

УДК 339.3

Мельничук О.С.
аспірант кафедри менеджменту інноваційної
та інвестиційної діяльності
Київського національного університету імені Тараса Шевченка

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ РИНКУ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ У СТРУКТУРІ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

CURRENT STATE AND CHARACTERISTICS OF DEVELOPMENT OF E-COMMERCE MARKET IN THE STRUCTURE OF THE NATIONAL ECONOMY

АНОТАЦІЯ

У статті досліджено теоретичні й практичні аспекти розвитку електронної комерції як складової національної економіки. Наведено теоретичне обґрунтування основних аспектів становлення ринку е-комерції. Проведено сегментування ринку електронної комерції в Україні, визначено стан та перспективні напрями розвитку.

Ключові слова: інформаційно-комунікаційні технології, електронна комерція, електронна торгівля, ринок електронної комерції, інтернет-магазин.

АННОТАЦИЯ

В статье исследованы теоретические и практические аспекты развития электронной коммерции как составляющей национальной экономики. Выполнено теоретическое обоснование основных аспектов становления рынка электронной коммерции. Произведено сегментирование рынка электронной коммерции в Украине, определено состояние и перспективные направления развития.

Ключевые слова: информационно-коммуникационные технологии, электронная коммерция, электронная торговля, рынок электронной коммерции, интернет-магазин.

ANNOTATION

The paper examines the theoretical and practical aspects of e-commerce as a component in the structure of the national economy. The study elucidates key theoretical aspects of development of e-commerce market. The study explores segmentation of the market of e-commerce in Ukraine. It also highlights status and prospects for electronic commerce development in Ukraine.

Keywords: information and communication technologies, e-commerce, e-business, e-commerce market, online shop.

Постановка проблеми. Суспільні перетворення, що відбуваються в Україні, передбачають активний пошук шляхів і засобів кардинального інноваційного оновлення економіки, зокрема шляхом інформатизації економічних процесів як одного з ключових напрямів модернізації господарської діяльності. Впровадження інноваційних технологій та інформаційних систем у секторі комерційної діяльності під впливом світових тенденцій розвитку вказаної сфери господарської діяльності з урахуванням тенденцій глобалізації у всіх сферах економічної діяльності зумовило формування ринку електронної комерції. Розвиток інформаційно-комунікаційних технологій відіграє ключову роль у формуванні ринку електронної комерції як на макрорівні (у площині глобального розвитку суспільства та трансформації його у постіндустріальне), так і на мезо-, й мікрорівні. Незва-

жаючи на наявність стимулюючих факторів, зокрема вплив глобалізаційних та євроінтеграційних процесів, впровадження інноваційних технологій, а також капіталовкладення з боку іноземних інвесторів, синергетичне поєднання яких зумовило стрімкий розвиток ринку електронної комерції до 2014 р., вказаний ринок ще не досяг рівня розвитку Франції, Німеччини, Великобританії та США. Якщо не враховувати інноваційну складову, завдяки якій ринок електронної комерції має високий потенціал до розвитку, то відчувається вплив негативних тенденцій, зумовлених економічним спадом.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. З огляду на зазначене, наукове дослідження доцільно проводити на основі комплексного дослідження стану ринку та специфіки перебігу ринкових процесів. Особливості функціонування ринку електронної комерції, а також специфіку вітчизняного ринку е-комерції, вивчали Н. Апатова, Т. Затонацька, А. Маслов, Н. Меджибовська, В. Міщенко, В. Плескач, Т. Тадаскіна, О. Чубукова, Р. Царьов та ін. Проте в наявних наукових працях залишаються неповністю розкриті питання сучасних інструментів дослідження нинішнього стану та перспектив розвитку ринку е-комерції в Україні.

Мета роботи – висвітлення основних тенденцій розвитку ринку електронної комерції у контексті визначення структури та перспективних напрямів розвитку цього ринку в Україні.

Виклад основного матеріалу. Ринок електронної комерції в Україні справедливо можна назвати одним з найбільш прогресивних та інноваційних, оскільки базою для його функціонування є інформаційно-комунікаційні технології, а основним каналом надання, отримання та поширення інформації – мережа Інтернет, де відбувається більшість бізнес-операцій.

