

УДК [339.16:004](477)

Д. С. Бутенко,

*к. е. н., доцент, доцент кафедри підприємництва і торгівлі, Харківський
національний економічний університет ім. Семена Кузнеця*

ORCID ID: 0000-0001-7027-7767

Електронна комерція як запорука розвитку підприємництва в Україні

Darya S. Butenko

*Associate Professor, PhD, Associate Professor of the Department of
entrepreneurship and trade*

E-commerce in the context of entrepreneurship development in Ukraine

У статті проаналізовано тенденції розвитку підприємницької діяльності в Україні. Наведено динаміку кількості діючих суб'єктів господарювання, кількості зайнятих та найманих працівників; обсягів реалізованої продукції тощо. Виокремлено резерви для подальшого розвитку підприємництва з урахуванням світових процесів цифровізації. Досліджено сутність поняття «електронна комерція». Розглянуто еволюцію виникнення поняття «електронна комерція». Представлено статистичну інформацію щодо наявного стану електронної комерції в Україні та зроблено порівняння зі світовими тенденціями. Розглянуто види електронної комерції та існуючі точки зору щодо складових елементів електронної комерції. Визначено особливості ринку електронної комерції в Україні. Розглянуто діючі компанії що спеціалізуються у галузі електронної комерції. Визначено фактори впливу на подальший розвиток електронної комерції в Україні. Надано прогнози щодо активізації підприємницької діяльності.

The key issue of today is the search for modern and effective tools to enhance entrepreneurial activity in the face of the constant impact of negative factors and challenges that shape the external environment. The processes of digitalization of the economy have opened new opportunities for entrepreneurs to promote and sale of goods and services, as well as have optimized production processes.

The experience of leading countries shows that the development of entrepreneurial activity strengthens the domestic economy and contributes to the solution of social problems. The development of recommendations for the activation of entrepreneurship is impossible without a study of the current state, therefore, the analysis of trends and features of the development of entrepreneurial activity in Ukraine is an important and urgent task. That is why it is logical to use modern information technologies for doing business. The use of e-commerce is becoming an important element in the development of entrepreneurship in Ukraine. The entrepreneurs can expand their ability to sell goods and services, reach new markets and improve business performance by wide usage of Internet and modern technologies

The purpose of the study is to analyse the current state of entrepreneurial activity in Ukraine and develop recommendations for the use of e-commerce as a modern tool for business development.

To achieve this goal, the following general scientific and specific research methods were used: analysis and synthesis, statistical analysis, comparison method, graphical method, etc.

The article analyses the trends in the development of entrepreneurial activity in Ukraine. The dynamics of the number of operating business entities, the number of employed and hired workers, volumes of products sold are given. Reserves have been allocated for the further development of entrepreneurship, considering the global processes of digitalization. The essence of the concept and evolution of the emergence of the concept of "electronic commerce" is of "electronic commerce" are investigated. Statistical information on the current state of e-commerce in

Ukraine is presented and compared with the global trends. The types of e-commerce and approaches to defining the elements of e-commerce are considered. The features of the e-commerce market in Ukraine are determined. The main advantages are listed, and the problems faced by domestic entrepreneurs when using modern e-commerce tools are identified. Existing companies specializing in the field of e-commerce are considered. The factors of influence on the further development of e-commerce in Ukraine are determined. Forecast on the activation of entrepreneurial activity is given.

Ключові слова: електронна комерція, підприємницька діяльність, динаміка розвитку, електронний бізнес, цифровізація, інформаційні технології.

Keywords: e-commerce, entrepreneurial activity, development dynamics, e-business, digitalization, information technology.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Розвиток та можливість відбудови нашої держави безперечно залежить від стану підприємництва у основних сферах господарської діяльності. Саме підприємці можуть залучати реальні іноземні інвестиції, наповнювати бюджет країни, створювати робочі місця та впливати на рівень ВВП.

Ключовим питання сьогодення стає пошук сучасних та ефективних інструментів активізації підприємницької діяльності в умовах постійного впливу негативних чинників та викликів що формує зовнішнє середовище. Процеси цифровізації економіки відкрили для підприємців нові можливості просування та збуту товарів і послуг, а також оптимізували виробничі процеси. Так, за допомогою розвитку інформаційних технологій вітчизняним суб'єктам господарювання вдалося утримувати свої позиції у конкурентній боротьбі. Адже, у 21 столітті саме електронна комерція набуває небувалих темпів розвитку та замінює традиційні засоби ведення бізнесу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням пошуку сучасних

засобів активізації підприємницької діяльності та використанню електронної комерції, як діючого інструменту розвитку бізнесу приділено багато праць науковців та практиків.

