

УДК 656.82+658.5+331

JEL Classification: F190

Артемов Владислав, Бахчеван Евеліна, Данько Тамара

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В УКРАЇНІ

У статті досліджено сучасний стан і тенденції розвитку електронної комерції в Україні. Визначено взаємозв'язок розвитку і поширення Internet-технологій та онлайн-торгівлі. Проаналізовано стан товарообігу послуг та товарів в сегменті маркетплейсів, що є лідерами в українському Internet-просторі на сучасному етапі. Сформульовано актуальні напрямки розвитку електронної комерції на прикладі найуспішніших за останні роки торгових онлайн-майданчиків. Наведено види аналізу швидкості доставки вантажів та поштових відправлень. Швидкість доставки є одним з основних критеріїв якості послуг поштово-логістичної компанії. Використання засобів комунікації, техніки обробки поштових відправлень, різних транспортних моделей, у тому числі таких, які залежать від тарифів на перевезення та доставку, призводить до різноманітності показників часу виконання замовлень.

Простежено напрямки розвитку та впровадження технології блокчейн в Україні в електронному урядуванні, електронному бізнесі. Дослідженнями теоретичних основ електронної комерції та особливостями розвитку електронної комерції в Україні цікавилися вітчизняні і зарубіжні науковці. Питання впровадження блокчейн-технологій у сферу бізнес-структури, публічного управління широко обговорюються серед політиків, юристів, фахівців галузі інформаційних та

телекомунікаційних технологій, державного управління. Автори проаналізували публікації в розрізі основних понять електронної комерції, блокчейн-технології у сфері бізнес-структури, публічного управління. Сайтам компаній, що займаються електронною торгівлею запропоновано звернути увагу на використання блокчейн-технології. Технологія блокчейн може застосовуватися для вирішення таких завдань, як спільний контроль над системою, надійна синхронізація даних, захист від підміни даних в результаті атак. Найбільше блокчейн підходить для обліку активів і прав власності. Впровадження блокчейн використовує електронні контракти, що призводить до зменшення кількості паперових угод, відсутності посередників, запобігає «відмиванню грошей».

Висвітлено основні проблеми і причини, що сповільнюють розвиток електронної комерції в Україні. Наведено ідеї щодо розвитку і удосконалення вітчизняного ринку електронної комерції.

Ключові слова: електронна комерція, інтернет-маркетинг, швидкість доставки, просування товарів, тенденції розвитку, технологія блокчейн, електронне урядування.

Артемів Владислав, Бахчеван Євеліна, Данько Тамара

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В УКРАИНЕ

В статье исследовано современное состояние и тенденции развития электронной коммерции в Украине. Определена взаимосвязь развития и распространения Internet-технологий и онлайн-торговли. Проанализировано состояние товарооборота услуг и товаров в сегменте маркетплейсов, которые являются лидерами в украинском Internet-пространстве на современном этапе. Сформулированы актуальные направления развития электронной коммерции на примере самых успешных за последние годы торговых онлайн-площадок. Приведены виды анализа скорости доставки грузов и почтовых отправлений. Скорость доставки является одним из основных

критериев качества услуг почтово-логистической компании. Использование средств коммуникации, техники обработки почтовых отправлений, различных транспортных моделей, в том числе таких, которые зависят от тарифов на перевозку и доставку, приводит к разнообразию показателей времени выполнения заказов.

Прослежены направления развития и внедрения технологии блокчейн в Украине в электронном управлении, электронном бизнесе. Исследованиями теоретических основ электронной коммерции и особенностями развития электронной коммерции в Украине интересовались отечественные и зарубежные ученые. Вопрос внедрения блокчейн-технологий в сферу бизнес-структуры, публичного управления широко обсуждаются среди политиков, юристов, специалистов в области информационных и телекоммуникационных технологий, государственного управления. Авторы проанализировали публикации в разрезе основных понятий электронной коммерции, блокчейн-технологии в сфере бизнес-структуры, публичного управления. Сайтам компаний, занимающихся электронной торговлей предложено обратить внимание на использование блокчейн-технологии. Технология блокчейн может применяться для решения таких задач, как общий контроль над системой, надежная синхронизация данных, защита от подмены данных в результате атак. Больше всего блокчейн подходит для учета активов и прав собственности. Внедрение блокчейн использует электронные контракты, приводит к уменьшению количества бумажных сделок, отсутствию посредников, предотвращает «отмывание денег».

Освещены основные проблемы и причины, замедляющие развитие электронной коммерции в Украине. Приведены идеи по развитию и совершенствованию отечественного рынка электронной коммерции.

Ключевые слова: электронная коммерция, интернет-маркетинг, скорость доставки, продвижение товаров, тенденции развития, технология блокчейн, электронное управление.

TRENDS OF ELECTRONIC COMMERCE DEVELOPMENT IN UKRAINE

The article investigates the current state and trends of e-commerce development in Ukraine and the relationship between the development and distribution of Internet-technologies and online trade. In this article it is analyzed the state of the goods and services trade turnover in the segment of marketplaces, which are currently the leaders in the Ukrainian Internet-space. The most effective trends of e-commerce development are formulated on the example of the most successful online trading platforms in recent years. Analysis of the speed of goods delivery and shipping are given. The speed of delivery is one of the main criteria for the quality of the postal logistics company services. The use of communication tools, mail processing techniques, and various transport models, including those that depend on the transportation and delivery tariffs, leads to a variety of indicators of the orders` delivery time.