На нашу думку, ринок е-комерції – це система економічних відносин з приводу купівлі-продажу товарів та послуг, що здійснюються з допомогою інформаційно-комунікаційних технологій у віртуальному просторі та забезпечуються відповідною інфраструктурою. Цей ринок забезпечує реалізацію таких процесів, як

Таблиця 1

Сектори та моделі взаємодії суб'єктів ринку електронної комерції

	Business	Customer	Government
Business	Торгово-закупівельні майданчики (поміж яких і агрегатори). Електронні аукціони. Дошки оголошень. Електронні тендери.	Електронні торгові ряди. Електронні вітрини і каталоги. Електронні магазини. Електронні аукціони.	Електронні торги із закупівлі продукції для державних цілей.
Customer	Дошки оголошень. Електронні аукціони.	Дошки оголошень. Електронні аукціони.	Дошки оголошень. Електронні аукціони.
Government	Електронні тендери. Електронні торги з продажу майна.	Електронні торги з продажу майна.	Електронні тендери. Електронні торги з продажу майна.

Джерело: розроблено автором

дослідження ринку, продаж товарів та послуг, виконання замовлень, розрахунки за угодами, післяпродажне обслуговування та ін. Відповідно, суб'єктами ринку е-комерції є бізнес-одиниці, споживачі та держава, що також виступає основним регулятором ринку.

Погоджуючись з думкою Д. Козьє, що «основною електронної комерції є структура традиційної торгівлі, а використання електронних мереж надає їй гнучкості» [1, с. 2.], доповнимо, що організаційно-технологічною базою функціонування ринку електронної комерції виступає web-сайт (сукупність технічних засобів, програмних продуктів і методів, тобто інформаційна система для реалізації в автоматизованому режимі технологічних процесів певної комерційної операції).

Узагальнюючи теоретичні аспекти і враховуючи сучасні світові та вітчизняні тенденції розвитку ринку електронної комерції, можна зазначити, що:

1) більшість комерційних операцій, що здійснюються на ринку е-комерції забезпечується з допомогою мережі Інтернет;

2) базою функціонування ринку електронної є web-сайт;

3) основу ринку складають операції з приводу купівлі-продажу товарів та послуг, додаткові операції забезпечують суб'єкти, які утворюють інфраструктуру;

4) основними суб'єктами на ринку є бізнес-одиниці, споживачі та держава (в окремих джерелах виокремлено фізичних, юридичних осіб та урядові організації). Взаємодія зазначених суб'єктів ринку е-комерції дозволяє виділити сектори ринку, якими визначаються моделі взаємодії учасників ринку (табл. 1). Виділяється дев'ять секторів ринку е-комерції, серед яких найбільша кількість операцій належить до моделей B2B та B2C [2, с. 352].

Переходячи від вищезазначених узагальнень до реалій вітчизняного розвитку ринку, зазначимо, що загалом торговельні операції (з допомогою різних каналів продажу) становлять, згідно з даними Державної служби статистики України, близько 16,4% у структурі ВВП станом на 2014 р. [3].

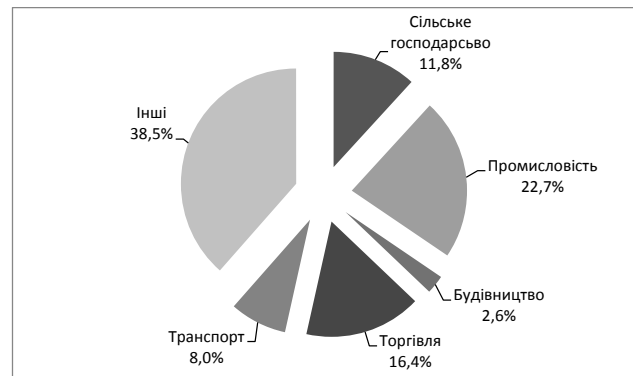


Рис. 1. Структура валової доданої вартості за 2014 рік (%)

Джерело: розроблено автором на основі [3]

Зростаючий тренд показника валової доданої вартості у сфері оптової та роздрібною торгівлі з 2011 до 2014 р. дозволяє зробити висновок щодо подальшого росту та розвитку галузі оптової та роздрібною торгівлі (рис. 2).