У своїй монографії Л. В. Вербівська [1] наголошує на значенні використання інформаційних технологій для забезпечення розвитку підприємницької діяльності. Авторка приводить результати аналізу кількості згадувань, які є в статтях у базі даних Scopus поняття «Electronic Commerce» – 1992 од.

В свою чергу О. М. Юдін, який у своїй праці стверджує, що «часто ототожнюють поняття електронного бізнесу (e-business) і електронної комерції (e-commerce). «Електронний бізнес» – більш широкий системний термін і включає електронну комерцію як складову». [2]. Такої ж точки зору дотримуються І. В. Ховрак, Т. С. Максимова та Д. В. Сорочан [3; 4] і зазначають, що розуміння електронної комерції тільки як процесу купівлі і продажу продуктів у режимі on-line дуже обмежене.

В роботі І. І. Мазура наголошує на значенні електронної комерції, яка на думку автора, є невід'ємною частиною світової торгівлі. В підтвердження своєї думки, в роботі, наводиться статистичні дані, що 5 млрд. людей у світі здійснюють покупки в Інтернеті. [5]

Також цікавою є історична довідка, яку у своїй статті [6] приводить О. Щербак: «...перші угоди, які мають ознаки e-commerce, були проведені на початку 70-х років минулого століття. Тоді студенти Стенфордського університету та Массачусетського технологічного інституту, використовуючи облікові записи в Arpanet (військовий попередник Інтернету), ще до появи Amazon та eBay, уже займалися комерційною торгівлею».

Олійник О. Б. у своїй праці [7] зазначає: «електронна комерція – це будь-які бізнес-процеси, що здійснюються з допомогою інформаційних технологій і мережі Інтернет.» А до основних складових електронної комерції автор відносить: електронний обмін інформацією, електронний рух

капіталу, електронну торгівлю, електронні гроші, електронний маркетинг, електронний банкінг, електронні страхові послуги та ін. Також в роботі виокремлені основні види електронної комерції до яких автор відносить: електронний обмін інформацією (Electronic Data Interchange); електронний рух капіталу (Electronic Funds Transfer); електронну торгівлю (E-Trade); електронні гроші (E-Cash); електронний маркетинг (E-Marketing); електронний банкінг (англ.-E-Banking).

В свою чергу Виноградова О. В., Євтушенко Н. О. та Крючок І. С. [8] зазначають, що «електронна комерція» – це ефективна форма бізнес-процесу, в якому взаємодія між учасниками реалізується з використанням сучасних інформаційних технологій та комунікаційних засобів відповідно до їхніх потреб». А розглядати її доцільно в залежності від напрямків: «бізнес – бізнес» (Business-to-Business – B2B); «бізнес – споживач» (Business-to-Customer або Business-to-Client – B2C); «споживач – бізнес» (Consumer-to-Business – C2B); «споживач – споживач» (Consumer-to Consumer – C2C); «споживач – адміністрація» (Consumer-to Administration, C2A); «бізнес – адміністрація» (Business-to Administration, B2A).

Отже, розглянуті праці створюють теоретичне підґрунтя для подальшого дослідження електронної комерції та її впливу на розвиток підприємницької діяльності.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Провести аналіз наявного стану підприємницької діяльності в Україні та розробити рекомендації щодо використання електронної комерції, як сучасного інструменту розвитку бізнесу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Досвід провідних країн свідчить, що розвиток підприємницької діяльності зміцнює вітчизняну економіку та сприяє вирішенню соціальних проблем. Розробка рекомендацій щодо активізації підприємництва неможлива без дослідження її наявного стану, тому аналіз тенденцій та особливостей розвитку підприємницької діяльності в Україні є важливим й актуальним завданням сьогодення. Таке

дослідження доцільно проводити з урахуванням динаміки за наступними напрямками:

кількість діючих суб'єктів господарювання;

кількість зайнятих та найманих працівників у суб'єктів господарювання;

обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) суб'єктів господарювання;

витрати на персонал суб'єктів господарювання.