The development and introduction of blockchain technology in Ukraine in e-government, e-business are outlined. Domestic and foreign scientists were interested in the research of the theoretical foundations of e-commerce and the features of the e-commerce development in Ukraine. The issue of introducing blockchain technologies into the business structure, public administration is widely discussed among politicians, lawyers, information and telecommunication technologies specialists, and public administration. The authors analyzed publications in the context of the basic concepts of e-commerce, blockchain technology in the scope of business structure, public administration. The companies that deal with e-commerce are invited to pay attention to the use of blockchain technology in the websites. The blockchain technology can be used to solve such tasks as general control over the system, reliable data synchronization, protection against data substitution as a result of attacks. The blockchain is most suitable for accounting of assets and property rights. The introduction of the blockchain will lead to the use of electronic contracts, that will decrease the number

of paper transactions, will eliminate the intermediaries, prevent money laundering

The main reasons for the problems hindering the development of e-commerce in Ukraine are highlighted. The idea of developing and improving the e-commerce market in Ukraine is proposed.

Key words: e-commerce, internet marketing, product promotion, delivery speed, development trends, blockchain technology, e-government.

DOI: 10.32680/2409-9260-2018-10(262)-13-35

Постановка проблеми. Електронна комерція (e-commerce) на сучасному етапі стала одним з найперспективніших напрямків бізнесу в Україні. Це зумовлено значним технічним прогресом, поглибленням міжнародного поділу праці, налагодженням спільного виробництва, тенденціями глобалізації економіки світу. Поняття електронної комерції пов'язане насамперед з розвитком Internet-технологій в частині використання мережі Internet для проведення комерційних операцій між підприємствами, підприємствами та споживачами. За даними Інтернет асоціації України на жовтень 2018 року 63% населення України є регулярними користувачами Інтернету. Близько половині сільських жителів забезпечений доступ до Інтернету, а у великих містах Україна вже наблизилась до середньоєвропейських значень. Активно зростає частка українців, що виходять в Інтернет з мобільних пристроїв [1].

Наявність високоякісного Інтернет-сполучення і вільний доступ до нього забезпечили активне входження електронної комерції в роздрібну торгівлю, сферу послуг, фінансового обслуговування, державного управління. Останнім часом низька купівельна спроможність населення, зручність та швидкість комерційних операцій приводить споживачів на торгові Інтернет-майданчики в пошуках більш дешевих закупівель. Ці фактори забезпечують стабільне зростання обсягів електронної комерції в розрізі останніх років.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Дослідженнями теоретичних основ електронної комерції та особливостями розвитку вітчизняної електронної комерції цікавилися вітчизняні науковці Шалева О.І., Князева О.А., Стрій Л.О., Третьякова Л.І., Маловичко С.В., Гармідер Л.Д., Кислюк Л.В., Орлова А.В., Палеха Ю.І., Васильєв Ю.Ю. та ін. Серед закордонних авторів можна навести А. Хартмана, У. Хенсона, В. Холмогорова, Ф. Котлера, Р. Уілсона, Т. Кеглера, М. Ліндстрома. Областю технології блокчейн займається Blockchain Research Institute, зокрема, засновник Інституту Дон Тапскотт (Канада), який є одним з головних блокчейн-експертів та автором бестселера «Революція Блокчейн». Питання впровадження блокчейн-технологій у сферу бізнес-структури, публічного управління широко обговорюються серед політиків, юристів, фахівців галузі інформаційних та телекомунікаційних технологій, державного управління. Серед останніх публікацій за даною тематикою відомі роботи таких науковців і практиків, як: Д. і А. Тапскотт, М. Свон, О. Данильченко, М. Уоллпорт, О. Болдачева та О. Стреленко.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Ринок електронної комерції розвивається дуже стрімко. Тому актуальним є дослідження і опис основних тенденцій розвитку електронної комерції.

Цілі статті. Метою статті є аналіз тенденцій ринку електронної комерції України на сучасному етапі, а також основних трендів, за якими можна очікувати розвиток електронної комерції в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасний світ економіки і бізнесу перетворюється в цифровий.

Використання інформаційних технологій призвело до кардинальних змін традиційних способів ведення бізнесу та виникнення нового виду економічної діяльності – електронного бізнесу. Активний розвиток мережі Інтернет сприяє розвитку мережеских формувань, які суттєво впливають на сферу товарного обігу. Інтернет є не тільки місцем обміну інформацією, а й майданчиком для здійснення операцій купівлі-продажу електронного контенту, матеріальних благ, та розвитку

і впровадження блокчейн-технологій. Електронна комерція – це важлива складова такого перетворення. Вона активно залучає в країну сучасні технології та позитивно впливає на інші галузі.

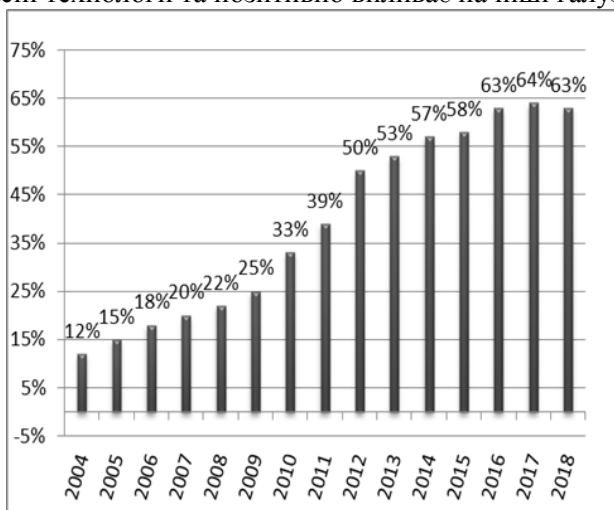


Рис. 1. Динаміка проникнення Інтернету в Україні: щорічне вимірювання

Результати щорічних досліджень Інтернет асоціації України Дослідницького холдингу Factum Group Ukraine на жовтень 2018 року відображають динаміку проникнення Інтернету в Україні (рис.1). «Регулярні користувачі» заявляють, що використовують інтернет 1 раз на місяць і частіше [2], При цьому з аналізу наведеної статистики випливає (рис.2), що поширення мобільних пристроїв – планшетів і смартфонів, серед населення України і покриття мобільними операторами практично всієї території України, призвело до того, що як по всій Україні, так і серед регулярних користувачів інтернету збільшився відсоток з низьким доходом (1, 2) при значному скороченні користувачів з середнім доходом (3, 4) та незначним скороченням користувачів з доходом вище середнього (5, 6).