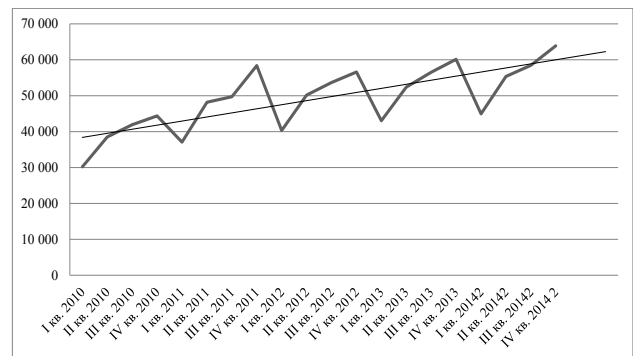


Рис. 2. Валова додана вартість у сфері оптової та роздрібною торгівлі у фактичних цінах

Джерело: розроблено автором на основі [3]

Рейтинг найбільш прибуткових галузей (рис. 3), складений Forbes [4], вказує на те, що роздрібною торгівля, незважаючи на економічний спад, залишається напрямом діяльності з високим рівнем доходу, проте дані Державної служби статистики України вказують на зниження оборот роздрібною торгівлі на 21,1% у січні-лютому 2015 р. [3].

Таблиця 2
Галузі з найбільшим доходом в Україні
(за результатами першого півріччя 2014 р.)

Галузь	Дохід, млрд. грн	Частка загального доходу галузей рейтингу
Металургія	168,1	26,6%
Роздрібна торгівля (ритейл)	90,4	14,3%
Нафтогазова галузь	67,2	10,6%
АПК	65,8	10,4%
Енергетика	61,1	9,7%
Харчова промисловість	37,3	5,9%
Дистрибуція	34,1	5,4%
Хімічна промисловість	25,3	4%
Телекомунікаційна сфера	17,0	2,7%
Машинобудування	15,9	2,5%
Фармацевтична галузь	12,4	2%
Виробництво алкоголю	11,6	1,8%

Джерело: розроблено автором на основі [4]

Сфера роздрібної торгівлі залишається однією з найпривабливіших, проте, на нашу думку, за умов економічного спаду в країні бізнес-суб'єктам варто зосередити увагу на інноваційних методах ведення бізнесу з урахуванням розвитку сучасних інформаційно-комунікаційних технологій та розширювати сферу діяльності, створюючи представництва в інтернет-просторі.

За даними Morgan Stanley Research (рис. 3), ринок електронної торгівлі в Україні розвивається надзвичайно динамічно (від 0,4 млрд дол. у 2011 р. до 2,37 млрд дол. у 2013 р. [5]), що приблизно співпадає з оцінкою Української асоціації директ-маркетингу (близько 2 млрд дол. у 2013 р., включаючи торгівлю квитками). Частка онлайн-торгівлі склала 2% від загального обсягу ритейлу у 2013 р. [6]. Зазначимо, що у країнах Західної Європи цей показник досягає 13%, а отже, ринок е-комерції в Україні знаходиться на етапі розвитку.

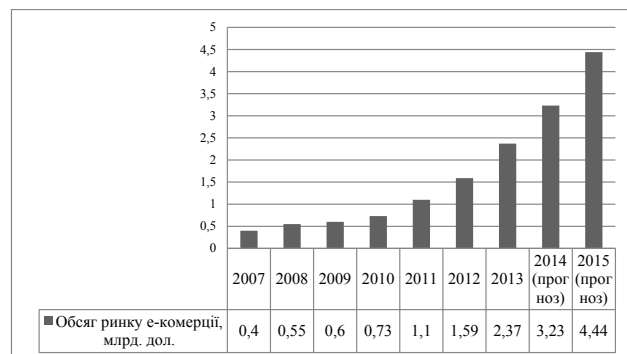


Рис. 3. Динаміка ринку електронної торгівлі в Україні

Джерело: розроблено автором за даними [5]

Згідно з дослідженнями Української асоціації директ-маркетингу [6], у регіональному розрізі найвищого рівня розвитку ринку електронної комерції України досягли західний та східний регіони (рис. 4). Дослідження проводилося на основі оцінювання чисельності інтернет-аудиторії за регіонами, при цьому Київ та область виділяються в окремий регіон, що акумулює 17% від загального обсягу інтернет-користувачів.

