

гравці: GLOVO. UBER eats, RAKETA. Ця сфера має певні обмеження для експансії на значні території, як це може собі дозволити роздрібна торгівля в мережі інтернет. Це вказує на розвиток нових мережевих моделей бізнесу, появу нових сервісів та ІТ рішень. Активізацію розвитку e-commerce у інших сферах вказує на новий виток розвитку e-commerce в Україні.

Література:

1. В Украине резко выросло проникновение интернета. Причины [Електронний ресурс] / Ліга. – Режим доступу : <https://tech.liga.net/technology/novosti/v-ukraine-rezko-vyroslo-proniknovenie-interneta-prichiny> – Назва з екрану.
2. Обзор рынка доставки продуктов питания Украины [Електронний ресурс] / InVenture. – Режим доступу : <https://inventure.com.ua/analytics/investments/obzor-rynka-dostavki-produktov-ukrainy> – Назва з екрану.

УДК: 330.3

Влада Дишлева
студентка, ІІ курс,
факультет торгівлі та маркетингу,
Київський Національний Торговельно-Економічний Університет,
vladadyshleva@gmail.com
Олена Жук
к.е.н, старший викладач кафедри економіки та фінансів підприємства,
Київський Національний Торговельно-Економічний Університет,
e.zhuk@knute.edu.ua

ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ УКРАЇНИ: НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ В УМОВАХ КАРАТИНУ

ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ В УКРАИНЕ: НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ В УСЛОВИЯ КАРАНТИНА

ELECTRONIC COMMERCE OF UKRAINE: DIRECTIONS OF DEVELOPMENT IN THE CONDITIONS OF QUARANTINE

Анотація. Розглянуто ключові елементи в сфері електронної комерції України в період провадження карантину. Представлено результати анкетування, що демонструють тенденції та вподобання українців, щодо онлайн-торгівлі за допомогою інструментів електронної комерції. Визначено основні напрямки розвитку електронної комерції в умовах карантину.

Аннотация. Рассмотрено ключевые элементы в сфере электронной коммерции Украины в карантинный период. Представлены результаты опроса, показывающие тенденции и предпочтения украинцев в отношении онлайн-торговли с использованием инструментов электронной коммерции. Определены основные направления развития электронной коммерции в условиях карантина.

Abstract. The article contains information about the key elements in the field of e-commerce of Ukraine during the quarantine period are considered. The results of a survey showing the trends and preferences of Ukrainians regarding online commerce using e-commerce tools are presented. The main directions of e-commerce development in the conditions of quarantine are given.

В контексті сьогоденної глобалізації, посиленою поширенням коронавірусу SARS-CoV-2 та спричиненого нею глобальної фінансової кризи 2020 року, чітко проявилась важливість розвитку, практики і підтримки такого напрямку економічної діяльності як електронна комерція (е-комерція) [1].

Для тих малого та середнього бізнесу, які змогли частково перевести діяльність на онлайн платформи – електронна комерція дозволила проводити діяльність навіть в умовах карантину, що оголошений в Україні з 12 березня 2020 року у зв'язку з протидією

поширенню коронавірусної інфекції COVID-19 [3]. Нестандартна кризова ситуація відкриває для українського бізнесу нові перспективи та прискорює процес їх трансформації. При цьому, важливу роль грає зовнішній фактор «вимушеності», що спонукає українських громадян переходити у новий формат споживання і впливає на їхні купівельні звички в умовах карантину.

Слід зазначити, що українська електронна комерція назагал має сталий розвиток. Як і в багатьох країнах світу, її концентрація припадає на сферу маркетингу, банкінгу, торгівлі, обміну інформацією, різноманітних послуг, навчання та розваг. В Україні стрімко зросло проникнення інтернету в сільській місцевості, а самі майданчики онлайн-комерції більш стійкі до зовнішніх факторів, кризи чи коливання валюти. В цьому контексті, вагомий внесок в розвиток електронної комерції України, стало запровадження системи електронної закупівлі ProZorro на державному рівні, що є обов'язковою для усіх держзамовників. За принципом прозорості у 2016-му було створено подібні ProZorro-системи: для комерційних закупівель – RIALTO, для продажу держмайна – ProZorro.Продажі. Завдяки системі ProZorro бізнес 2018 року заробив майже 60 млрд грн, а бюджет отримав понад 8 млрд грн. Zakupki.Prom.ua зробили вагомий внесок у ці результати, оскільки 33% держзамовників працюють на цій платформі і кожен третій тендер оголошується на Zakupki.Prom.ua [2, с 1014].