Динаміку кількості діючих суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності наведено в табл. 1

Таблиця 1. Динаміка кількості діючих суб'єктів господарювання у 2014-2021 роках

Показники	Період, рр.							
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Кількість суб'єктів господарювання, од.	1932161	1974439	1865631	1805144	1839672	1941701	1973652	1956320
Темпи росту (відносно до попереднього року), %	-	102	94	97	102	106	102	99

Джерело: сформовано на основі [9]

Так, згідно наведених даних у табл. 1 видно, що кількість суб'єктів господарювання протягом періоду, що було проаналізовано не зазнала значних змін. Проте спостерігались незначні коливання, а саме у 2016 р. кількість діючих суб'єктів господарювання зменшилась на 108808 одиниць, що у відносному виразі становило 6 %, при цьому найбільший приріст відбувся у 2019 р., що становило – 6%. У 2021 р. незважаючи на наслідки пандемії Covid-19 кількість діючих суб'єктів господарювання знизилась лише на 1 %.

Підприємницькі структури створюють робочі місця, що в свою чергу впливає на добробут населення. Динаміку кількості зайнятих працівників у суб'єктів господарювання наведено в табл. 2

Таблиця 2. Динаміка кількості зайнятих та найманих працівників у суб'єктів господарювання у 2014-2021 роках

Показники	Період, рр.							
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Кількість зайнятих працівників у суб'єктів господарювання, тис.ос.	8796,7	8331,9	8244,0	8271,3	8661,4	9145,5	9057	9056
Темпи росту (відносно до попереднього року), %	-	95	99	100	105	106	99	100
Кількість найманих працівників у суб'єктів господарювання, тис.ос.	7100,0	6589,5	6597,6	6706,2	7088,8	7418,8	7379,5	7368,7
Темпи росту (відносно до попереднього року), %		93	100	102	106	105	99	100

Джерело: сформовано на основі [9]

Динаміка кількості зайнятих працівників за період з 2014 по 2021 рр. мала тенденції до збереження стабільності. Зниження спостерігається лише у 2015 р. на 5 %, проте вже у 2017 р. спостерігається поступове зростання та стабілізація загальної кількості зайнятих працівників.

Отже, згідно даних табл. 2 протягом періоду 2014-2021 рр. кількість найманих працівників майже не змінювалась. Проте спостерігались незначні коливання, а саме у період з 2014 – 2015 рр. кількість займаних працівників у суб'єктів господарювання зменшилась на 240,5 тисяч, що у відносному виразі становило -7%, при цьому найбільший приріст відбувся у 2018 р., що становило – 6%.

Динаміку витрат на персонал суб'єктів господарювання наведено в табл. 3

Таблиця 3. Динаміка витрат на персонал суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності у 2014-2021 роках

Показники	Період, рр.							
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Витрати на персонал суб'єктів господарювання, тис. грн.	401460630,6	432096644,3	477294066,3	620357322,4	790694405,6	970688176,6	1061843925,6	1248388972,3
Темпи росту (відносно до попереднього року), %	-	108	110	130	127	123	109	118

Джерело: сформовано на основі [9]

Таким чином, протягом 2014-2021 рр. витрати на персонал суб'єктів господарювання в Україні зазнали суттєвих змін. У період з 2014 – 2021 рр. витрати збільшилися на 276621733 тис. грн., що у відносному виразі становило 311%. Найбільший приріст відбувся у 2017 р., що становило – 30%.

Динаміку обсягу реалізованої продукції (товарів, послуг) суб'єктів господарювання наведено в табл. 4

Таблиця 4. Динаміка обсягу реалізованої продукції (товарів, послуг) суб'єктів господарювання у 2014-2021 роках

Показники	Період, рр.							
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Обсяги реалізованої продукції суб'єктів господарювання, млн.грн.	4459702,2	5716431,0	6877077,3	8467031,9	10148847,1	10725442,9	11285578,8	15240051,1
Темпи росту (відносно до попереднього року), %	-	128	120	123	120	106	105	135

Джерело: сформовано на основі [9]

Так, згідно з наведених даних у табл. 4 видно, що обсяги реалізованої продукції суб'єктів господарювання протягом періоду, що було проаналізовано мали позитивну динаміку. Так, у період з 2014 до 2021 рр.

обсяги реалізованої продукції збільшилися на 10780348,9 млн. грн., що у відносному виразі становило 341,72%. Найбільший приріст відбувся у 2015 р., що становило – 28%. Це можна пояснити двома причинами, по-перше, зростанням економіки та розвитком підприємництва, а по-друге, інфляцією, що сприяла росту цін на продукції у вітчизняній валюті.

