

АНАЛІЗ РИНКУ ОНЛАЙН-ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ

Важливим напрямом розвитку економіки в розвинених країнах є електронна комерція. З кожним роком все більше товарів і послуг перерозподіляється на ринку завдяки електронній торгівлі. Подібна тенденція спостерігається і в Україні, де розвиваються всі сегменти електронної комерції: корпоративні електронні торговельні площадки, роздрібні Інтернет-магазини, платіжні системи. Електронна комерція – це важлива складова такого перетворення. Чим більш розвинена економіка країни – тим більше стає об'єм ринку онлайн-торгівлі.

Г. М. Хубаєв вважає, що «електронна комерція» – така форма постачання продукції, при якій вибір і замовлення товарів здійснюється через комп'ютерні мережі, а розрахунки між покупцем і постачальником здійснюються з використанням електронних документів і/або засобів платежу.^[1]

Д. Козьє, в свою чергу, відзначає, що «електронна комерція» включає в себе не лише купівлю-продаж товарів та послуг через Інтернет для безпосереднього отримання прибутку. У це поняття, на його думку, також входить підтримка отримання прибутку, створення попиту на товари та послуги, впровадження післяпродажного обслуговування клієнтів полегшення взаємодії між діловими партнерами.^[2]

Поняття електронної торгівлі останнім часом значно розширилося і включає торгівлю принципово новими видами товарів, наприклад інформацією в електронному вигляді. Велика увага приділяється електронній торгівлі, орієнтованій на масового споживача. Електронна торгівля володіє великим потенціалом для радикальної зміни великої кількості економічної і соціальної діяльності і перш за все для розвитку малого і середнього підприємництва. Сфера електронної торгівлі включає: ділові операції, пов'язані з купівлею-продажем товарів; формування попиту на товари і послуги; пропозицію післяпродажної підтримки і обслуговування клієнтів; полегшення взаємодії між діловими партнерами.

Основні засади діяльності у сфері електронної комерції отримали законодавче закріплення в Україні протягом 2004–2006 рр. У 2007 році парламентом прийнято Закон України «Про основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007–2015 роки» від 09.01.2007 р. № 537-V з метою реалізації завдань щодо розвитку інформаційного суспільства в Україні^[3]. Цей документ декларує державну підтримку нових «електронних» форм суспільних відносин, вдосконалення законодавства з регулювання інформаційних відносин.

Електронна комерція – високоефективна форма товарно-грошових відносин, адже котрий рік підряд показує стабільне зростання, з 2010 р. по 2017 р. товарно-грошовий оборот збільшився у 6,5 разів. У 2018 році в порівнянні з минулим роком ринок електронної комерції в Україні виріс на третину. У цьому ж році українці купили онлайн товари і послуги на 65 млрд грн. Виручка від реклами в соціальних мережах, на маркетплейсах і онлайн-ресурсах гравців ринку - 9,5 млрд грн. 2,6 млрд заробили поштові оператори на доставці товарів, куплених в інтернет-магазинах. Ще 0,8 млрд грн - заробіток на онлайн-оплатах.^[4]

На ринку електронної комерції виділяються чотири сегменти: інтернет-магазини, прайс-агрегатори, торгові майданчики (маркетплейси) і дошки оголошень (класифайди). Маркетплейси, такі як Prom.ua, містять інформацію про наявність та вартість товарів, розміщену продавцями, проводять оплату через сайт і займаються доставкою. Вони відрізняються від прайс-агрегаторів типу Hotline.ua тим, що забезпечують продаж на місці, а не переводять клієнта на сайт інтернет-магазину для покупки. При цьому власники обох типів майданчиків стягують комісію з продавців за розміщення продукту. А класифайди - це платформи, на яких люди самі, часто безкоштовно, розміщують інформацію про свої товари і послуги в пошуку покупців, майданчик ж заробляє в основному на рекламі або просуванні оголошень в топ.

Попри всю різноманітність сайтів, що пропонують товари і послуги, на цьому ринку в Україні всього кілька великих гравців. Звичайно, частина аудиторії йде на закордонні майданчики - Aliexpress.com, eBay.com, Amazon.com, а також в соцмережі та Youtube. Але в першу чергу українці для покупок користуються онлайн-майданчиками, зареєстрованими в УАнеті. Про це можна судити за даними про відвідуваність відповідних порталів.