Чим більше розвинена економіка країни – тим більше стає обсяг ринку онлайн-торгівлі. Це простежується на прикладі країн Заходу, а в останні роки справедливо і для України. За

даними сайту «Електронна комерція» в світовому масштабі ніша e-commerce за підсумками 2017 року показала вражаюче зростання +16%, при цьому досягнувши обсягу 1,5 трильйонів доларів. А ринок України в контексті зростання і перспектив є одним з найбільш привабливих. Але, на відміну від багатьох європейських країн, Уанету (визначають як частину Всесвітньої павутини, що належить до національного українського домену.ua) до рівня насичення ще дуже далеко [2].

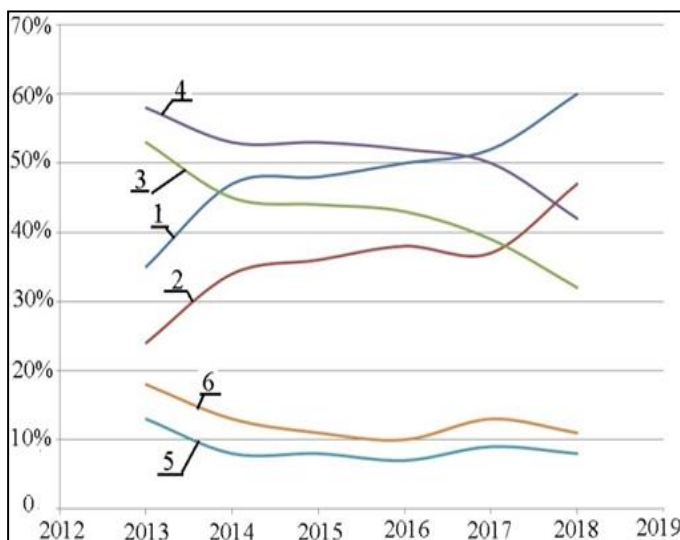


Рис. 2. Динаміка зміни суб'єктивного рівня доходу (%) всього населення України (1, 3, 5) і регулярних інтернет-користувачів (2, 4, 6); 1, 2 - дохід нижче середнього, 3, 4 - середній дохід, 5, 6 - дохід вище середнього

Згідно з дослідженням електронного ринку 2017 року аналітики GfK (Gesellschaft für Konsumforschung) виділили ТОП-5 категорій товарів, які найчастіше купують на просторах Інтернету в Україні (рис. 3):

За даними сайту AG Marketing приблизний товарообіг послуг та товарів на ринку e-commerce на сьогодні складає близько 50 мільярдів гривень [3]. Під час 2018 року

прогнозується його зростання до 65 мільярдів. Сегмент електронної комерції поки що займає не більше 4% від загального ринку роздрівної торгівлі в Україні.

Сегмент маркетплейсів є найбільш швидкозростаючим напрямком в ніші онлайн-торгівлі, значно випереджаючи класичні інтернет-магазини за швидкістю зростання. Одна з причин цього в тому, що малим підприємцям часто важко підтримувати і рекламувати власні сайти, частіш їм вигідніше працювати з майданчиком, який бере на себе частину навантаження. Це знижує поріг входу і необхідні об'єми інвестицій.

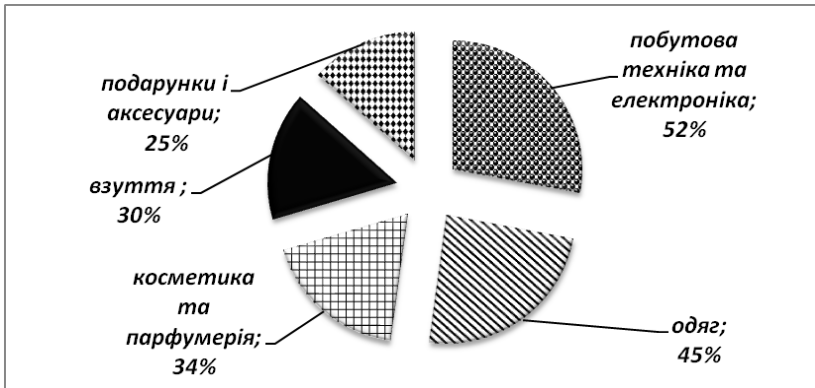


Рис. 3. ТОП-5 категорій товарів, які найчастіше купують на просторах Інтернету в Україні

EVO – один з лідерів ринку електронної комерції України, найбільша українська продуктова ІТ-компанія, сім'я маркетплейсів, де сотні тисяч підприємців продають свої товари та надають послуги мільйонам користувачів за встановленими правилами. Працює 10 років, випереджаючи темпи зростання ринку мінімум в 2 рази. У компанії розробляють і продають готові рішення і щорічно виводять на ринок нові затребувані продукти. Відвідувань на місяць – 132 млн, товарообіг в місяць – \$ 108 млн, співробітників – 910 чол.

Найбільша група майданчиків в сегменті онлайн-торгівлі – це проекти компанії EVO – Prom.ua, Bigl.ua, Crafta.ua,

Shafa.ua. Всі перераховані сайти є маркетплейсами. За попередній рік українці витратили на них 14,2 мільярди гривень, що майже на 70% більше в порівнянні з роком, що передував раніш. 31% українських користувачів Інтернету хоча б один раз робили покупку онлайн.

