

УДК 339.13.017

JEL Classification: L10, L81

DOI: <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2024-12-03-02>

РОЗВИТОК ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В УКРАЇНІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

DEVELOPMENT OF E-COMMERCE IN UKRAINE IN MODERN CONDITIONS

Крилов Д. В.

Доктор економічних наук, доцент, Заслужений економіст України,
професор кафедри фінансів, банківської справи та страхування,
Запорізький національний університет,
м. Запоріжжя, Україна
ORCID: 0000-0001-8522-5433

Denys Krylov

Doctor of Economic Sciences, Associate Professor,
Professor of the Department of Finance, Banking and Insurance,
Zaporizhzhia National University,
Zaporizhzhia, Ukraine

Сучасні реалії господарського розвитку України, обумовлені воєнними діями та наслідками Covid-19 вимагають пошуку нових шляхів вирішення важливих соціально-економічних проблем та знаходження додаткових імпульсів, необхідних для економічного піднесення країни. Вважають, що одним з них може стати популяризація електронної комерції, розвиток якої пов'язаний з поширенням інформаційних технологій та цифровізації. Такі зміни стали загальносвітовою тенденцією. Позитивним є той факт, що Україна не стоїть осторонь від таких трендів. Тому вважаємо актуальним питанням аналіз особливостей розвитку електронної комерції. Метою дослідження стало поглиблення теоретико-методологічних основ електронної комерції, що дозволить з'ясувати особливості її сучасного розвитку. У ході дослідження використано низку методів, серед яких контент-аналіз, метод систематизації та класифікації, аналіз і синтез, статистичний та графічний метод, за допомогою яких з'ясовано переваги поширення електронної комерції та виділено можливості подальшого зростання з огляду на складні умови. Особливу увагу приділено трактуванню поняття «електронна комерція» й виділенню основних підходів до його розуміння. З'ясовано, що зародження та подальший розвиток електронної комерції стали можливими завдяки докорінним змінам суспільного життя й масовому проникненню нових технологій у всі сфери життєдіяльності людини. Крім того, потужним стимулом для збільшення масштабів ринку електронної комерції є зростання кількості потенційних покупців, що отримують ряд переваг у порівнянні з офлайн покупками. В цілому розвиток електронної комерції в Україні демонстрував стабільні та динамічні темпи зростання. Але, 2022 рік став справжнім викликом для ринку електронної комерції та національної економіки, розгортання активних воєнних дій привели до стрімкого спаду, зокрема обсяги доходів від електронної комерції зменшилися майже на 90%. Проте, наразі можна спостерігати поступове відновлення українського ринку електронної комерції, що свідчить про його потенціал та необхідність урегулювання питань щодо державної підтримки.

Ключові слова: електронна комерція; інновація; інформаційно-комунікаційні технології; національна економіка; цифровізація.

The modern realities of Ukraine's economic development, caused by military actions and the consequences of Covid-19, require finding new ways to solve important socio-economic problems and finding additional impulses necessary for the economic rise of the country. They believe that one of them can be the active spread of electronic commerce, the development of which is connected with the spread of information technologies and digitalization. Such changes have become a global trend. The fact that Ukraine does not stand aside from such trends is positive. Therefore, we consider the analysis of the features of the development of e-commerce to be an urgent issue. The purpose of the study was to deepen the theoretical and methodological foundations of electronic commerce, which will allow to clarify the peculiarities of its modern development. The research used a number of methods, including content analysis, method of systematization and classification, analysis and synthesis, statistical and graphical method, with the help of which the advantages of the spread of e-commerce were clarified and opportunities for further growth were highlighted in view of the difficult conditions. Special attention is paid to the interpretation of the concept of "electronic commerce" and the selection of the main approaches to its understanding. It was found that the origin and further development of electronic commerce became possible due to radical changes in social life and the massive penetration of new technologies into all spheres of human life. In

addition, a powerful incentive for increasing the scale of the e-commerce market is the growth of the number of potential buyers, who will receive a number of advantages compared to offline purchases. That is why today the development of e-commerce shows stable and dynamic growth rates, which was also typical for Ukraine before the start of active military operations. 2022 has become a real challenge for the e-commerce market, the volume of which has decreased by almost 90%. However, we can currently observe the gradual recovery of the Ukrainian e-commerce market, which indicates its potential and the need to resolve issues related to its state support.