У 2017 році загальний обсяг органічного трафіку з України на них досяг 757 млн відвідувань, що на 4,3% більше, ніж у 2016 році. При цьому маркетплейси охоплюють 40%, а дошки оголошень - до 35% відвідувань. До перших, крім Prom.ua, Bigl.ua і деяких інших, відноситься і Rozetka.com.ua, оскільки вже кілька років активно надає місця для сторонніх продавців. Нішу ж класифайди майже повністю окупував OLX. У сегменті прайс-агрегаторів, який в рази менше, домінують Hotline.ua і Price.ua.^[5]

Переважає кількість онлайн-покупок в Україні все ще відбувається з ПК (62%). Майже в два рази менше покупок відбувається зі смартфонів (34%), а на частку планшетів в цьому рейтингу припадає лише 4% транзакцій.^[6]

6% всіх покупок в інтернеті відбувається людьми старше 55 років. Чимало й інших вікових груп: 10% транзакцій припадає на вікову групу 45-54 роки, 15% - на «платоспроможну» молодь 18-24 років, 23% - на групу середніх років (35-44 роки). Найбільше онлайн-шопінгу надають перевагу люди у віці від 25 до 34 років (Рис. 1).^[5]

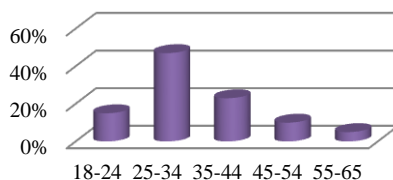


Рис. 1 «Вікові категорії покуців покуців»

Найбільший середній чек припадає на грудень (1873 грн), при тому, що сама по собі купівельна активність в останній місяць року хоч і мала значення вище середньостатистичного, але нижча листопадової. Причиною цього є те, що у грудні люди все ще знаходяться в пошуку подарунків до новорічних та різдвяних свят, але ажіотажу, пов'язаного з розпродажами «Чорної п'ятниці», як в листопаді, вже не спостерігається. Близько 17% всіх річних транзакцій припадає саме на листопад, оскільки популярність акції Black Friday з кожним роком тільки збільшується. Найменший середній чек припадає на червень (1431 грн), тут же спостерігається річний спад споживчої активності.^[6]

За даними Gfk, список найбільш популярних категорій товарів, які українці купують в Інтернеті, виглядає таким чином (Рис. 2)^[7]:

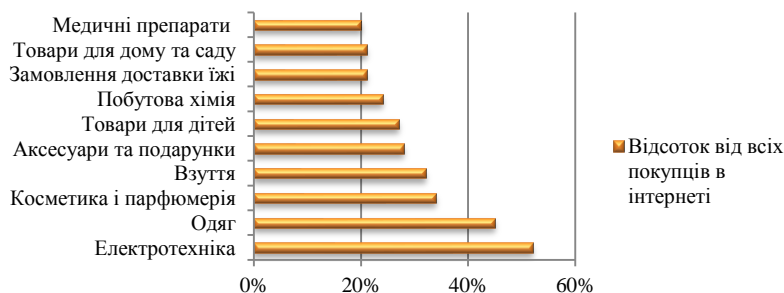


Рис. 2 «Найпопулярніші категорії товарів»

До основних трендів, які будуть присутніми на ринку української електронної комерції та вплинуть на його зростання у 2019 можна віднести наступні:

- подальше проникнення Інтернету призведе до росту кількості активних онлайн покуців;
- зросте кількість покуців, які проживають в невеликих містах та селах;
- розширення зони покриття 4G та збільшення кількості мобільних пристроїв призвело до того, що 47 % користувачів мережі Інтернет, заходять до мережі саме з мобільних пристроїв і ця частка безперервно росте, тому в 2019 році очікується стрімкий зростання саме мобільної комерції;
- активний розвиток очікують маркетплейси;
- збільшиться кількість сервісів по доставці товарів, асортимент і якість послуг, що вони надають.

За останні роки обсяги електронної комерції в Україні показали стабільне зростання як у вартісному, так і фізичному виразі. Все більше підприємств різних галузей економіки використовують електронну комерції в своїй діяльності, застосовують її інструменти в різних напрямках своєї діяльності. Український ринок електронної комерції, ще не може претендувати на перші місця за обсягами у світі, але є одним з лідерів за темпами росту. Крім того він може стимулювати як внутрішню, так і зовнішню торгівлю, що є важливим чинником економічної стабільності в країні.

Список літератури:

1. Хубаев, Г. Н. Маркетинг информационных продуктов и услуг / Г. Н. Хубаев. – Ростов-на-Дону: РГЭУ «РИНХ», 2005. – 224 с.
2. Козье, Д. Электронная коммерция [Текст] / Д. Козье. – М.: Издательско-торговый дом «Русская редакция», 1999. – 288 с.
3. Про основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007–2015 роки: Закон України від 09.01.2007 р. № 537-V [Текст]. – Відомості Верховної Ради України. – 2007. – № 12 – С. 511. URL: <https://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/537-16>.
4. Підсумки і плани: e-commerce України 2018/2019. URL: <https://evo.business>.
5. Огляд escommerce-ринку України в 2017 році. URL: <https://promodo.ua>.
6. Яким був онлайн-шопінг в Україні в 2018 році. URL: <https://www.picodi.com/ua/>.
7. Тенденції щодо здійснення покупок онлайн. URL: <https://www.gfk.com/uk-ua/>.