Через маркетплейси компанії EVO українці частіш за все купували онлайн товари наступних груп: одяг, взуття і аксесуари, техніка та електроніка, товари для дому та саду. До порівняно нових сегментів, на які в Інтернеті зростає попит, відносять товари ручної роботи і вторинний ринок речей. За оцінками одного з лідерів українського рітейлу – LeBoutique – об'єм e-commerce в сегменті fashion складає 200-250 мільйонів доларів США. За попередній рік Нова пошта доставила близько 33 мільйонів посилок з інтернет-магазинів, що на третину більше, ніж за підсумками 2016 року.

Приблизно 45% всіх онлайн-покупців хоча б раз купували через соціальні мережі. Лідирує при цьому Facebook. За даними Comfy.ua, вісім з десяти людей, які купують товар в магазині, перед цим шукають інформацію про нього через пошук Google, читають огляди, відгуки, характеристики і порівнюють ціни. Згідно з статистикою Google, для 85% користувачів досить використовувати декілька пристроїв для здійснення однієї покупки. Продажі впевнено стають мультимедійними. Кількість товарів в асортименті інтернет-гіпермаркету Rozetka в 2017 році досягнула 1,2 мільйона позицій. В трійку найпопулярніших серед українців закордонних інтернет-магазинів входять Amazon, AliExpress і eBay.

В середньому на ринку придбання з мобільних пристроїв вже генерують близько 30% всіх продажів і цей показник продовжує зростати. За даними НБУ, частка безготівкових платежів з використанням банківських карток в Україні зросла до 38,1%. Незручний інтерфейс сайту для використання його на смартфоні стає причиною більшої частини покинутих кошиків під час оформлення замовлення з мобільного. Якість оформлення гарантійних зобов'язань – одна з найбільших проблем ринку. Згідно моніторингу, тільки третина онлайн-

продавців готові видавати покупцю фіскальний чек на техніку з гарантійним талоном. За даними українського процесингового центру, на одну активну банківську карту онлайн-покупця в нашій країні припадає в середньому 5,6 придбань на місяць. За останні 9 місяців 2017 року українці за допомогою банківських карт здійснили в Інтернеті покупки на 215 мільярдів гривень [3].

За підсумками 2017 року, експертами прогнозується зростання онлайн-продажів у глобальному масштабі на 17-18% відсотків. В умовах зростаючого ринку і все більшої конкуренції, що посилюється, необхідно постійно бути в курсі тенденцій галузі, щоб збільшувати продажі і забезпечувати кращі результати роботи інтернет-магазину.

В 2017-2018 роках актуальні наступні тренди в електронній комерції:

- лояльність і персоналізація, мобільна комерція,
- робота зі спільнотою – крауд-маркетинг, формування аудиторії, стимулювання лояльності;
- забезпечення підвищення впізнаваності товару або послуги у цільовій аудиторії, розвиток співтовариства;
- збільшення трафіку потенційних споживачів;
- мультиканальність – компанія повинна системно працювати над використанням всіх доступних каналів залучення покупців. Прикладом роботи над різними каналами залучення покупців є інтернет-магазин Rozetka.ua. Їх YouTube-канал увійшов до Топ 3 сайтів в сегменті e-commerce за обсягом трафіку, отриманого з цього відеохостингу. Також варто звернути увагу на e-mail- розсилки:
- невеликі і нішеві – «мала e-commerce» та інтернет-магазини, які спеціалізуються виключно на окремих нішах, збільшують свою частку на ринку;
- впровадження блокчейн технології.
- поліпшення таких факторів сайту, як поведінкові,
- розведення покупного трафіку з посилань,
- максимально швидке поширення потрібної інформації по максимальній кількості цільових груп,
- система посилань в крауд-маркетингу,

- експансія Китаю – китайська компанія Alibaba Group, яка володіє міжнародним інтернет-магазином Aliexpress.com, в 2017 році зареєструвала своє представництво в Росії. Цілком можливо, що незабаром подібні представництва з'являться в Україні та інших країнах СНД, а прискорення доставки з Китаю стане завершальним штрихом в експансії на місцеві ринки. Таким чином, багато дрібних і середніх інтернет-магазинів онлайн-рітейлу, успіх яких визначався виключно великими націнками на перепродажі продукції з Китаю, зіткнуться з серйозною загрозою [4].

Найбільш важливою складовою електронної комерції є доставка товару споживачу (рис. 4).

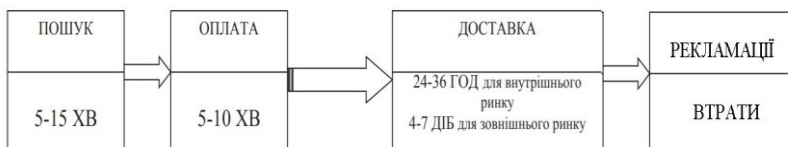


Рис. 4. Точка розриву в ланцюжку «пошук товару – оплата – доставка»

Швидкість доставки є одним з основних критеріїв якості послуг поштово-логістичної компанії. Швидкість доставки – це певний проміжок часу від моменту оформлення замовлення щодо перевезення вантажу/замовлення відправником до моменту отримання цього вантажу/замовлення одержувачем. Використання засобів комунікації, техніки обробки поштових відправлень, різних транспортних моделей, у тому числі таких, які залежать від тарифів на перевезення та доставку, призводить до різноманітності показників часу виконання замовлень. Терміни доставки вантажів у загальному випадку залежать від виду транспорту і визначаються за формулами [5]:

- для залізничного транспорту:

$$T_z = t_{pk} + L/V_z + t_{dod} \quad (1)$$

де t_{pk} – час на початково-кінцеві операції, діб (год.);

