

РЫНОК ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ В УКРАИНЕ: КЛАССИФИКАЦИЯ ФОРМАТОВ

Горбенко А.В.

Национальный транспортный университет

Уточнены терминологические трактовки понятий «электронная коммерция», «интернет-торговля», «маркетплейс», «прайс-агрегатор». Привести классификация объектов электронной торговли, и примеры таких площадок в Украине. Сформулированы выводы относительно потенциала развития рынка электронной торговли в Украине.

Ключевые слова: электронная торговля, розничный рынок, маркетплейс, прайс-агрегатор, ритейл, продажи, тенденции.

Постановка проблемы. С 2000-х годов растет сбыт продукции через интернет, что в последние 5 лет стало отдельным направлением в продажах, а именно «интернет-торговлей». В некоторых западных странах есть ряд законов, регламентирующих этот вид деятельности, и правовые отношения, возникающие в ходе сделок продажи-приобретения. В Украине в 2015 году так же был принят закон об электронной коммерции, которым урегулированы некоторые вопросы. Однако динамика развития этого сегмента торговли настолько высока, что бизнесовые трактовки некоторых явлений не успевают отображаться в законодательных актах. Возникает путаница как терминологическом ряде, так и в оценке емкостей интернет-торговли. Поэтому автор формирует следующие задания в рамках исследования.

Формирование целей исследования заключено в следующих заданиях: 1) Уточнить терминологические трактовки понятий «электронная коммерция», «интернет-торговля», «электронная торговля», «маркет-плейс», «прайс-агрегатор»; 2) Привести классификацию объектов электронной торговли; и примеры таких площадок в Украине; 3) Сформулировать выводы относительно перспектив развития рынка электронной торговли в Украине.

Цель исследования – показать классификацию объектов электронной торговли в Украине на основе структуризации соответствующего терминологического аппарата.

Основная часть. Зачастую электронной коммерцией (e-commerce) называют электронную торговлю (e-trade), что не корректно. **Электронная коммерция** понятие более широкое, чем электронная торговля (интернет – торговля), и подразумевает проведение финансовых транзакций торговых сделок при помощи электронных операций, а именно обмена данными (EDI), возможности оплаты электронными деньгами (e-cash), продвижения посредством электронного маркетинга (e-marketing), а также банкинг (e-banking), страховые услуги (e-insurance) и конечно саму электронную торговлю (e-trade) [*].

Утверждать, какая из компаний была первой, кто занялась интернет-торговлей, невозможно. Однако уже в 1960 г. американские American Airlines и IBM совместно разработали систему резервирования мест на авиарейсы (SABRE, Semi-Automatic BusinessResearch Environment), а в 1995 году на электронные продажи перешла сфера торговли – стартовал проект eBay, завер-

шивший первую сделку продажи лазерной указки за \$14.

Что до роста электронной торговли (e-trade) в Украине, то его показатель составляет менее 1% розничного товарооборота страны (по данным Государственной службы статистики Украины). Однако тренд положительный – рост интернет – торговли наблюдается в течение последних 10-ти лет и намного опережает показатели других европейских стран (рис. 1).

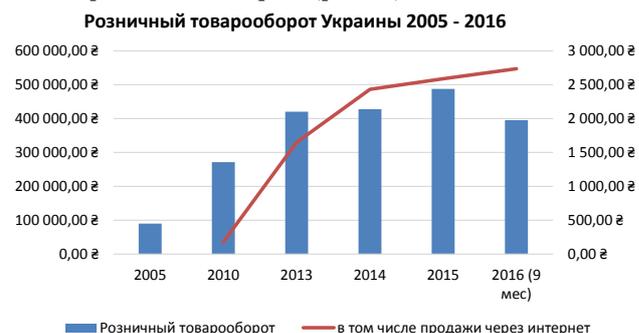


Рис. 1. Розничный товарооборот Украины 2006-2016 гг.
Источник: [1]

И по словам Марины Черненко, генерального директора Ukrainian Retail Association, за 2016 год рост интернет – торговли в Украине, по данным EVO Group, достиг 50%, в 2017-м ожидается – 30%. В целом в мире наблюдается аналогичная тенденция. По данным Euromonitor, прогноз темпов роста продаж по каналам сбыта – традиционная розница vs интернет – торговля – ведет к увеличению последнего в общей структуре продаж (рис. 2).