Key words: *electronic commerce; innovation; information and communication technologies; national economy; digitalization.*

ВСТУП

Сучасний розвиток суспільства пов'язаний зі стрімкими темпами цифровізації та інформатизації, які стали не тільки невід'ємними атрибутами повсякденного життя, але й факторами досягнення піднесення національної економіки провідних країн світу. Об'єктивність таких змін обумовлена глобальними трендами. Наразі до основних компонентів цифрової економіки зараховують інформаційно-комунікаційні технології, електронний бізнес та електронну комерцію, що суттєво змінюють особливості функціонування підприємств та національної економіки. Адже залучення потенціалу нових технологій до підприємницької діяльності, у тому числі виробничого процесу, дозволяє знизити витрати, збільшити прибутковість, підвищувати темпи зростання економіки та найголовніше, з огляду на сьогодні, сприяти вирішенню низки соціально-економічних проблем, викликаних розгортанням масштабних воєнних дій на території України. Крім того, наслідки обмежень, зумовлених Covid-19, зростання цінності часу актуалізують стрімке поширення електронної комерції, що поступово починає відігравати активну роль у розвитку сфери торгівлі та сприяє створенню нових робочих місць. Саме тому, з огляду на важливість електронної комерції, вважаємо наміром проведення наукового дослідження у напрямі з'ясування її особливостей розвитку на вітчизняному просторі, що дозволить виділити пріоритетні напрями її подальшої активізації.

ОГЛЯД ЛІТЕРАТУРИ

Проблема цифрової економіки та електронної комерції як її складової є досить новою для економіки, зародження якої обумовлено активним поширенням ІКТ. Але, незважаючи на її «молодість», вона активно формує коло прихильників. Вітчизняні дослідники активно залучені до цього процесу й приділяють значну увагу питанням електронної комерції, про що свідчать численні наукові публікації та монографічні дослідження. Серед інших ми виділяємо розробки Бурачка І. [2], Дмитрієвої Н. [3], Цибрової А. [9], у яких розкриті окремі теоретичні питання щодо електронної комерції. У працях Березовської Л. [1], Гармідер Л. [6], Орлової А. [6] значну увагу приділено з'ясуванню особливостей розвитку електронної комерції в Україні. Аргументування доцільності державного регулювання електронної комерції як складової

цифрової економіки здійснено Котелевцем Д. [7], Шапошниковим К. [7]. Проте, злободенність електронної комерції, що обумовлена стрімкими темпами розвитку та значенням для функціонування національної економіки на інноваційних засадах, потребує продовження наукового пошуку у даному напрямі.

МЕТА ТА ЗАВДАННЯ

Метою статті є поглиблення теоретико-методологічних основ електронної комерції, що дозволить цілісно з'ясувати особливості її сучасного розвитку. Відповідно основні завдання дослідження полягають у визначенні основних підходів до розуміння сутності поняття «електронна комерція»; окресленні ключових факторів, які привели до стрімкого становлення та подальшого поглиблення електронної комерції; дослідженні сучасних тенденцій розвитку електронної комерції в Україні, що дозволить виділити фактори, які перешкоджають її активному зростанню.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

В ході проведення дослідження було використано низку загальнонаукових та спеціальних методів пізнання, на основі яких досягнуто поставленої мети. Зокрема, було вживано такі методи як: 1) контент-аналіз, на базі якого проаналізовано існуючі визначення електронної комерції та виділено базові підходи до її розуміння; 2) аналіз і синтез для окреслення основних факторів, що спричинили появу та подальше зростання електронної комерції; 3) метод систематизації та класифікації для виділення основних переваг електронної комерції для споживачів; 4) статистичний та графічний методи для обробки та узагальнення статистичних відомостей щодо сучасного стану розвитку ринку електронної комерції в Україні. Інформаційною базою дослідження стали монографічні та періодичні наукові публікації вітчизняних авторів, які присвячені розкриттю сутнісних ознак та сучасного стану вітчизняної електронної комерції.