L – відстань перевезення, км (миль);
 V_Z – нормативна середня швидкість пробігу вагона, км (миль)/діб;
 t_{dod} – час на додаткові операції на залізничному транспорті, діб;
 - для морського транспорту:

$$T_M = L/V_{ком} ; V_{ком} = L/(L/V_{суд} + 2\alpha D/M + t_{dod}) \quad (2)$$

де $V_{ком}$ – комерційна швидкість судна, миль/діб; $V_{суд}$ – експлуатаційна швидкість суден, що працюють на даній лінії, миль/діб; α – коефіцієнт використання вантажопідйомності; D – вантажопідйомність судна, т; M – середньодобова норма вантажних робіт в порту відправлення і призначення, т/діб; t_{dod} – час на додаткові операції на морському транспорті, діб;
 - для річкового транспорту:

$$T_R = t_0 + L/V_R + t_{dod} \quad (3)$$

де t_0 – час на накопичення, формування і відправлення вантажів, діб; V_R – нормативна середня швидкість річкового судна, км/діб; t_{dod} – час на додаткові операції на річковому транспорті, діб;
 - для автомобільного транспорту:

$$T_A = t_{pk} + L/V_{ek} \quad (4)$$

де V_{ek} – експлуатаційна швидкість, км/год,
 Відмінність у часі виконання замовлення безпосередньо впливає як на потребу в ресурсах, так і на надійність процесу доставки. Тривалий час доставки замовлень і вантажів призводить до зростання показників залишків відправлень і вантажів на регіональних складах поштово-логістичної компанії. У загальній теорії логістики час реалізації замовлення залежить від стану і розвитку каналів розподілу, які є сполучною ланкою між виробниками і споживачами продукції і виконують такі функції, як: реалізація, маркетинг, кредитування,

післяреалізаційне обслуговування тощо. Більшість промислових підприємств частково контролює такий розподіл, а отже, має обмежений вплив на систему фізичного розподілу. Зміна структури і функцій каналів розподілу залежить від реорганізації технології логістики, підвищення якості продукції і послуг, які надає підприємство в системі фізичного розподілу. Прагнення до вдосконалення технології й ефективності логістики призводить до зростання інвестицій в оборотний капітал сфери розподілу, а також зміни структури і локалізації об'єктів логістики [6]. На швидкість доставки найбільш суттєво впливають внутрішні технологічні процедури і процеси поштово-логістичної компанії, проте, разом із тим можливий також вплив і зовнішніх чинників, на які поштово-логістичний оператор може й не мати безпосереднього впливу. Про формажорні обставини в даному контексті не говоримо. Швидкість доставки для міжнародного складника послуг поштово-логістичної компанії включає: 1) «першу милю» – доставка з-за кордону до місця оброблення поштових відправлень в Україні; 2) розмитнення, оброблення та сортування поштових відправлень; 3) «останню милю» – магістральне сполучення та доставка поштових відправлень у межах країни.

Швидкість доставки для внутрішнього складника послуг поштово-логістичної компанії включає:

- виконання «заборів» (за наявності) – 1) адресний забір вантажів зі складів відправників та їх доставка до місця оброблення та сортування; 2) оброблення, стікерування та сортування вантажів; 3) «останню милю» – магістральне сполучення та доставка вантажів у межах країни. Найчастіше використовують два види аналізу швидкості доставки вантажів та поштових відправлень договірних контрагентів поштово-логістичної компанії;

- відсоток вчасно доставлених вантажів та поштових відправлень у підписані з відправником договірні терміни;

- накопичувальний відсоток доставлених вантажів та поштових відправлень у календарних або робочих днях (із можливим розподілом за регіонами).

Формулу загального розрахунку швидкості доставки вантажів та поштових відправлень можна записати наступним чином [5]:

$$Td = M_1 + \sum_{i=1}^m Ob_i + \sum_{j=1}^n Mg_j + \sum_{k=1}^K td_k, \quad (5)$$

де Td – загальний показник швидкості доставки по поштово-логістичній компанії (по відправнику); M_1 – швидкість першої милі; Ob_i – швидкість i -ого етапу обробки вантажів та поштових відправлень; Mg_j – швидкість j -ого магістрального плеча; td_k – показник швидкості доставки у k -му регіоні країни. Ставлення споживачів до швидкості доставки можна описати так, якщо говоримо про сегмент бізнесу B2C (Business-to-consumer): обравши, замовивши й оплативши в Інтернеті потрібний товар протягом 10–20 хвилин, доставку доведеться очікувати 24–36 годин у разі замовлення в межах України та 4–7 діб, якщо йдеться про замовлення з міжнародних магазинів.

Отже, електронна комерція нерозривно пов'язана з якістю послуг поштово-логістичних компаній. Рівень якості послуг поштово-логістичної компанії відповідно до класичних законів попиту і пропозиції залежить від обсягу надання послуги (кількість вантажів та поштових відправлень, які необхідно доставити споживачу послуги) і ціни надання послуги. Важливими факторами є швидкість доставки, кількість втрат відправлень, кількість скарг і відгуків, кількість рекламаций, кількість звернень отримувачів за комунікаційними каналами. Зазначену проблему вирішують впровадженням інноваційних трендів і тенденцій поштової логістики: штучного інтелекту, електротранспорту, системи Real-Time, дронів, автоматизацією і роботизацією складських процесів, впровадженням поштоматів.