Однако, по мнению экспертов рынка полное замещение офф-лайн торговли в Украине невозможно. Однако e-trade способствует развитию различных объектов интернет-торговли (площадок) и вводит такое разнообразие терминов и форматов, которые зачастую отождествляются и не ясны широкой общественности.

Изложение основных результатов и их обоснование. Стремительный рост интернет – торговли вводит новый понятийный аппарат. Так, ставший ежегодным, конкурс украинских интернет-проектов E-Awards от Ukrainian E-commerce Expert, предлагает следующую классификацию площадок, занимающихся интернет – торговлей [3]:

– интернет-супермаркет / мультимедийный ритейлер (более категорий 5 товаров);

- интернет-магазин (до 5 категорий товаров);
- маркетплейс (online e-commerce marketplace), прайс – агрегатор;
- доска объявлений, аукционы;
- B2B продукты для e-commerce (логистика, финансы, сервис) и тендерные площадки;
- Youtube канал e-commerce проекта;
- зарубежный интернет-магазин.

Однако подобная классификация не корректна. Стоит отметить, что участники рынка до сих пор и сами не полностью понимают суть понятий. Проводя исследование по рынку электронной торговли в Украине [4], автор использовала помимо анкетирования формат интервью. В статье приведены некоторые выдержки. Так по мнению Марины Черненко, директора Ukrainian Retail Association, в Украине маркетплейс часто сливается с интернет-супермаркетом (Rozetka.ua, 27.ua, f.ua). Поэтому более корректной будет следующая классификация:

- Интернет магазины (группы товаров узкой направленности (IT, моб связь и т.д.)
- Интернет супермаркеты
- Маркетплейсы и гибридные маркетплейсы
- Доски объявлений, интернет-аукционы

Все остальное, в том числе youtube, и прочие сервисы – не более чем рекламные площадки для вышеуказанных категорий.

С ним согласен Ян Ружичка, основатель интернет-магазина ELNINO.UA™. По его словам, к категории интернет-супермаркет (он же мультиканальный ритейлер) можно отнести, например, Rozetka. А под интернет-магазинами понимать скорее нишевые магазины (спортивные товары, вело-/мото-/ парфюмерия / косметика и т.д.). Однако понятие маркетплейс, прайс-агрегатор – не корректно относить к интернет-торговле вообще. Это по сути канал распространения информации – такие ресурсы ничем не торгуют, содержат простое сравнение цен различных площадок, к примеру, Prom.ua. То же относительно Youtube каналов – это промоушн, но не продажа. Даже возможность создавать и продавать через магазины в FB большая интернет-торговля, чем Youtube.

Более того, в законодательном поле Украины отсутствуют многие из вышеупомянутых терминов [7].

В настоящем Законе используются следующие основные понятия:

1) электронная коммерция – отношения, направленные на получение прибыли, возникающие при совершении сделок по приобретению, изменения или прекращения гражданских прав и обязанностей, совершенные дистанционно с использованием информационно-телекоммуникационных систем, в результате чего у участников таких отношений возникают права и обязанности имущественного характера;

2) электронная торговля – хозяйственная деятельность в сфере электронной купли-продажи, реализации товаров дистанционным способом покупателю путем совершения электронных сделок

с использованием информационно-телекоммуникационных систем;

3) электронная форма представления информации – способ документирования информации, означает создание, запись, передачу или хранение информации в цифровой или иной нематериальной форме с помощью электронных, магнитных, электромагнитных, оптических или других средств, способных к воспроизводству, передаче или хранения информации;

4) интернет-магазин – средство для представления или реализации товара, работы или услуги путем совершения электронной сделки;