РЕЗУЛЬТАТИ

Активне використання мережі Інтернет як у повсякденному житті, так і в підприємницькій діяльності привело до стрімкого розвитку електронної комерції, що поступово стає тією складовою світової економіки, яка розвивається найшвидшими темпами. Вважають, що суттєвих змін е-комерція зазнала у період пандемії Covid-19, завдяки якій цифровізація проникла в усі сфери

економічної діяльності різних країн світу. Україна не стала винятком, адже вітчизняне населення й підприємницький простір активно залучаються до цього процесу. Відповідно наочним виявляється стрімке зростання масштабів електронної комерції в межах національної економіки.

Враховуючи, що електронна комерція є досить новим явищем, яке має складну природу, наразі не існує загально визнаного підходу до її розуміння. Аналіз сучасної наукової літератури дозволяє виділити п'ять різних концепцій трактування даного феномену, серед яких: 1) функціональний, за яким електронну комерцію розглядають через розкриття її складових суб'єктів, процесів, технологій та інше; 2) структурний, відповідно до якого електронна комерція є елементом системи вищого порядку, що визначає її особливості та функціональне призначення; 3) інтерактивний, за яким електронну комерцію розглядають не як звичайну економічну діяльність, а як специфічну систему відносин, яка виникає між різними економічними агентами з приводу організації специфічного процесу купівлі/продажу товарів й послуг; 4) статичний, що дозволяє визначити електронну комерцію як інертний суб'єкт, що, з одного боку, існує у віртуальному світі, а, з другого, - є елементом нашої реальності; 5) компонентний, за яким електронна комерція виступає комплексом відповідних методів, операцій, послуг, процесів та дій. Серед існуючих підходів трактування електронної комерції, на нашу думку, найбільш комплексним є наступне: Електронна комерція – це «окремий вид електронного бізнесу, сутність якого полягає у формуванні та розвитку господарських відносин між економічними агентами у процесі продажу, придбання товарів та послуг за допомогою Інтернету, використання цифрових технологій маркетингу для їх збуту, електронних систем для оплати їхньої вартості з метою задоволення попиту на такі товари та послуги і для отримання прибутку» [9, с. 174].

Поступово електронна комерція стає невід'ємним елементом економіки провідних країн світу. Зародження нового виду економічних відносин відбулося завдяки докорінним змінам у суспільному житті й масовому проникненню нових технологій у всі сфери життєдіяльності людини. В результаті систематизації основних факторів, що вплинули на становлення електронної комерції та її подальший стрімкий розвиток, нами були виділені наступні: 1) розвиток ІКТ, зменшення вартості послуг та підвищення доступу до мережі Інтернет, що спричинило активне проникнення інформаційних технологій в усі сфери діяльності; 2) поява різноманітних девайсів (планшетів, смартфонів тощо), за допомогою яких можна здійснювати купівлю/продаж незалежно від міс-

ця розташування й економити час на такі дії; 3) збільшення темпів життя, що обумовлює пошук більш зручних способів замовлення необхідних товарів; 4) зміна філософії покупця, що пов'язана з розвитком системи електронних магазинів, що представляють широкий асортимент товарів за цінами іноді нижчими, ніж у реальних торговельних точках; 5) активне створення світовими ритейлерами та дистриб'юторами власних електронних платформ, що призначені для продажу та просування товарів і продуктів, особливо серед молоді; 6) розвиток логістичних, кур'єрських та карго компаній; 7) розгортання світової пандемії Covid-19 [11, с. 179], що привела до значних обмежень, запровадження локдауна, відповідно підприємці вимушені були шукати нові способи продовження комерційної діяльності; 8) докорінна зміна глобальної системи електронних платежів, що стало можливим внаслідок розвитку ІКТ та їх активному залученню до фінансового ринку.

Такі фактори сприяли тому, що наразі розвиток електронної комерції є найбільш динамічним у світі та має значні потенційні можливості для подальшого зростання. Масштаби електронної комерції постійно збільшуються, а також зростає капіталізація підприємств, що є суб'єктами в даній галузі. Такі здобутки обумовлені перевагами електронної комерції для покупців, серед яких виділяємо: цілодобову доступність інтернет магазинів для споживачів; надання детальної характеристики та вартості товарів й можливість здійснення швидкого їх порівняння; представлення значного асортименту товарів, що є набагато більшим, ніж у фактичних магазинах.