Президент Meest Group спрогнозував розвиток логістичного ринку на найближчі декілька років. В рік через поштові служби доставляється 135 млн. відправлень. Цього року зростання ринку поштової логістики очікується на рівні 32% у грошовому еквіваленті, а до 2020 р. середньорічний темп зростання передбачається на рівні 27%. За цим показником

Україна втричі випереджає Європу, де ринок доставки зростає на 7%. На українця припадає три посилки на рік, поляк отримує 10–11 посилок, а німець – 34 [5]. Великим інтернет-магазинам, які ведуть торгівлю на всю країну, варто задуматись над підвищенням швидкості обробки замовлень із регіонів, забезпеченням їх швидкої і безпечної доставки. У США і Західній Європі доставка в день замовлення поступово стає все більш поширеною реальністю і піднімає планку якості обслуговування, якій необхідно відповідати. Їх прерогативою є безпілотники-квадрокоптери Amazon;

Порівняння успіхів торгових майданчиків, які займаються бізнесом на Інтернет-просторі, за минулий 2017 рік з нинішнім роком, показує різкий стрибок розвитку їх бізнесу. Купувати, не виходячи з дому, - це вигідно.

В українську десятку найпопулярніших інтернет-магазинів увійшли «Розетка», «Алло», «Цитрус», «Фокстрот», «Ельдорадо», «MOYO», Make Up, Lamoda, LeBoutique, Mobilluck. До числа досягнень цих інтернет-магазинів можна віднести і збільшення асортименту товарів, зростання відсотка угод, збільшення кількості відвідувачів і покупців. Інтернет-магазин «Розетка» наростив обороти за рахунок потужної стратегії маркетингу: кожний день радіо і телебаченні – присутність веселого зеленого смайлика; різні види реклами майже в усіх телепередачах; статті про даний магазин на інтернет-платформах, що дають інформацію на різні теми; пости про «Розетку» в соціальних мережах [7].

Перші і важливі кроки до успіху слід робити ще на стадії розробки інтернет-магазину – вибір CMS або створення структури сайту, вибір функціоналу сайту, підбір дизайну тощо. Сукупність зазначених моментів впливатиме на сприйняття користувачами нового інтернет-продукту, на зручність пошуку товарів, на процес замовлення і консультування з менеджерами магазину. Наступний крок – просування інтернет-магазину в мережі Інтернет: реклама в соціальних мережах, на різних форумах, на сайтах різної тематики. Третій головний момент – це поєднання різних рекламних трюків плюс постійне спілкування з потенційними клієнтами. Нагадувати про себе

можна і потрібно на просторах Інтернету, по радіо, телебаченню, у друкованих виданнях.

Електронна комерція вже не є новим інструментом для торгівлі, але і вона зазнає змін. Завдяки таким гігантам цифрової комерції, як Amazon, механізми покупок середнього споживача змінилися. Тепер компаніям не обов'язково мати власний веб-сайт, щоб співпрацювати із замовниками. А тому – і скорочувати витрати на підтримку власного сайту та зменшувати швидкість опрацювання кінцевого замовлення. Блокчейн-технологія – очевидний вибір для полегшення електронної комерції. Система на базі блокчейн дозволяє сайтам будь-яких компаній, що займаються електронною торгівлею, значно скоротити обсяги інвентаризації, оскільки транзакції одночасно опрацьовуються та перевіряються. Отже, процеси електронної комерції, стануть істотно прозорішими і простішими. Крім того, це дозволяє вирішити ще одну потенціальну проблему кожної галузі – боротьбу з підробками на ринку електронної комерції. Одиначний контролер-блокчейн перевіряє цінність продукту, оскільки кожний продукт можна простежити до кінцевого виробника.

Blockchain можна описати як публічну базу даних всіх транзакцій, які коли-небудь були зроблені в системі. Вперше термін з'явився як назва розподіленої бази даних, реалізованої в криптовалюти «біткоїн». Дані зберігаються у вигляді ланцюжка блоків (звідси і назва – blockchain) з записами про транзакції. Їх неможливо підробити, так як кожен новий запис здійснює підтвердження вже існуючих ланцюжків. Щоб підробити дані, потрібно змінювати інформацію в усіх інших блоках. При цьому, так як система розподілена, актуальна інформація про записи в системі зберігається у всіх її учасників і автоматично оновлюється при внесенні будь-яких змін. Технологія набрала популярність в контексті криптовалют, але сьогодні вже спокійно існує сама по собі. Потенційно блокчейн може бути корисний у будь-якому середовищі, де немає довіри між учасниками. Наприклад, це міжбанківські перекази, реєстри, e-commerce, логістика, будь-які бази даних – наприклад, з кредитною історією, професійним досвідом, медичною

інформацією. Сфер, де вже застосовується або тестується технологія, багато. Це і банківський сектор, енергетика, медицина, держсектор і навіть платформи для мультимедійного контенту, і авіація [8].

Блокчейн-програми активно впроваджують за кордоном, наприклад, кадастровий облік в Грузії, система голосування і обліку персональних даних у сфері охорони здоров'я в Естонії, смарт-контракти для реєстрації прав на землю в Швеції тощо.

13 квітня 2017 року Державне агентство з питань електронного урядування України і світовий лідер розвитку блокчейн американська компанія Bitfury Group підписали меморандум про співпрацю. За словами прем'єр-міністра України В. Гройсмана, документ передбачає залучення передового досвіду американської компанії для розвитку блокчейн в Україні. В партнерстві з Bitfury Group Україна починає розміщувати урядові дані на платформі, що використовує технологію блокчейн. Це не перша ініціатива в Україні, пов'язана з сучасною технологією розподілених реєстрів (рис. 5). Інтерес до блокчейн формується вже впродовж декількох років. Деякі організації, наприклад Земельний кадастр України, вже перейшли на технологію блокчейн. З кінця 2017 року в Україні діє новий криптофонд Vanhealthing Cryptofund of biotech innovations, який розробляє проекти у сфері біотехнології і блокчейн. Його партнерами є декілька організацій, зокрема венчурний фонд USP Capital, компанії Planexta і Sikorsky Challenge. Криптофонд відрізняється від традиційних фондів приватних інвестицій перш за все тим, що збирає кошти через Initial Coin Offering (ICO).