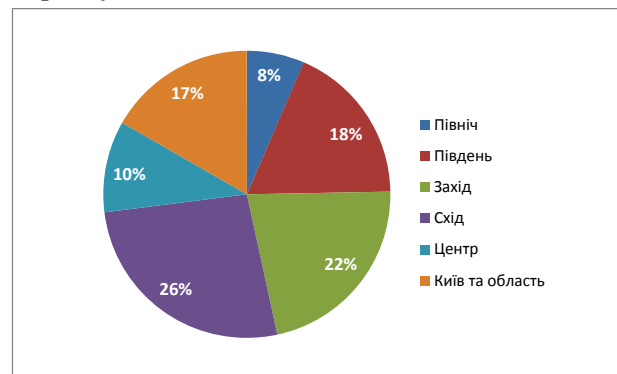


Рис. 4. Регіональна структура інтернет-аудиторії України

Джерело: розроблено автором на основі [6]

Найбільша кількість інтернет-магазинів зосереджена у великих містах (Київ, Харків, Дніпропетровськ та ін.) (рис. 5). Погоджуючись з думкою експертів Української асоціації директ-маркетингу, що основну частку приросту ринку електронної комерції найближчим часом складатимуть користувачі регіонів, варто відмітити, що така тенденція обумовлюється розвитком інфраструктури ринку (логістичної, фінансової і т.д), що й забезпечує можливості створення інтернет-магазинів у невеликих населених пунктах.

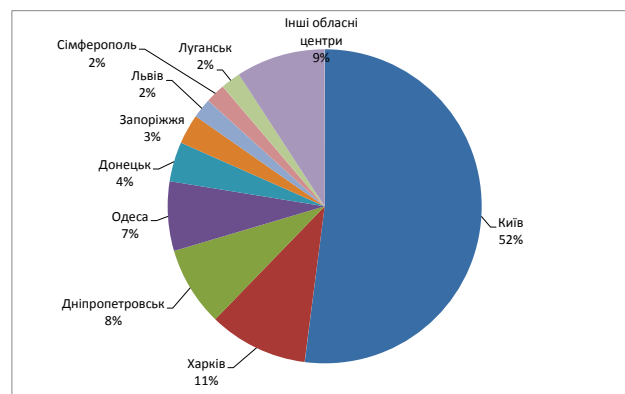


Рис. 5. Кількість інтернет-магазинів (у % від загальної кількості) у 2013 р.

Джерело: розроблено автором на основі [6]

За даними аналітичних звітів Prom.ua [7], найбільша кількість компаній малого та середнього бізнесу, що займаються продажем в мережі Інтернет, зосереджена у Харківській та Дніпропетровській областях, а також у Києві (рис. 6).

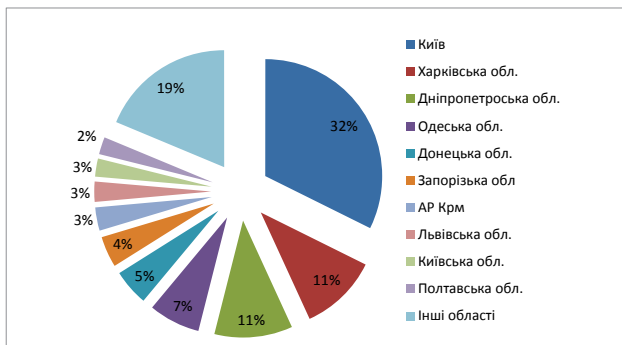


Рис. 6. Кількість підприємств електронної торгівлі (малий та середній бізнес) за регіонами України¹

Джерело: розроблено автором на основі [6]

Таблиця 3
Сегментування ринку електронної комерції [6]

Назва сегмента	Об'єм ринку (дол.)	Частка загального обсягу ринку електронної комерції (%)
Електроніка і побутова техніка	1 млрд	50
Квитки (авіа) ²	262 млн	13
Fashion (одяг і взуття)	150 млн	7,5
Косметика і парфюмерія	25 млн	1,3
Квитки на культурні заходи	17,5 млн	0,9
Залізничні квитки	13 млн	0,7
Книги	10 млн	0,5
Товари для дітей	10 млн	0,5
Інші товари та послуги ³	512 млн	25,6

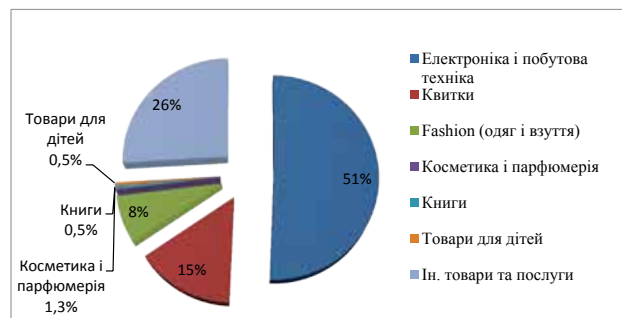


Рис. 7. Частка загального обсягу ринку електронної комерції (%)

Джерело: розроблено автором на основі [6]

¹ При розрахунку враховувались лише ті компанії, що почали функціонувати більше року тому, активно оновлюють свій асортимент та обробили щонайменше одне замовлення за період з 12.09.2013 до 12.09.2014 р.