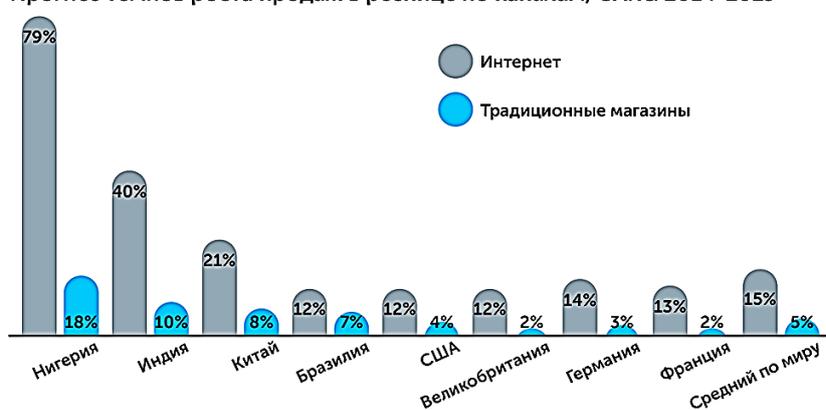
5) информационные электронные услуги – платные или бесплатные услуги по обработке и хранению информации, предоставляемых дистанционно с использованием информационно-телекоммуникационных систем по индивидуальному запросу их получателя;

6) реализация товара дистанционным способом – заключение электронного договора на основании ознакомления покупателя с описанием товара, предоставленным продавцом в порядке, определенном настоящим Законом, путем обеспечения доступа к каталогам, проспектам, буклетов, фотоснимков и т.п. с использованием информационно-телекоммуникационных систем, телевизионным, почтовым, радиосвязью или иным способом, что исключает возможность непосредственного ознакомления покупателя с товаром или с образцами товара при заключении такого договора;

7) субъект электронной коммерции – субъект хозяйствования любой организационно-правовой формы, реализует товары, выполняет работы, оказывает услуги с использованием информационно-телекоммуникационных систем, или лицо, приобретает, заказывает, использует указанные товары, работы, услуги путем совершения электронной сделки.

Таким образом, если дать определения существующим бизнесовым терминам, то **интернет-супермаркет**, по аналогии с требованиями к супермаркетам оффлайновой торговли, прописанными в Государственных строительных нормах Украины [2], – это магазин самообслуживания в собственности единого продавца (компании) с ассортиментом продовольственных и непродовольственных товаров более 5 тыс. по-

Прогноз темпов роста продаж в рознице по каналам, CARG 2014-2019



Источник: Euromonitor

Рис. 2. Прогноз темпов роста продаж по каналам, 2014-2019 гг.

Источник: [9]

зийий. Например, сайты супермаркетов Auchan, Metro, Novus.

Маркетплейс – электронная площадка, которая содержит предложения множества продавцов товаров и услуг с возможностью непосредственного завершения транзакции. Мировые примеры: Airbnb, Uber, PayPal, Ebay, DropBox, Amazon, Eventbrite, японские Rakuten, Zenmarket. Гибридный маркетплейс – OLX

Прайс-агрегатор – электронная площадка, которая «серфит» и размещает предложения других торговых площадок, что предоставляет покупателю возможность сравнительного анализа цен, способов доставки и т.д. Без возможности завершения транзакции, лишь ознакомление с предложениями и непосредственно переход на другие площадки для завершения сделки. Отечественные площадки – Ava.ua, FreeMarket.kiev.ua, Hotline.ua, Hotprice.ua, I-m.com.ua, Metamarket.ua, M.ua, Price.ua.

Доска объявлений – электронная площадка, аналог печатных справочников с информацией о компаниях и их предложениях по различным отраслям и направлениям деятельности, без возможности автоматического сравнения по критериям.

Резюмировав, **классифицируем площадки интернет-торговли по [8]:**

а) целевой группе потребителей (C2C, B2C, B2B, G2B, G2C, B2B2C)

б) продукции (товары, услуги, сюда же относят краудфандинг)

в) способу завершения транзакций (online commerce, O2O)

г) способу монетизации (продажи трафика, лидов, рекламы, доп. услуг).

Среди целевых групп потребителей наиболее распространены комбинации B2B, B2C, C2C.

C2C (customer-to-customer) или социальная коммерция – реализация продукции между конечными потребителями (Blablacar, Couchsurfing, Freelance.ua, Kabanchik.ua, zrk.in.ua, skrynya.ua, handmadeua.com.ua, cudesanet.net, crafta.ua,

uamade.com.ua, etsy.com, artfire.com, auto.ria, avtobazar.ua, market.lardi-trans.com).