Враховуючи існуючу ситуацію в режимі самоізоляції та соціального дистанціювання, значно зросла частка сумарного часу використання інтернету. Таким же чином в контексті карантину здається логічним замінити зайвий похід до магазину онлайн шопінгом, а похід до супермаркету, аптеки чи ресторану – онлайн доставкою. Отже, розглянемо актуальний стан української електронної комерції в сфері послуг. В зазначених вище умовах, важливим аспектом електронної комерції країни стали онлайн-платформи доставки, що допомогли компенсувати українцям закриті заклади харчування та магазини, а останнім, в деякій мірі компенсувати відсутність відвідувачів. Наприклад, іспанський Glovo, один з найпопулярніших сервісів доставки в Україні, з'явився в країні лише в жовтні 2018, а почав набирати обороти в березні 2019. А його конкурент Uber Eats з'явився на вітчизняному ринку ще пізніше: 6 січня 2019 року. Щодо вітчизняних сервісів, такі українські онлайн бізнеси: як кур'єрська доставка ліків "Farmax", послуги доставки Zakaz.ua, який доставляє покупцям восьми найбільших міст країни товари із супермаркетів Auchan, Novus, Metro, МегаМаркет і Фуршет, зазнали стрімкого росту. Головною перевагою цих онлайн додатків є: безконтактність та швидкість. Попит на послуги, кількість замовлень на сайті та мобільному додатку Zakaz.ua від середини березня на зросла 80%, а черги на доставку продуктів з різних гіпермаркетів сягали 2х-3х днів. Щодо міжнародної кур'єрської компанії Glovo, яка працює в Україні, їх кількість замовлень збільшилася на 35%, а середній чек у цих категоріях додав 25%. Українська електронна платформа з доставки їжі Raketa, що працює у 6 найбільших містах країни, також зазначає, що з середини березня, кількість замовлень була на 20% вищою за середній показник. Також, спостерігається високий ажіотаж на торгових онлайн-майданчиках: люди масово скуповують не тільки товари першої необхідності, а і побутову техніку. За прогнозами засновника найбільшого інтернет-ритейлера Rozetka.ua, онлайн торгівля значно збільшить обороти. Стосовно сфери послуг, а точніше - навчання та розваг, кількість реєстрацій на дистанційні інтернет-курси Prometheus, збільшилась на 30–40% від початку карантину, що дає підставу в деякій мірі екстраполювати цю тенденцію на інші компанії, що пропонують послуги з онлайн-навчання. [4]

Автором було проведено опитування, що базується на методі електронного анкетування. Вибірку склали шістдесят осіб віком від 18 до 55 років. Метою цього опитування, було визначити як часто українці використовують онлайн-платформи для здійснення купівель; чи готові українці здійснювати більшість своїх звичних купівель в онлайн-магазинах; яку продукцію українці найчастіше купують онлайн; чи розглядають українці для себе варіант електронного підприємництва та віддаленої роботи; чи почали українці більше купувати онлайн під час карантину; а також, що стримує українців від купівлі онлайн. Дослідження показало, що для більшості опитуваних, тобто 58,3%, рішення про здійснення купівлі онлайн

чи в магазині залежить від самого товару, 23,3% частіше купують в магазині, а 13,3% онлайн. Під час карантину значна кількість опитаних осіб (45%) почали більше купувати онлайн, 40% стримались від онлайн покупок, а 8,3% надають більше переваги відвідуванню магазинів. Також, за травень 2020 року 53,3% респондентів купували онлайн 1-2 рази, 31,7% більше трьох, 15% не здійснювали онлайн-покупок взагалі. Щодо купівлі в соціальних мережах, які також складають певну частку електронної комерції України дані серед опитуваних наступні: 53,3% купують в Instagram, 3,4% обирають інші платформи, а 43,3% не здійснюють покупки через соціальні мережі. Зазвичай, 38,3% осіб, що пройшли анкетування, купують онлайн одяг та взуття, 30% обирає косметику та засоби індивідуального догляду, 21,7% їжу (онлайн-доставка), 8,3% побутову техніку. Щодо сфери інтернет-освіти: 78,4% опитуваних не здійснювали покупки онлайн курсів, на противагу 21,7% осіб, що придбали доступ. Здійснювати більшість своїх звичних купівель в онлайн-магазинах однозначно готові 30% осіб з анкетованих, 48,3% відповіли так, але це залежить від специфіки товару, і лише 21,7% не готові повністю перейти на платформи електронних магазинів. Зазначимо, що 58,3% опитуваних осіб розглядають для себе варіант (онлайн) електронного підприємництва чи віддаленої роботи в майбутньому. 25% осіб припускають такий варіант заробітку, але точно не впевнені, 13,3 вже працюють онлайн, і лише 3,3% відповіли заперечно. І завершуючи: 69,5% опитаних осіб стримує від онлайн купівлі саме реальний стан та якість товару, 13,6% вагаються через переведення грошей з картки без певних гарантій, 6,8% стримує шахрайство, 10,2% інше.

З усього вище сказаного, можна зробити висновок, що спричинена карантинном криза є каталізатором для більш стрімкого розвитку електронної комерції України. В цьому контексті, сьогоденні карантинні обмеження надали малому та середньому бізнесу, що вже знаходились в онлайн-сегменті, можливість прискореного розвитку, тим самим підкреслюючи їх важливість. Таким же чином, враховуючи результати анкетування, можна зазначити, що українське суспільство в свої більшості заохочує як ведення купівлі-продажу на онлайн платформах, так і ведення електронного підприємництва.

Література

1. Глобальна фінансова криза 2020 року [Електронний ресурс]. - Режим доступу: https://www.uk.wikipedia.org/wiki/Глобальна_фінансова_криза_2020_року.
2. Марусей Т.В. Основні тенденції розвитку ринку електронної комерції в Україні [Електронний ресурс] / Т.В. Марусей // Економіка і суспільство. – 2018. - № 14. – С.1014. - Режим доступу: http://ea.donntu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/31338/1/Мукачево_14_2018.pdf#page=1011.
3. Про запобігання поширенню на території України коронавірусу COVID-19: Постанова КМУ від 11.03.2020 р. №211 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.
4. Угніва С. Хроніки карантину. Як українські підприємці заробляють і втрачають на коронавірусі [Електронний ресурс] / С. Угніва // НВ. Офіційний сайт. – 2020. - № 10. - Режим доступу до ресурсу: <https://nv.ua/ukr/biz/economics/biznes-i-koronavirus-yak-ukrajinski-pidpriyemci-vidreaguvali-na-karantin-novini-ukrajini-50076533.html>.