Отже, згідно представлених даних, можна зробити висновок, що деякі показники майже не зазнали суттєвих змін у період з 2014 – 2021рр., а саме: кількість діючих суб'єктів господарювання, кількість зайнятих працівників у суб'єктів господарювання та кількість найманих працівників у суб'єктів господарювання. При цьому деякі показники навпаки показали значний приріст – обсяги реалізованої продукції суб'єктів господарювання протягом зазначеного періоду збільшилися втричі. Збереження кількості робітників та приріст обсягів виробництва та реалізації свідчить, як правило про зростання продуктивності праці, підвищення цін та впровадження сучасних інструментів збуту продукції.

Отже, необхідно звернути увагу на існуючі тенденції у підприємстві в останні роки. Так, статистика свідчить про стрімкий розвиток електронної комерції в світі та в Україні, зокрема. Про це свідчать дані опубліковані в [6], розглянемо деякі з них: «у 2020 р. понад 2 млрд. людей купували товари чи послуги онлайн; протягом 2019-2021 рр. продажі 13 найбільших компаній електронної комерції, орієнтованих на споживачів, збільшилися з 2,4 трильйона дол. до 3,9 трильйона дол. США, а у 2025 р. очікується приріст обсягу ринку електронної комерції на рівні 18,76 %.».

Електронна комерція (e-commerce) – це процес купівлі та продажу товарів та послуг через Інтернет. Вона може включати в себе будь-який тип бізнесу, від малих інтернет-магазинів, які продають товари на рівні споживача, до великих міжнародних корпорацій, які ведуть оптову торгівлю на платформах B2B тощо.

E-commerce включає в себе різні види електронних транзакцій, такі як електронні платежі, онлайн-замовлення, електронна доставка, електронні

документи тощо. Вона може відбуватися на різних платформах, таких як веб-сайти, мобільні додатки, соціальні медіа, електронна пошта тощо.

Електронна комерція є важливою складовою сучасного бізнесу, оскільки дозволяє компаніям досягати більшої кількості клієнтів, зменшує витрати на зберігання та транспортування товарів, полегшує процес продажу та забезпечує доступ до глобального ринку.

Виникнення електронної комерції в Україні можна відстежити з 2000-х років, але справжній бум почався лише в останні роки. Згідно з дослідженням компанії EVO, обсяг українського ринку електронної комерції в 2021 році досягнув позначки в 43 мільярдів гривень [10], що є рекордним показником в історії ринку.

Розвиток електронної комерції в Україні зумовлений кількома факторами. Перш за все, це зростання кількості користувачів Інтернету, яке становить більше 23 мільйонів людей. До того ж, розширення і покращення мережі Інтернет та зростання швидкості підключення до Інтернету в Україні відчутно зробили свою роботу. [11]

Крім того, розвиток електронної комерції сприяє покращенням законодавства, відкриття нових платіжних систем та підтримки держави у вигляді субсидій, знижок та програм лояльності для покупців.

Стосовно ситуації в Україні, то можна сказати про важливість розвитку електронної комерції для вітчизняного підприємництва. Згідно статистичним даним у 2021 р. стала 65-м за величиною ринком електронної комерції з доходом в 1,1 млрд. дол. США (об'єм ринку – понад 4 млрд дол. США, що становить 2,6 % ВВП країни). Також за 2021 р. ринок електронної комерції зріс на 27 % порівняно зі світовим темпом зростання на 15 %. [6] Зараз на українському ринку електронної комерції працює багато національних та міжнародних інтернет-магазинів, таких як Rozetka, OLX, Алло, Foxtrot, ModnaKasta та багато інших. Також активно розвиваються різноманітні платформи B2B, такі як Prom.ua, Zakupki.prom.ua тощо.

Переваги електронної комерції для підприємців в Україні:

Зниження витрат на зберігання та збут товарів, оскільки зменшується потреба у приміщеннях для торгівлі.

Збільшення ринку збуту, оскільки підприємці можуть працювати з клієнтами з усієї країни та навіть з-за кордону.

Зручність для клієнтів, які можуть здійснювати покупки онлайн, не виходячи з дому.

Висока швидкість здійснення операцій, яка забезпечується використанням електронних платіжних систем та автоматизацією процесів замовлення та доставки товарів.

Незважаючи на переваги, електронна комерція в Україні також стикається зі своїми викликами. До яких можна віднести:

Відсутність достатньої кількості високошвидкісного Інтернету у деяких регіонах країни.

Брак специфічних знань та навичок по веденню бізнесу на онлайн платформах у підприємців-початківців.

