

**Казакова О.В.**

*студентка*

**Чупріна М.О.**

*кандидат економічних наук, доцент*

*Національний технічний університет України*

*«Київський політехнічний інститут ім. Ігоря Сікорського», м. Київ*

## **РОЗВИТОК ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ БІЗНЕСУ**

**Анотація.** *Стаття присвячена висвітленню такого поняття як «електронна комерція» та її різновидів. Проаналізовано новітні тенденції її розвитку та основні проблеми в умовах цифрової трансформації бізнесу. В статті досліджені основні сучасні тренди електронній комерції та особливості ведення підприємницька діяльність в мережі Інтернет. Розглянуто та описано підходи різних вчених до вивчення та визначення цього поняття та проблем, що постають перед економіками держав, а також показано, на прикладі відомого існуючого інтернет-магазину, як він поступово перетворився на потужну платіжну екосистему. Наведено нові важливі тенденції та можливості подальшого розвитку електронної комерції у вітчизняному просторі. Обґрунтовано актуальність та доцільність просування цих трендів та використання Інтернет-платформ в сфері продажів. Визначені основні проблеми, що заважають повністю перейти на онлайн-продажі. На прикладі відомого інтернет-магазину Amazon описана технологія використання Інтернет-платформ в сфері продажів, яка стала основою для перетворення його на потужну платіжну екосистему.*

**Ключові слова:** *електронна комерція, структура ритейлу, інтернет-продажі, сучасні тренди в інтернет-продажах, платіжна екосистема.*

**Казакова Е.В.**  
**Чуприна М.А.**

## **РАЗВИТИЕ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ БИЗНЕСА**

*Аннотация.* Статья посвящена освещению такого понятия как «электронная коммерция» и ее разновидностей. Проанализированы новейшие тенденции ее развития и основные проблемы в условиях цифровой трансформации бизнеса. В статье исследованы основные современные тренды электронной коммерции и особенности ведения предпринимательская деятельность в сети Интернет. Рассмотрены и описаны подходы различных ученых к изучению и определению этого понятия и проблем, стоящих перед экономиками государств, а также показано на примере известного существующего интернет-магазина, как он постепенно превратился в мощную платежную экосистему. Приведены новые важные тенденции и возможности дальнейшего развития электронной коммерции в отечественном пространстве. Обоснована актуальность и целесообразность продвижения этих трендов и использования Интернет-платформ в сфере продаж. Определены основные проблемы, мешающие полностью перейти на онлайн-продажи. На примере известного интернет-магазина Amazon описана технология использования Интернет-платформ в сфере продаж, которая стала основой для перетворения его в мощную платежную экосистему.

**Ключевые слова:** электронная коммерция, структура ритейла, интернет-продажи, современные тренды в интернет-продажах, платежная экосистема.

**Kazakova O.V.**  
**Chuprina M.A.**

## **DEVELOPMENT OF E-COMMERCE IN THE CONTEXT OF DIGITAL BUSINESS TRANSFORMATION**

*Abstract.* The article is devoted to the clarification of such concept as "electronic commerce" and its variants. The newest tendencies of its development and the main

*problems in the conditions of digital transformation of business are analyzed. The article deals with the main modern trends of e-commerce and features of conducting entrepreneurial activity on the Internet. The approaches of different scholars to the study and definition of this concept and problems facing the economies of the states are described and described, as well as shown on the example of a well-known existing online store, as it gradually turned into a powerful payment ecosystem. New important trends and opportunities for further development of e-commerce in the domestic space are presented. The urgency and expediency of promotion of these trends and use of Internet platforms in the sphere of sales is substantiated. Identified the main issues that prevent the full transition to online sales. An example of the famous online store Amazon describes the technology of using Internet platforms in the field of sales, which became the basis for transforming it into a powerful payment ecosystem.*