До початку розгортання повномасштабної війни електронна комерція в Україні розвивалася досить потужними темпами. Швидкість її зростання визначали як один з найвищих серед країн Центральної та Східної Європи. У 2020 році частка електронної комерції у ВВП складала 2,6% [8]. Проте, 2022 рік став справжнім викликом для національної економіки України, в результаті чого наочним став спад ділової активності та зниження усіх макроекономічних показників. До розгортання повномасштабної війни вітчизняний ринок електронної комерції характеризувався позитивними темпами зростання. Зокрема, його обсяг з 2017 року по 2021 рік було збільшено у понад 3 рази й він становив більше 3 млрд. дол. США. [11], відповідно частка електронної комерції в роздрібній торгівлі сягала 11%. Можна констатувати, що такі тенденції свідчили про стрімкий процес цифровізації українського суспільства. Але, потрясіння 2022 року стали дестабілізуючими факторами й в результаті за рік ринок електронної комерції «обвалився» майже на 90%.

Дані рис. 1 свідчать про поступове відновлення українського ринку електронної комерції у 2023 році. Визначають, що це стало можливим внаслідок «сплеску попиту на окремі категорії товарів, настану яких найбільше відчували споживачі, та завершення процесу масового переміщення населення, релокації виробництва та складів» [2]. За прогнозними даними така тенденція буде спостерігатися у майбутньому. За

оцінками аналітиків у 2029 році на ринку електронної комерції очікується понад 12 млн. користувачів й збільшення обсягу до 5,5 млрд. дол. США [11]. Вважаємо, що такі позитивні зрушення можуть відбутися внаслідок розвитку технологічних інновацій, каналів комунікації, інфраструктури електронної комерції; поширення цифрової грамотності серед населення, мобільної комерції і маркетплейсів як нової бізнес-моделі тощо.



Рис. 1. Динаміка доходу ринку електронної комерції в Україні

Джерело: [11]

Одним з атрибутів розвитку електронної комерції є поширення маркетплейсів, тобто своєрідних майданчиків, що виступають посередником між покупцем та продавцем. В Україні найбільша частка продажів відбувається на трьох основних платформах: OLX.ua (приблизно 40 % від усіх онлайн-замовлень); Rozetka.com.ua – 32,5 %; Prom.ua -26,5 %.

Отже, електронна комерція є доволі новим видом підприємницької діяльності, що дозволяє спростити процес придбання товарів та послуг, а також забезпечує перехід торгівлі на якісно новий рівень розвитку, що відповідає сучасним тенденціям. Українці не залишаються осторонь світових трендів й найчастіше за допомогою Інтернет-продажів купують побутову техніку, косметику, одяг, електроніку, продукти харчування та товари для дому. Стрімке зростання обсягів електронної комерції є яскравим прикладом активного поширення цифрової економіки та цифровізації. Нові реалії суспільного життя дійсно дозволяють прогнозувати, що через п'ятнадцять років 95% усіх продажів будуть здійснюватися онлайн [5].

ДИСКУСІЯ ТА ВИСНОВКИ

Актуальність дослідження електронної комерції не викликає сумнівів, адже її поширен-

ня є свідченням цифровізації суспільства та його відповідності сучасним трендам. Вважаємо, що назрілим питанням у стимулюванні розвитку електронної комерції в Україні є її підтримка на державному рівні та створення умов, які дозволять поширити е-комерцію в різних сегментах національної економіки. Такі умови можуть стати своєрідним драйвером для активізації не тільки електронної комерції, але й інноваційного розвитку країни, що є запорукою забезпечення зростання національної економіки у довгостроковій перспективі.