На Всесвітньому економічному форумі (WEF) в січні 2018 року у Давосі (Швейцарія) Україну представляли дві топи: сільське господарство і, вперше на WEF, блокчейн-технологія. Blockchain Research Institute у рамках звіту The Networked Hotbeds of Blockchain визначив лідерів у сфері технологічних трендів. На світовій блокчейн-мапі, презентованій на форумі, були позначені основні країни-лідери за розвитком та впровадженням технології блокчейн – всього 14 країн-лідерів. До рейтингу ввійшли США, Канада, Бразилія,

Австралія, Ізраїль, ОАЕ, Грузія, Естонія, Великобританія, Франція, Німеччина, Швеція, Китай, Україна. Результати дослідження представив засновник Інституту Дон Тапскотт (Канада), один з головних блокчейн-експертів [9].

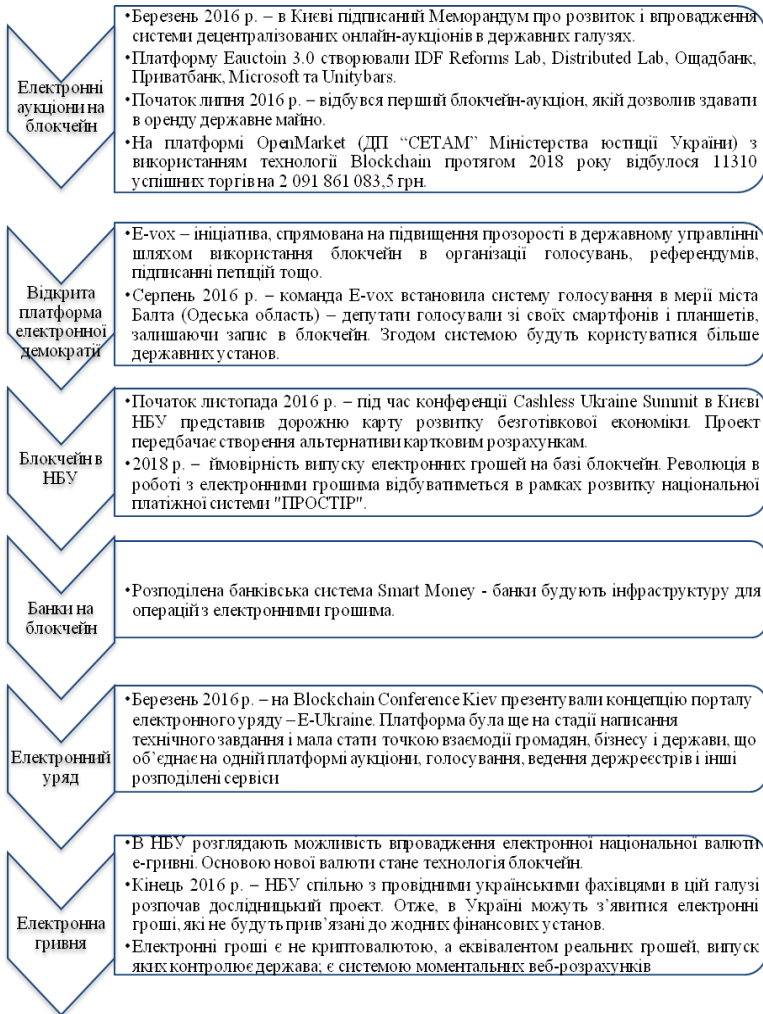


Рис. 5. Технологія блокчейн в Україні

Висновки. Електронна комерція активно впроваджується на вітчизняному ринку. Серед основних тенденцій варто виділити: збільшення кількості Інтернет-магазинів, удосконалення процесів надходження товарів, продукції до покупців (швидкий зворотній зв'язок), підвищення довіри покупців, залучення інвестицій в українські інноваційні стартапи, розвиток комунікації між замовниками і розробниками. Електронній комерції прогнозують десятикратне зростання, і, наприклад, «Нова пошта» готова купувати технології і співпрацювати з компаніями, які можуть запропонувати рішення щодо роботи з великими обсягами [5].

Існує ряд проблем, які сповільнюють розвиток електронної торгівлі як інструменту просування товарів, продукції: впевнена позиція лідерів, які «блокують» вихід на ринок «молодим» Інтернет-магазинам; високі ризики невідповідності товару описам та втрати матеріальних ресурсів, проблеми з постійним доступом до швидкісного Інтернету; ризик «зламання» сайту зловмисниками тощо [10]. Прогнози щодо перспективи просування товарів, продукції за допомогою електронної комерції здебільшого позитивні, але основним завданням залишається пошук методів усунення наявних проблем шляхом переймання міжнародного досвіду, удосконалення процесів комунікації з потенційними покупцями, способів обробки інформації.

Технологія блокчейн може застосовуватися для вирішення таких завдань, як спільний контроль над системою, надійна синхронізація даних, захист від підміни даних в результаті атак. Найбільше блокчейн підходить для обліку активів і прав власності. У платіжних системах технологія дає можливість значно підвищити швидкість, прозорість і безпеку взаєморозрахунків, а, отже, знизити вартість транзакцій. Також дана технологія добре підходить для децентралізованої торгівлі, управління системами поставок, електронних голосувань. У таких випадках дуже ефективно вирішується завдання щодо усунення довірених посередників (отже, і ризиків, пов'язаних з ними) з процесу угод. Застосування технології блокчейн як електронного урядування знижує централізацію, і, відповідно,

корупцію. Час обробки платежів зменшується з декількох днів до кількох секунд завдяки тому, що криптовалотні платежі оброблюються в реальному часі і реєструються в зашифрованому реєстрі. Впровадження блокчейн використовує електронні контракти, що призводить до зменшення кількості паперових угод, відсутності посередників (брокерів, клірингових компаній), запобігає «відмиванню грошей». Вбудований в блокчейн механізм шифрування забезпечує захист ІТ-систем завдяки децентралізації. Транзакції зберігаються у вигляді блоків, що запобігає атакам на окремий сервер. Користувач отримує доступ до даних за допомогою відкритого ключа, що дозволяють відмовитись від паролів [8].