² Вказана загальна сума, яка проходить через БСП України. Далі доходи розподіляються між вітчизняними та закордонними авіакомпаніями.

³ Маються на увазі поки менш розвинені в Інтернеті категорії товарів (товари для дому (меблі), їжа, ювелірні прикраси, товари для спорту). Також тут представлений сегмент «квитки (резервування житла)», оскільки порахувати його досить складно, бо велика кількість угод здійснюється у форматі C2C.

⁴ Враховуються лише онлайн-продажі, оскільки деякі з перерахованих компаній мають офлайн-представництва.

Досліджуючи ринок е-комерції за категоріями товарів, виокремлюємо такі сегменти (табл. 3).

На думку автора, категорії: «авіаквитки», «залізничні квитки» та «квитки на культурні заходи» доцільно об'єднати в одну групу: квитки (рис. 7).

Найбільш значним за показником обороту в грошовому вираженні є сегмент електроніки та побутової техніки (близько 1 млрд дол.), лідерами⁴ якого станом на кінець 2013 р. є Rozetka, Allo, Fotos, Mobilluck, Фокстрот, Fotomag, Deshevshe, Comfy, Citrus, Ельдорадо, Sokol, Фоксмарт (рис. 8).

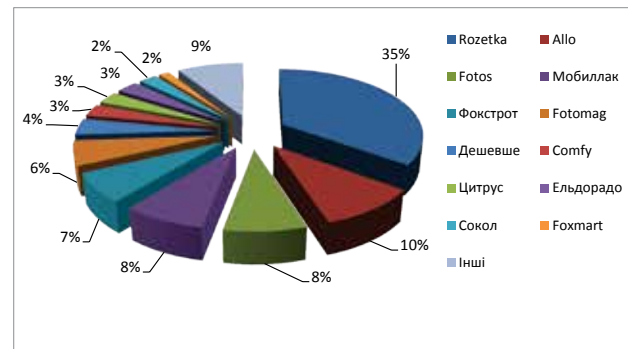


Рис. 8. Лідери сегмента «електроніка та побутова техніка» за обсягом продажів

Джерело: розроблено автором на основі [6]

Прогнозується подальше зростання ринку електроніки та побутової техніки, проте брак коштів зумовить підвищення попиту у підсегменті б/в техніки та електроніки, внаслідок чого зростатиме обсяг продажів через торгові майданчики у форматі C2C, наприклад Slando (OLX).

Сегмент «fashion» (одяг та взуття) акумулює онлайн-продажі обсягом близько 150 млн дол. та представлений в Україні такими найбільшими е-магазинами, як Bon Prix, ModnaKasta, LeBoutique, Shopart.ua, Stylepit.ua, HelenMarlen, WITT, Fame (рис. 9).

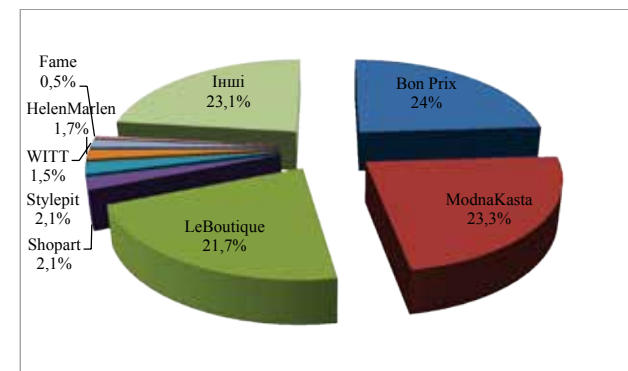


Рис. 9. Лідери сегмента «fashion» за обсягом продажів

Джерело: розроблено автором на основі [6]

За оцінками експертів Української асоціації директ-маркетингу [6], прогнозується ріст сегмента «одяг та взуття» на ринку е-комерції України, що обумовлено такими чинниками:

економія часу при виборі товару і можливість здійснення покупки не виходячи з дому, зручна система доставки, низькі ціни та ін.

Інформація про решту товарних сегментів представлена у таблиці 4.

Таблиця 4
Обсяг продажів та лідери за товарними сегментами (за результатами 2013 р.)