Електронна комерція поступово збільшує свої масштаби та коло зацікавлених покупців, тому стає частиною повсякденного життя сучасного українця. Проте потрясіння 2022 року стали справжнім викликом для електронної комерції, яка наразі поступово відновлюється. Вважаємо, що сьогодні потенціал вітчизняного ринку електронної комерції використовується не в повному обсязі, тому доцільно проводити роботу щодо розвитку логістичної інфраструктури, збільшення довіри до онлайн-транзакцій, вдосконалення нормативно-законодавчої бази та інше.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Berezovska, L. & Kyrychenko, A. (2022). Rozvytok elektronnoi komertsii v Ukraini ta YeS [Development of electronic commerce in Ukraine and the EU]. *Ekonomika ta suspilstvo - Economy and society*, 42. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-42-15> [in Ukrainian].
2. Burachek, I.V. (2015). Poniattia ta aktualnist elektronnoi komertsii v suchasnykh ekonomichnykh umovakh [The concept and relevance of electronic commerce in modern economic conditions]. *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu. Ser. : Ekonomichni nauky - Scientific Bulletin of Kherson State University. Ser. : Economic sciences*, 11(2), 62-64. [in Ukrainian].
3. Dmytriieva, N.O. (2019). Kontseptualni zasady rozvytku elektronnoi torhivli v natsionalnii ekonomitsi [Conceptual principles of the development of electronic trade in the national economy]. Extended abstract of Candidate's thesis. Kyiv [in Ukrainian].
4. Dubyna, M., Kholiavko, N., Zhavoronok, A., Safonov, Y., Krylov, D., & Tochylina, Yu. (2022). The ICT Sector in Economic Development of the Countries of Eastern Europe: a Comparative Analysis. *WSEAS Transactions on Business and Economics*, vol. 19, 169-185. DOI: 10.37394/23207.2022.19.18
5. eCommerce – Ukraine. *Statista: website*. Retrieved from <https://www.statista.com/outlook/emo/ecommerce/ukraine?currency=usd#revenue>.
6. Harmider, L.D. & Orlova, A.V. (2015). Osoblyvosti rozvytku vitchyznianoï elektronnoi komertsii [Peculiarities of the development of domestic electronic commerce]. *Yevropeiskyi vektor ekonomichnoho rozvytku - European vector of economic development*, 1(18), 58–65 [in Ukrainian].
7. Shaposhnykov, K.S. & Kotelevets, D.O. (2022). Rol derzhavnoho rehuliuвання u rozvytku tsyfrovoy ekonomiky [The role of state regulation in the development of the digital economy]. *IV Mizhnarodna naukovo-praktychna konferentsiia «Finansovi instrumenty staloho rozvytku ekonomiky» (Chernivtsi, 12 Travnia, 2022) - The IV International Scientific and Practical Conference «Financial instruments of sustainable economic development» (Chernivtsi, May 12th, 2022)*. (pp. 58-61). Chernivtsi : Chernivetskyi nats. un-t. [in Ukrainian].
8. Statystyka elektronnoi komertsii u 2022 r. Tendentsii, fakty, prohnozy [E-commerce statistics in 2022. Trends, facts, forecasts]. *Nexus: vebsait - Nexus: website*. Retrieved from <https://nxdigitalagency.com/blog-ua/statistika-elektronnoi-komercii-u-2022/> [in Ukrainian].
9. Tsybrova, A.V. (2020). Teoretychne obgruntuvannya sutnosti elektronnoi komertsii [Theoretical justification of the essence of electronic commerce]. *Naukovyi visnyk Polissia - Polissya scientific bulletin*, 2(21), 170-177. DOI: [https://doi.org/10.25140/2410-9576-2020-2\(21\)-170-177](https://doi.org/10.25140/2410-9576-2020-2(21)-170-177) [in Ukrainian].
10. Ukraine – Country Commercial Guide. Ukraine – eCommerce. *International Trade Administration: website*. Retrieved from <https://www.trade.gov/country-commercial-guides/ukraine-e-commerce>.
11. Yak zminyvsia rynek eCommerce v Ukraini u 2022 rotsi [How the eCommerce market in Ukraine changed in 2022]. *Elit-Web: vebsait - Elit-Web: website*. Retrieved from <https://elit-web.ua/ua/blog/kak-izmenilsja-rynok-e-commerce-v-ukraine-v-2022-godu> [in Ukrainian].