Низький рівень безпеки і захисту від шахрайства.

Низький рівень довіри до електронних платіжних систем серед споживачів тощо.

Вище наведені причини доцільно нівелювати шляхом створення сприятливих умов для розвитку електронної комерції в Україні. Так, доречним є удосконалення нормативно-правового регулювання з протидії шахрайства на он-лайн сервісах, це буде стимулювати споживчий ринок та, як наслідок прискорювати розвиток вітчизняного підприємництва у зазначеній галузі. Також, доцільно стимулювати підприємців та фахівців здобувати необхідні компетентності та знання для роботи у сфері електронної комерції.

Висновки та перспективи подальших розвідок у даному напрямі.

Незважаючи на об'єктивні причини відсутності стрімкого розвитку вітчизняного підприємництва та електронного бізнесу, зокрема, саме завдяки застосуванню сучасних інформаційних технологій просування, збуту та

виробництва продукції (послуг) вітчизняним підприємцям вдалося подолати наслідки пандемії Covid-19 та зберігати темпи зростання обсягів реалізованих товарів та послуг.

Український ринок електронної комерції має великий потенціал для подальшого розвитку, оскільки лише частина населення купує товари та послуги в Інтернеті. Тому в майбутньому можна очікувати подальшого зростання ринку та появи нових інноваційних рішень у підприємстві.

Україна має кілька відомих платформ електронної комерції, крім того, з'являються нові сервіси та технології, що допомагають сприяти розвитку електронної комерції, такі як системи онлайн-платежів, електронні платформи доставки тощо.

Незважаючи на це, український ринок електронної комерції все ще має свої виклики, такі як нестабільна економіка, низький рівень довіри до онлайн-платежів та доставки товарів, відсутність відповідної законодавчої бази тощо. Однак, з розвитком технологій та зростанням свідомості споживачів, електронна комерція в Україні має потенціал для подальшого розвитку.

У подальших дослідженнях доцільно розглянути питання, що пов'язані з оцінкою ефективності електронної комерції та розробкою практичних рекомендацій щодо підвищення результативності підприємницької діяльності в контексті впровадження сучасних інформаційних технологій.

Література

1. Вербівська Л. В. Стратегічний розвиток електронного бізнесу в системі національної економіки України: теорія, методологія, практика : монографія. Київ: ЗВО «Міжнародний науково-технічний університет імені академіка Юрія Бугая», 2021. 320 с.

2. Юдін О. М., Макарова М. В., Лавренюк Р. М. Системи електронної комерції: створення, просування і розвиток. Полтава: РВВПУЕТ, 2011. 201 с.

3. Ховрак І. В. Електронна комерція в Україні: переваги та недоліки // Економіка, фінанси, право. 2013. №4. С. 16-20

4. Максимова Т. С., Сорочан Д. В. Використання електронної комерції роздрібними торговельними підприємствами // Торгівля і ринок України: Тематичний збірник наукових праць. 2010. №29. С. 273-279.

5. Мазур І. І., Стаднік Г. В. Ефективність застосування інструментів інтернет-реклами в електронній комерції // Ефективна економіка, 2023. № 2. URL: <https://www.nauka.com.ua/index.php/ee/article/view/1140> (Дата звернення 28 лютого 2023)

6. Щербак О. Електронна торгівля. Українська та світова практика правового регулювання. URL: https://uz.ligazakon.ua/ua/magazine_article/EA016163 (Дата звернення 28 лютого 2023)

7. Олійник О. Б., Макаренко Є. О. Розвиток електронної комерції та поняття електронного договору // Legal Bulletin, 2022. №5. URL: <https://lbku.krok.edu.ua/index.php/legal-bulletin/article/view/301> (Дата звернення 28 лютого 2023)

8. Виноградова О. В., Євтушенко Н. О., Крючок І. С. Електронна комерція в епоху диджиталізації // Причорноморські економічні студії, 2020. №52. URL: http://bses.in.ua/journals/2020/53_2020/10.pdf (Дата звернення 28 лютого 2023)

9. Офіційний сайт Державної служби статистики України URL: <https://www.ukrstat.gov.ua> (Дата звернення 28 лютого 2023)

10. Офіційний сайт компанії EVO. URL: evo.companu (Дата звернення 28 лютого 2023)

11. Симоненко К. Вплив війни на інтернет-тогрівлю [електронний ресурс] URL: <https://rau.ua/novyni/vpliv-vijni-na-internet/> (Дата звернення 28 лютого 2023)