Товарний сегмент	Обсяг продажів у сегменті у 2013 р.	Лідери сегмента
Косметика та парфумерія	25 млн дол.	MakeUp, Yves Rocher.
Товари для дітей	10 млн дол.	Rozetka, Pampik, Panama
Книги	10 млн дол.	Клуб семейного досуга, Yakaboo.
Квитки, поміж яких:	292	н дол.
квитки на транспорт	275 млн дол.	Укрзалізниця, Tickets.ua, Senturia ⁵
Інші сегменти, поміж яких:	512 млн дол.	
– резервування житла	Оцінити обсяг цього сегмента досить важко, оскільки угоди, укладені за схемою C2C, неможливо відслідкувати	Booking.com, Hotels24, Bookit
– товари для спорту	н/д	Terrasport, Rozetka
– ювелірні вироби	н/д	Gold.ua
– будматеріали	н/д	Novalinia

Джерело: розроблено автором на основі [6]

Як уже зазначалось, за умов економічного спаду підвищується попит на товари, представлені на торгових майданчиках у форматі B2C та C2C (дошки оголошень). Лідерами цього сегмента є Slando.ua (OLX.ua) та Prom.ua (відповідно 8 млн та 7,7 млн оголошень за результатами 2013 р.).

Виходячи з аналізу сучасного стану розвитку ринку та визначивши основні аспекти розвитку світового ринку е-комерції, визначено перспективні напрями розвитку ринку в Україні:

- створення мобільних сайтів та додатків для покупок за допомогою мобільного пристрою;
- розвиток мультимедіального маркетингу, що передбачає поєднання декількох каналів продажу;
- активний розвиток торгових майданчиків;
- розвиток систем персоналізації як основного виду комунікації зі споживачем за допомогою технологій «big data»;
- спрощення інтерфейсу web-сайтів;
- розвиток логістичної інфраструктури ринку;
- розвиток шоурумів.

Вказані тенденції у поєднанні з налагодженням системи державного регулювання, залученням внутрішніх та іноземних інвестицій є базисом для подальшого розвитку ринку е-комерції.

Висновки. Ринок електронної комерції в Україні характеризується високим рівнем інноваційності. На нашу думку, ринок е-комерції – це система економічних відносин з приводу купівлі-продажу товарів та послуг, що здійснюються з допомогою інформаційно-комунікаційних технологій у віртуальному просторі та забезпечуються відповідною інфраструктурою.

Загалом торгові операції (з допомогою різних каналів продажу) становлять, згідно з даними Державної служби статистики України, близько 16,4% у структурі ВВП станом на 2014 р. Частка онлайн-торгівлі складає 2% від загального обсягу ритейлу (станом на 2013 р.).

Згідно з результатами аналізу статистичної інформації, торговельні операції становлять значну частку у структурі ВВП, а онлайн-торгівля є одним з найбільш перспективних напрямів господарської діяльності.

За результатами регіонального аналізу ринку, найвищого рівня розвитку ринок е-комерції набув у великих містах (Київ, Харків, Дніпропетровськ та ін.).

Дослідження категоріальної структури ринку дозволило виділити такі сегменти: «електроніка і побутова техніка», «квитки», «fashion» (одяг і взуття), «косметика і парфумерія», «книги», «товари для дітей», «інші товари та послуги», серед яких найбільш значимим за показником обсягу продажів є сегмент електроніки та побутової техніки.

Перспективні напрями розвитку ринку е-комерції базуються на сучасних тенденціях глобального розвитку ринку: використання мобільних технологій, технологій персоналізації, розвиток мультимедіального маркетингу, логістичної інфраструктури тощо.

Подальші дослідження будуть спрямовані на детальне вивчення інфраструктури ринку, а також інструментів державного регулювання електронної комерції в Україні.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Козье Д. Электронная коммерция / Д. Козье ; пер. с англ. – М. : Издательско-торговый дом «Русская редакция», 1999.
2. Краморенко Н.Р. Сучасні детермінанти електронної комерції в сегменті B2B / Н.Р. Краморенко // Формування ринкової економіки. – 2010. – № 23.
3. Державної служби статистики України [Електронний ресурс] // Офіційний сайт. – Режим доступу : www.ukrstat.gov.ua.
4. Рейтинг Forbes «200 крупнейших компаний» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : forbes.ua/ratings/2.
5. Morgan Stanley Research. [online] Available at: morganstanley.com.
6. Исследование рынка e-commerce Украины 2013–2014 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : uadm.com.ua/ecommerce2014.
7. Prom.ua [Електронний ресурс] // Офіційний сайт. – Режим доступу : prom.ua.

⁵ У 2014 р. перестала працювати.