B2C (business-to-customer) – реализация продукции юридическими лицами конечному потребителю (Aliexpress, Kupinatao, Amazon, Booking, kniga.biz.ua, Plato.ua).

B2B (business-to-business) – реализация продукции между компаниями – юр.лицами (Alibaba, TradeIndia.com, toboc.com, trade-seafood.com, made-in-china.com).

Кроме этого, развиваются дальше проекты B2B2C (business-to-business-to-customer) – как пример, fashop.com.ua, elephant.gollos.com.ua, odessika.com.ua, stylefashion.com.ua; G2B (government-to-business) – например площадки e-tender.ua, prozorro.gov.ua; G2C (government-to-customer) – сервисы для оплаты коммунальных платежей gioc.kiev.ua (рис. 3).

По виду продукции интернет-площадки могут быть представлены в таких тематических категориях:

- товары (Ebay, Google Play, Plato.ua);
- услуги (Uber, Airbnb, Couchsurfing);
- информация (Youtube, FB, LinkedIn);
- инвестиции и краудфандинг (CircleUp, KickStarter).

По способу завершения транзакций:

– O2O: online to offline. Привлечение потребителя происходит онлайн, предоставление товара/услуги оффлайн.

– Online commerce. Все операции происходят в онлайн. В качестве примера, продажа и получение электронных билетов.

Стоит заметить, что законодательством Украины не определен ни один из данных терминов. В отличие от США, где еще в 1990 – начале 2000-х гг. появились нормативные акты, регулирующие деятельность данного сектора экономики, Украина соответствующий закон приняла лишь в 2015 году – ЗУ «Об электронной коммерции». В Законе употребляются термины: электронная коммерция, электронная торговля, электронная форма предоставления информации, информационные электронные услуги, реализация товаров дистанционным способом и интернет-магазин. Последний означает способ для предоставления или реализации товаров, работ или услуг путем осуществления электронной сделки. Каких-либо иных терминов Закон не предусматривает. Потому данная классификация лишь бизнесовый вариант упорядочивания площадок в сегменте интернет – торговли.

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Перспективными направлениями развития рынка электронной торговли в Украине есть:

1. Переход на мультиканальность крупных ритейл-операторов и производственных компаний, как следствие развитие фулфилмент услуг логистических операторов и способов доставки операторов последней мили.

Классификация объектов электронной торговли в Украине по параметрам:

| | | | |
|--|---|---|---|
| <p>целевая группа потребителей: C2C, B2C, B2B, G2B, G2C, B2B2C</p> <p>Примеры: Blablacar, Couchsurfing, Freelance.ua, Kabanchik.ua, kniga.biz.ua, Alibaba, TradeIndia.com, fashop.com.ua, tender.ua, gioc.kiev.ua.</p> | <p>продукция: товары, услуги, краудфандинг (в части продажи идей)</p> <p>Примеры: - товары (Ebay, Google Play, Plato.ua); - услуги (Uber, Airbnb, Couchsurfing); - информация (Youtube, FB, LinkedIn); - инвестиции и краудфандинг (CircleUp, KickStarter).</p> | <p>способ завершения транзакций: online commerce, O2O</p> <p>Примеры: O2O (online to offline) - привлечение потребителя онлайн, предоставление продукции оффлайн. Online commerce. Все операции - в онлайн.</p> | <p>способ монетизации объекта: продажи трафика, рекламы, доп. услуг</p> |
|--|---|---|---|

Рис. 3. Классификация объектов электронной торговли в Украине

Источник: разработка автора по источнику [8]

2. Процесс «дигитализации» интернет-торговли в частности и электронной торговли в целом, как следствие дальнейшее развитие mobile commerce – приобретение продукции посредством мобильных гаджетов.