Література

1. Полях В. М., Кривошеєва Н. М., Клочко В. М., Шарাপова О. М., Чуйко Н. В. Електронна комерція: теоретико-правові засади та сучасний стан в Україні. // Scientific Journal «ScienceRise». Серія: Економічні науки. №5(34)2017, с. 11-17.
2. Проникновение интернета в Украине. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://inau.ua/sites/default/files/file/1811/dani_ustanovchyh_doslidzhen_iii_kvartal_2018_0.pdf
3. Fedorychak V. Електронна комерція в Україні 2018: факти, цифри та цікава статистика. 08.05.2018. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://ag.marketing/elektrona-komerciya-v-ukraini-2018/>.
4. Тренди електронної комерції в 2017-2019 роках [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://lemarbet.com/ua/trendss/trendy-elektronnoj-kommertsii-v-2015-2016-godah/>
5. Романич І.Б. Якість послуг поштово-логістичної компанії та інноваційні концепції її діяльності. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки. 2018. Вип. № 29(2). С. 9–14. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_29/2/3.pdf.

6. Моделювання розвитку і розміщення підрозділів поштово-логістичної компанії / І. Б. Романич // Актуальні проблеми економіки. - 2016. - № 11. - С. 453-463. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ape_2016_11_50

7. ТОП 10 лучших интернет магазинов Украины 2018 - 2019 года. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://my-master.net.ua/top-10-luchshikh-internet-magazinov/>.

8. Арянова Т. Как блокчейн меняет международную торговлю: 6 направлений/ 10 сентября 2018/. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://ru.ihodl.com/analytics/2018-09-10/kak-blokchejn-menyaet-mezhdunarodnuyu-torgovlyu-6-napravlenij/>

9. Україна серед країн-лідерів з впровадження технології блокчейн. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://matrix-info.com/2018/01/30/ukrayina-sered-krayin-lideriv-z-vprovadzheniya-tehnologiyi-blokchejn/>

10. Васильев Ю.Ю. Електронна комерція як інструмент просування товарів на ринку побутової техніки. // Міжнародний науковий журнал «Інтернаука» //Економічні науки //№ 1 (23), 2 т., 2017. С 29-34.

1. Polyakh V. M., Kry`vosheyeva N. M., Klochko V. M., Sharapova O. M., Chujko N. V. Elektronna komerciya: teorety`kopravovi zasady` ta suchasny`j stan v Ukrayini. [Electronic commerce: theoretical legal basis and the modern state in Ukraine]. Scientific Journal «ScienceRise». Series: Economic Sciences. Vol. №5(34)2017, pp. 11-17.

2. Proniknovenie interneta v Ukraine. [Internet penetration in Ukraine]. Available at: https://inau.ua/sites/default/files/file/1811/dani_ustanovchyh_doslidzhen_iii_kvartal_2018_0.pdf.

4. Trendy` elektronnoyi komerciyi v 2017-2019 [E-commerce trends in 2015-2016] Available at: <https://lemarbet.com/ua/trendss/trendy-elektronnoj-kommertsii-v-2015-2016-godah/>.

5. Romany`ch I.B. Yakist` poslug poshtovo-logisty`chnoyi kompaniyi ta innovacijni koncepciyi yiyi diyal`nosti. [Quality of

services of the postal-logistics company and innovative concepts of its activity] Scientific Herald of Kherson State University. Series: Economic Sciences 2018. Vol 29(2), pp. 9–14. Available at: http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_29/2/3.pdf.

6. Romany`ch I.B. Modelyuvannya rozvy`tku i rozmishhennya pidrozdiliv poshtovo-logisty`chnoyi kompaniyi.[Modelling the development and location of postal and logistic company's branches]. Actual problems of economics. 2016. Vol. № 11. - pp. 453-463. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ape_2016_11_50

7. TOP 10 luchshy`x y`nternet magazy`nov Ukray`ny 2018 - 2019 goda. [TOP 10 best online stores in Ukraine 2018 - 2019]. Available at: <https://my-master.net.ua/top-10-luchshikh-internet-magazinov/>.

8. Aryanova T. Kak blokchejn menyaet mezhdunarodnuyu trgovlyu: 6 napravleny`j/ 10 sentyabrya 2018/. [How the blockchain changes international trade: 6 directions / September 10, 2018]. Available at: <https://ru.ihodl.com/analytics/2018-09-10/kak-blokchejn-menyaet-mezhdunarodnuyu-torgovlyu-6-napravlenij/>

9. Ukrayina sered krayin-lideriv z vprovadzhennya texnologiyi blokchejn. [Ukraine among the countries-leaders on the introduction of blockchain technology]. Available at: <https://matrix-info.com/2018/01/30/ukrayina-sered-krayin-lideriv-z-vprovadzhennya-tehnologiyi-blokchejn>.

10. Vasy`t`yev Yu.Yu. Elektronna komerciya yak instrument prosuvannya tovariv na ry`nku pobutovoyi texniky`. [E-commerce as a tool for promoting products on the home appliance market.]. International scientific journal "Internet Science". Economic sciences. Vol. 1 (23), 2 t., 2017, pp. 29-34.

30.10.2018