**Key words:** *e-commerce, retail structure, online sales, modern trends in online sales, payment ecosystem.*

**Постановка проблеми та актуальність дослідження.** Сфера торгівлі товарами та послугами вже давно займає одне з найважливіших місць в економіці країн. Щодня тисячі людей купують тисячі товарів та послуг. Об'єми роздрібною торгівлі в Україні за період з січня до листопад 2017 року зросли на 7,8% і склали 521,816 млрд. грн. [4]. Велику частку в структурі українського і світового ритейлу складає електронна комерція і з кожним днем вона зростає дуже швидкими темпами. Для економіки України електронна комерція виступає дуже важливим інструментом для ведення бізнесу та підприємницької діяльності. Сьогодні ті підприємці, які за деяких причин не можуть перевести частину своєї діяльності у мережу Інтернет, втрачають дуже великий сегмент ринку та частину прибутку фірм та компаній. Таким чином, вони втрачають свою конкурентоздатність порівняно з іншими. Саме тому розвиток електронної комерція так необхідний та актуальний для подальшого розвитку та функціонуванню бізнесу особливо в умовах цифрової економіки. Проте це відносно нова гілка економіки, яка стикається з низкою проблем. У теперішній час у всьому світі спостерігається

ріст оборотів електронної комерції, що викликає неабиякий інтерес до вивчення цього питання та пошук проблем пов'язаний з цією сферою економіки.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Цьому питанню присвячували свої дослідження такі вчені як Шалева О. І. [1], Федішин І. Б. [2], Царьов Р. Ю. [3]. Шалева О. І. [1] розглядає основні проблеми у функціонуванні електронної комерції, що є характерними для України також. Саме Федішин І. Б. [2] у своїй роботі порівнює звичайну комерцію та електронну комерцію, а також акцентує увагу на інших видах комерції дуже тісно пов'язаних з електронною: М-commerce (Mobile commerce), Т-commerce (Televigion commerce), V-commerce (Voice commerce), U-commerce (Universal commerce), D-commerce (Dynamical commerce). Царьов Р. Ю. [3] акцентує уваги на питаннях, завдяки чому взагалі можлива електронна комерція як така, та перспективи використання різних Інтернет-платформ. Віддаючи належне теоретичній та практичній цінності попередніх здобутків, існує потреба у визначенні перспективних напрямів розвитку електронної комерції саме в умовах цифрової трансформації бізнесу.

**Формування цілей статті.** Метою даного дослідження є визначення основних трендів в електронній комерції та основних проблем, що заважають повністю перейти на онлайн-продажі. На прикладі відомого інтернет-магазину Amazon, який перетворився на потужну платіжну екосистему, розглянути основні тенденції розвитку електронної комерції.

**Викладення основного матеріалу.** Е-commerce стала невід'ємною складовою сучасної економіки держави. Все більше споживачів віддають перевагу здійсненню покупок за допомогою мережі Інтернет, а підприємства і організації використовують можливості глобальної мережі для здійснення продажів та загалом підприємницької діяльності. Загальний світовий обсяг продажів в одному тільки споживчому сегменті електронної комерції перевищив позначку в 1 трлн доларів.

Ринок електронної комерції в Європі досяг 312 млрд євро в 2012 р. За прогнозами до кінця 2018 року обсяг продажів в мережі Інтернет і світі досягне 2 трильйонів доларів. В порівнянні з попереднім роком приріст складає 6%.

Майже половина цього обсягу припадає на Китай. Тому саме ця країна посідає перше місце у світі. До 2020 року обсяг онлайн-рітейлу збільшиться в два рази [5].

До електронної комерції, на думку авторів, можна віднести: електронний обмін інформацією (Electronic Data Interchange, EDI), електронний рух капіталу (Electronic Funds Transfer, EFT), електронна торгівля (англ. e-trade), електронні гроші (e-cash), електронний маркетинг (e-marketing), електронний банкінг (e-banking), електронні страхові послуги (e-insurance).

В даний час спостерігається стрімке зростання обсягів онлайн-торгівлі найбільших країн світу. У 2016 році на відомий інтернет-магазин у сфері електронної комерції, Amazon, припало 53% приросту у сфері онлайн-продажів в США [7]. Аналогічні системи є і в інших країнах. Наприклад, WeChat і Alibaba займаються платіжними екосистемами в Китаї, а Яндекс - в СНД. Найбільшим гравцем ринку є все ж таки Amazon. Компанії вже вдалося створити платіжну екосистему, замкнувши на своєму майданчику покупців і продавців.

Amazon створив свою платіжну систему Amazon Pay в 2007 році. Суть цієї системи полягає в тому, що всі покупці Amazon можуть використовувати збережені на ньому дані банківських карт для оплати товарів і послуг, скориставшись кнопкою «Pay with Amazon».