3. Дальнейшее развитие peer-to-peer в различных ее проявлениях. Рожденный компьютерной средой обитания архитектура «равный к равному» (дословный перевод) означает упразднение единого центра сбора и обработки информации. Таким образом обмен данными идет непосредственно среди пользователей (С2С), без единого администратора. В интернет-торговле архитектура таких сетей может быть представлена такими площадками как: маркетплейс AirBnB, EasyNest, Love Home Swap, Freelancer, Uber, ShareDesk, eBay, The Grommet, BlaBlaCar, Car2Go, Bitcoin, Skill Share, PopExpert и т.д.

4. Нишевость и клиентоориентированность. Как в классическом маркетинге торговли суще-

ствует понятие зонтичных брендов, так и в электронной торговле главная компания будет работать с потребителями под разными адресами. За счет чего будет достигнута большая гибкость в работе с клиентами, и расширит охват аудитории. По такому примеру уже пошла группа компаний EVO, которой принадлежит шесть торговых площадок (prom.ua, bigl.ua, zakupki.prom.ua, kabanchik.ua, crafta.ua, goodini.ua), сайт для закупки товаров и услуг на тендерной основе rialto.ua, и портал для продажи активов НБУ, ФГВФЛ и ФГИУ – ProZorro.

Таким образом основная цель исследования достигнута и решены поставленные задания: 1) Уточнен терминологический аппарат; 2) Приведена классификация объектов электронной торговли и примеры таких площадок в Украине; 3) Сформулированы выводы относительно перспектив развития рынка электронной торговли в Украине.

Список литературы:

1. Державна служба статистики України статистичний збірник роздрібна торгівля України у 2015 році [Електронний ресурс] // публікація документів Державної Служби Статистики України – Режим доступу: https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/publorg_u.htm
2. Державний класифікатор будівель та споруд (ДК БС): офіц. текст станом на 2000 р. – Держстандарт України, К. – 2000.
3. Офіційні правила участі в конкурсі UKRAINIAN E-COMMERCE AWARDS [Електронний ресурс] // E-commerce – Режим доступу: <https://www.e-awards.com.ua/ecommerce-eb44f>
4. E-trade in Ukraine: серфінг трендов [Електронний ресурс] // издание Дистрибуция и Логистика. – Режим доступу: <http://logist.fm/publications/e-trade-ukraine-serfing-trendov>
5. Чучковська А.В. Правове регулювання електронної комерції в Україні. Навчальний посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 224 с.
6. Блащук О. Что ожидает украинский рынок e-commerce в 2017 году – прогнозы EVO [Електронний ресурс] // издание AinUa. – Режим доступу: <https://ain.ua/2016/12/16/e-commerce-v-2017-evo>
7. Закон України Про електронну комерцію. Відомості Верховної Ради (ВВР), 2015, № 45, ст. 410 – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/675-19>
8. Приходько Г. Маркетплейсы по типам участников: С2С, В2С и В2В [Електронний ресурс] // Redemad. – Режим доступу: <http://ru.wiki.rademad.com/marketplace-c2c-b2c-b2b>
9. Рынок электронной коммерции Украины [Електронний ресурс] // Киевстар Хаб. – Режим доступу: <http://hub.kyivstar.ua/gynok-elektronnoy-kommercii-ukrainy>

Горбенко О.В.

Національний транспортний університет

РИНОК ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ: КЛАСИФІКАЦІЙНІ ОЗНАКИ ФОРМАТІВ

Анотація

Уточнено термінологічні трактування понять «електронна комерція», «інтернет-торгівля», «маркетплейс», «прайс-агрегатор». Навести класифікацію об'єктів електронної торгівлі, та приклади таких площадок в Україні згідно. Сформульовано висновки щодо потенціалу розвитку ринку електронної торгівлі в Україні.

Ключові слова: роздрібний ринок, електронна торгівля, маркетплейс, прайс-агрегатор, рітейл, продажі, тенденції.

Horbenko A.V.

National Transport University

E-TRADE MARKET IN UKRAINE: CLASSIFICATION OF FORMATS

Summary

The author specified the terminology of the concepts «electronic commerce», «Internet commerce», «marketplace», «price-aggregator». The classification of e-commerce objects was developed. There are examples of such objects in Ukraine. The conclusions concerning the potential of the e-commerce market in Ukraine are formulated.

Keywords: retail market, e-trade, e-commerce, marketplace, B2B, B2C, B2G, sales, trends.