurivip.ru.

3. Додатковий канал збуту

Інтернет-магазини є у всіх великих роздрібних мереж з продажу побутової електроніки. І якщо в звичайних магазинах продажу в кризу впали на 20-40%, то продажі техніки через онлайн-підрозділу найбільших мереж зросли на 40-80%. В онлайн виходять продавці продуктів харчування: до «Сьомому континенту», чия служба замовлень через інтернет з'явилася ще в 2002 році, приєдналися X5 Retail і «Азбука смаку».

4. Нові можливості

В Інтернеті можливо те, що неможливо в офлайн. Наприклад, охопити відразу всю країну або швидко залучити без особливих витрат величезна кількість покупців. «Запустивши вранці рекламну акцію, ми робимо \$ 100 000 обороту за одну годину», - каже Оскар Хартманн.

5. Зростання попиту

Покупці все більше стежать за цінами. А в інтернеті за рахунок скорочення витрат виходить тримати ціни на 5-35% нижче, ніж в традиційних магазинах. 52% користувачів зазначають, що основна перевага покупок в інтернеті - економічна вигода.

Таким чином, до основних переваг електронної комерції належать наступні:

- електронна комерція дозволяє споживачам легко вести пошук, порівняння і огляд продуктів і магазини;

- електронна комерція пропонує споживачам більш широкий конкурсний відбір товарів і послуг, а також більш широкий вибір;

- електронна комерція дозволяє провести пошук кращої можливої ціни.

Але при привабливості е-комерції існують і ряд перешкод. Основні бар'єри щодо електронної торгівлі:

- відсутність або слабка, недосконала інфраструктура ;

- високі витрати або обмеження використання;

- відсутність довіри (сприймається небезпечність оплати, конфіденційність питання, варіанти повернення і т.д.);

- торгові обмеження (тарифи, торгові угоди, високі імпорتنі мита і т.д.);

- різні правові системи і вимоги;

- мовні бар'єри;

- політична нестабільність, особливо в країнах з економікою, що розвивається і регіонах, що розвиваються світу.

Підсумовуючі вищезазначене можна зробити наступні висновки: e-commerce стає однією з найбільш перспективних для розвитку галузей, а багато категорій товарів в онлайні зростають в умовах падіння самого ринку». З розвитком цифрових технологій в усьому світі з кожним днем буде збільшуватись обсяг і e-commerce. В деяких регіонах цей обсяг сягає майже 10% від ВВП. Таким чином ми можемо стверджувати що весь світ стоїть на межі формування абсолютно нової економіки – цифрової економіки. Про це йшла дискусія в Давосі в якій взяли участь: Вітторіо Колао, генеральний директор оператора мобільного зв'язку Vodafone, Сатя Наделла, головний виконавчий директор Microsoft, Ерік Шмідт, голова ради директорів компанії Google та Шеріл Сандберг, головний операційний директор соцмережі Facebook.

Таким чином, можна вважати, що електронна комерція стає на сучасному етапі однією з найбільш перспективних шляхів розвитку не тільки торгівлі, а й економіки в цілому.

Список використаних джерел:

1. Global B2C E-commerce Report 2015 [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [https://www.ecommercewiki.org/wikis/www.ecommercewiki.org/images/a/a6/Global B2C Ecommerce Report 2015_Light_V2.pdf](https://www.ecommercewiki.org/wikis/www.ecommercewiki.org/images/a/a6/Global_B2C_Ecommerce_Report_2015_Light_V2.pdf).
2. 5 крупнейших мировых интернет-магазинов [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.forbes.ru/svoi-biznes/49310-5-krupneishih-mirovyh-internet-magazinov>.
3. *Чайковська В. П.* Електронна комерція в Україні: сучасний стан та тенденції розвитку / В. П. Чайковська // *Інтелект XXI*. - 2016. - № 3. - С. 38-48. – Режим доступу до ресурсу: <http://nbuv.gov.ua/UJRN/int XXI 2016 3 6>
4. Електронна комерція в Україні 2016: цифри і факти [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://webexpert.com.ua/ua/elektronna-komertsiya-v-ukrayini-2016>
5. 5 аргументов для открытия интернет-магазина [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.forbes.ru/svoi-biznes/21761-5-argumentov-dlya-otkrytiya-internet-magazina>
6. Дискусія з Давосу: майбутнє цифрової економіки [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: http://lb.ua/economics/2015/01/29/293738_diskusiya_z_davosu_maybutnie_tsifrovoi.html
7. Китайські інтернет магазини з безкоштовною доставкою [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.china-shops.com.ua/>

References:

1. *Global B2C E-commerce Report 2015*, available at: [https://www.ecommercewiki.org/wikis/www.ecommercewiki.org/images/a/a6/Global B2C Ecommerce Report 2015_Light_V2.pdf](https://www.ecommercewiki.org/wikis/www.ecommercewiki.org/images/a/a6/Global_B2C_Ecommerce_Report_2015_Light_V2.pdf). (accessed 2015).
2. *5 krupnejshih mirovyh internet-magazinov*, available at : : <http://www.forbes.ru/svoi-biznes/49310-5-krupneishih-mirovyh-internet-magazinov> . (accessed 02.06.2010)
3. Chajkovska V. P. (2016)"Elektronna komerciya v Ukrayini: suchasny`j stan ta tendencyi rozvy`tku." *Intelekt XXI* Vol. 3, pp. 38-48, available at : http://nbuv.gov.ua/UJRN/int_XXI_2016_3_6 (accessed 2016).
4. *Elektronna komerciya v Ukrayini 2016: cy`fry` i fakty*, available at: <https://webexpert.com.ua/ua/elektronna-komerciya-v-ukrayini-2016> (accessed 2016).
5. *5 argumentov dlja otkrytija internet-magazina*, available at <http://www.forbes.ru/svoi-biznes/21761-5-argumentov-dlya-otkrytija-internet-magazina> (accessed 2016).
6. *Dy`skusiya z Davosu: majbutnye cy`frovoyi ekonomiky,* available at: http://lb.ua/economics/2015/01/29/293738_diskusiya_z_davosu_maybutnie_tsifrovoi.html (accessed 2015).
7. *Ky`tajs`ki internet magazy`ny` z bezkoshtovnoyu*, available at: <http://www.china-shops.com.ua/> (accessed 2016).

Keywords: trade, e-commerce, the country - the leaders, the Internet - shop, the digital economy

Ключові слова: торгівля, електронна торгівля, країни - лідери, інтернет - магазин, цифрова економіка

Ключевые слова: торговля, электронная торговля, страны – лидеры, интернет – магазин, цифровая экономика