Партнерські компанії вбудовують в свої сайти цю кнопку за допомогою спеціального коду. При цьому послуга не безкоштовна для магазинів: Amazon бере комісію 2,9% від суми транзакції і 33 центи від кожної з покупок вартістю від 10 доларів і вище. Навіть з урахуванням цих умов «Pay with Amazon» складе серйозну конкуренцію найбільшому оператору електронних платежів PayPal і платіжній системі Apple Pay. За допомогою кнопки вже можна оплатити рахунок за телефон, комунальні послуги або придбати підписку на музичний сервіс або будь-який інший сайт.

Amazon почав як книжковий інтернет-магазин в 1995 році і згодом створив платформу для інших інтернет-магазинів різних категорій. Створити магазин можуть підприємці багатьох країн, в тому числі Росії, України, Білорусі. При реєстрації є два типи аккаунтів: професійний і індивідуальний. Останній має ряд

обмежень, наприклад, дозволяє продавати не більше 40 товарів на місяць і не дає доступ до аналітики. Професійний аккаунт платний і коштував на момент підготовки статті \$ 39.99 в місяць [8].

При індивідуальному тарифі Amazon бере собі \$ 0,99 з кожного продажу. Для реєстрації знадобляться діючий телефон, реальну адресу компанії та міжнародна банківська карта для виведення грошей.

В даний час бізнес-аккаунт на Amazon зареєстрували вже понад 300 000 американських компаній. Не останнє місце в цьому процесі зайняла система управління бізнес-аккаунтом, яка спрощує багатьом компаніям ведення справ.

Глобальний ринок електронних платежів показує високі темпи зростання, вже перевищує за \$ 433 млрд і за прогнозами збільшиться ще на 11% до 2020 року.

Тенденція до зростання буде спостерігатися на ринках, що розвиваються, де сегмент малого та середнього бізнесу тільки починає переходити на цифрове виставлення рахунків, віртуальні картки, хмарне ведення фінансів і обліку, прийом платежів користувачів на сайті.

Українці все частіше розплачуються картами в магазинах, в тому числі і в інтернеті. За даними НБУ, Україна показує стабільне зростання ринку, за січень-червень 2017 року частка безготівкових платежів з використанням платіжних карт в Україні зросла до 38,1% (на початок 2017 року - 35,5%) [9].

Наразі розвиток електронної комерції визначається декількома визначальними трендами. Перший тренд – це загальна глобалізація. Наприклад, китайські платформи проникають на ринки інших країн, складаючи конкуренцію місцевим онлайн-ритейлорам.

Другий тренд – використання новітніх технологій: віртуальної реальності, голосового управління, штучного інтелекту та аналізу великих об'ємів даних. Продавці намагаються аналізувати, які запити у покупців, їх поведінку та смаки, а також використовують різні інструменти, щоб показати товар в найвигіднішому світлі.

З цього витікає третій тренд – використання мобільних пристроїв. Разом з проникненням смартфонів у наше життя і доступність інтернету зростає, і частка онлайн-покупок. Мобільний онлайн-шопінг доступний всюди, користувачі не прив'язані до персональних комп'ютерів.

Проте, поряд з перевагами також існує і низка проблем, перш за все, низький рівень безпеки даних. Мережа Інтернет зберігає дуже велику кількість даних, не маючи системи їх захисту. Нерідко зустрічаються комп'ютерні підробки, шахрайство та порушення особистої таємниці споживачів [1]. Іншою проблемою, характерною саме для України, є якість інтернет-комунікацій (швидкі темпи розвитку комунікацій, проте низька швидкість передачі даних та інформації). В деяких випадках в електронному бізнесі не дуже поширена автоматизація управління різними сферами діяльності (виробничою, торговельною, фінансовою). Велике значення має невизначеність у законодавстві, а саме вирішення певних юридичних та фінансових питань. У цьому аспекті важливу роль відіграє захист прав споживачів, права інтелектуальної власності та авторського права, інформації, оподаткування інтернет-угод та митні тарифи.

Для вітчизняної електронної комерції характерні проблеми, що пов'язані з невеликою кількістю користувачів інтернет-магазинів. Також недосконалість законодавчо-нормативної бази, а також мале поширення систем безготівкових розрахунків. Важливою є психологічна складова цього питання – в українських споживачів дуже низький рівень довіри до електронної комерції.

**Висновки.** Безумовно цифрова трансформація бізнесу є необхідною умовою для оптимізації підприємництва та бізнес-процесів. Важливим інструментом у зазначених умовах господарювання виступає електронна комерція та загалом мережа Інтернет. Отже, для ведення бізнесу в цій сфері дуже важливо слідувати таким важливим трендам: загальна глобалізація; використання новітніх технологій; мобільні пристрої.

Для України визначними факторами для подальшого розвитку електронної комерції є готовність людей психологічна та фінансова. Адже дуже важко перелаштувати свідомість людини, що виросла в пострадянському просторі, на

щось більш нове та прогресивне. Проте, у світі онлайн-продажі швидко розвиваються, що не може оминати і Україну. Отже, це дуже перспективна галузь і в подальшому доцільно досліджувати, як привернути більше уваги різних ланок населення до купівлі в Інтернеті та вдосконалювати законодавчу систему для більш ефективного функціонування та ведення конкурентоспроможного діяльності.

### **Література:**

1. Шалева О. І. Електронна комерція / О. І. Шалева. – Київ: Центр учбової літератури, 2011. – 216 с.

2. Фецишин І. Б. Електронний бізнес та електронна комерція / І. Б. Фецишин. – Тернопіль: ТНТУ імені Івана Пулюя, 2016. – 97 с.

3. Царьов Р. Ю. Електронна комерція / Р. Ю. Царьов. – Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2010. – 112 с.

4. Роздрібна торгівля в Україні в 2017 році. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/2368302-derzstat-rozdribna-torgivla-v-ukraini-cogoric-zrosla-na-8-do-725-milardiv.html>

5. Новікова К. В. Інтернет-маркетинг та електронна комерція / К. В. Новікова, А. С. Старатович, Э. А. Медведєва; – П.: 2013. – 78 с.

6. Цікаві факти про Інтернет-торгівлю в 2018 році. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://monopay.com.ua/uk/blog/interesne-fakt-ob-internet-torgovle-v-mire-v-2018-godu>

7. Поза конкуренцією: Amazon покращує свої позиції на ринку e-commerce. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://news.finance.ua/ua/news/-/394447/poza-konkurenciyeyu-amazon-pokrashhuye-svoyi-pozytsiyi-na-rynku-e-commerce>

8. Какой тарифный план Amazon для продавцов выбрать. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://partnertrade.org/amazon-tarif/>



9. Ринок платіжних карток в Україні. [Електронний ресурс] – Режим доступу: [https://bank.gov.ua/control/uk/publish/category?cat\\_id=79219](https://bank.gov.ua/control/uk/publish/category?cat_id=79219)

### References

1. Shaleva O. I. Electronic Commerce / O. I. Shaleva. - Kyiv: Center for Educational Literature, 2011. - 216 p.

2. Fedyshin I. B. E-business and e-commerce / I. B. Fedyshin. - Ternopil: TNTU named after Ivan Puluj, 2016. - 97 p.

3. Tsarev R. Yu. Electronic Commerce / R. Yu. Tsarev. - Odessa: ONAT them. O.S. Popova, 2010. - 112 p.

4. Retail trade in Ukraine in 2017. [Electronic resource] - Access mode: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/2368302-derzstat-rozdribna-torgivla-v-ukraini-cogoric-zrosla-na-8-do-725-milardiv.html>

5. Novikova KV Internet Marketing and E-Commerce / K. V. Novikova, A. S. Staratovich, E. A. Medvedev; - P .: 2013. - 78 p.

6. Interesting facts about Internet commerce in 2018. [Electronic resource] - Access mode: <https://monopay.com.ua/en/blog/interesne-fakt-ob-internet-torgovle-v-mire-v-2018-godu>

7. Out of competition: Amazon improves its position in the e-commerce market. [Electronic resource] - Access mode: <https://news.finance.ua/ru/news/-/394447/poza-konkurentsiyeyu-amazon-pokrashhuye-svoyi-pozytsiyi-na-rynku-e-commerce>

8. What Amazon pricing plan for vendors to choose. [Electronic resource] - Access mode: <http://partnertrade.org/amazon-tarif/>

9. Payment cards market in Ukraine. [Electronic resource] - Access mode: [https://bank.gov.ua/control/uk/publish/category?cat\\_id=79219](https://bank.gov.ua/control/uk/publish/category?cat_id=79219)