

вказаних вище; забезпечити проведення регулярних оцінювань цифрової зрілості та визначити прогностичні показники цифрового розвитку України до 2020 року; визначити та запровадити статистичні методології та статистичні спостереження з метою отримання статистичних даних щодо цифрового розвитку України з урахуванням міжнародних практик.

Цифрові трансформації створюють поле для масштабних, цікавих, корисних проєктів та ініціатив. Коли Україна стане полігоном цифрових трансформацій, вона приверне увагу інвесторів, крок за кроком ставатиме інноваційним лідером. Людський капітал отримає можливості для реалізації. Зменшиться міграція інтелекту за кордон. Ринок та українські мозки зроблять свою справу. А життя у цифровій економіці надасть громадянам нові можливості для бізнесу та власної реалізації, навчання, творення, відпочинку.

СТАТИСТИЧНЕ ОЦІНЮВАННЯ РІВНЯ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В УКРАЇНІ

Корепанов Георгій Сергійович,

кандидат економічних наук,

доцент кафедри статистики, обліку та аудиту,

Харківській національній університет імені В. Н. Каразіна

Цифрова економіка – економіка, заснована на ІКТ (інформаційно-комунікаційні технології). Цифрова економіка також іноді називається інтернет-економікою або веб-економікою. Поштовхом до її появи і розвитку послужило поширення кишенькових комп'ютерів, мобільних телефонів, цифрових камер, супутникової навігації, вбудованих датчиків, хмарних обчислень та ін. Цифрова економіка передбачає не тільки онлайн процеси і транзакції, а й перетворення в цифровий вигляд практично всіх аспектів ділового спілкування. Так, цифрова економіка породила появу цифрових валют і онлайн-гаманців.

Термін «цифрова економіка» запропонував у 1995 році Дон Тапскотт (Don Tapscott) у книзі «The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence» («Цифрова економіка: обіцянки та загроза в епоху мережевого розвідки»), яка однією з перших показала, як Інтернет змінить наш бізнес [3]. За словами Томаса Мезенбура (Thomas L. Mesenbourg), можна визначити три основні компоненти концепції «цифрова економіка» [2]:

- інфраструктура електронного бізнесу (апаратне забезпечення, програмне забезпечення, телекомунікації, мережі, людський капітал тощо);
- електронний бізнес (як ведеться бізнес, будь-який процес, який організація проводить через мережу, опосередковану комп'ютером);
- електронна комерція (передача товарів, наприклад коли книга продається в Інтернеті).

Існують різні визначення електронної комерції. Організацією економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) прийнято таке: електронна комерція – продаж чи купівля товарів або послуг, що здійснюються через

комп'ютерні мережі методами, спеціально розробленими для одержання або розміщення замовлень. Товари або послуги замовляються за такими методами, але оплата та остаточна доставка товарів або послуг не повинна проводитися в Інтернеті. Транзакції електронної комерції можуть бути між підприємствами, домогосподарствами, приватними особами, урядами та іншими державними або приватними організаціями. Організація замовлення охоплює веб-сайти, екстранет або електронний обмін даними. Тип визначається методом розміщення замовлення. Виняток становлять замовлення, здійснені за допомогою телефонних дзвінків, факсимільного або вручну надрукованого електронною поштою [1].

Традиційно магазини електронної комерції поділяються на чотири види [1]:

1) B2B (бізнес-бізнес) – на частку B2B припадає основна частина продажів в електронній торгівлі. B2B-сайт може включати онлайн-версії традиційних транзакцій, пов'язаних з товарами, які згодом продаються споживачам через торгові точки. B2B сайт також може обслуговувати поставку товарів і послуг у формі аутсорсингу й офшорингу. Існують різні спеціалізовані B2B-платформи, які обслуговують певні галузі або ланцюги доданої вартості.

2) B2C (бізнес-споживач) – включає в себе прямі продажі виробника або дистриб'ютора споживачам – фізичним особам або ж традиційній торговій мережі, додаючи онлайн-канал продажів. Існує широкий спектр каналів для охоплення споживачів, включаючи соціальні мережі, платформи для краудсорсингу, спеціалізовані веб-сайти, мобільні додатки і багато іншого. Продукція, що продається, може являти собою фізичні товари, а також цифрові продукти і послуги.

3) C2C (споживач-споживач) – ця електронна комерція може розглядатися як сучасна версія реклами в газеті або на аукціоні. Модель C2C охоплює онлайн-платформи, а також продажі в онлайн-спільнотах, блогах споживачів і чатах.

4) B2G (бізнес-уряд) – ці транзакції аналогічні B2B, за винятком того, що покупець в цьому випадку є державним органом, наприклад, коли він робить запити на проведення торгів за допомогою державних електронних закупівель.

Домінуючі нині на міжнародному ринку, сайти електронної комерції спочатку представляли собою B2B і електронні платформи. Сьогодні ці компанії є транснаціональними гігантами, незважаючи на те, що обслуговують, головним чином, малий і середній бізнес.

На всесвітньому ринку електронної комерції три найпопулярніших інтернет-магазини (amazon.com, apple.com та walmart.com) у 2017 році мали дохід в 97 888 млн доларів США. Також вони становлять 9% ринку, що свідчить про все ще незначну фрагментованість ринку (табл. 1, за даними [4]).

За останній рік в Україні аудиторія сайтів e-commerce зросла на 1,3 млн осіб. У червні 2017 року три найпопулярніші локальні сайти – Rozetka.com.ua, Olx.ua і Prom.ua відвідали 10,3 мільйона користувачів, більше половини інтернет-популяції. ТОП-3 іноземних e-commerce сайту – Aliexpress.com, Amazon.com і Ebay.com – відвідали 4 мільйони людей, тобто кожен п'ятий інтернет-користувач. Україна входить до числа семи країн, що є найбільшими

серед споживачів побутової електроніки, і серед п'яти кращих країн світу з питань краси та особистої гігієни за часткою інтернет-покупців (50% та 42% відповідно) у цих категоріях. Коли мова йде про упаковану бакалійну їжу, майже чверть інтернет-покупців в усьому світі їх купує в Інтернеті, тоді як серед українських покупців це роблять в Інтернеті лише шість із сотні. Що стосується свіжої бакалії, то лише 5% українських споживачів онлайн купують її в Інтернеті.

Три основні платформи електронної комерції в Україні: 1) OLX.ua (40,4% користувачів); 2) Rozetka.com.ua (32,5% користувачів); 3) Prom.ua (26,5% користувачів). Для підтримки бізнесу щодо розвитку електронної комерції в Україні ІТ Асоціація України у квітні 2017 року стала членом Європейської електронної комерції та Omni-Channel Trade Association (EMOTA) [5]. Лідером глобального ринку електронної комерції є Amazon – американський книжковий інтернет-магазин, відкритий у 1995 році. Наразі сайт Amazon.com об'єднує продавців і покупців різної споживчої продукції, включаючи продукти харчування. Швидкий темп зростання компанії спричинило злиття з інноваційними технологічними компаніями, складськими приміщеннями і логістичними компаніями.

Таблиця 1

**Топ-10 інтернет-магазинів за доходом, 2017 р.
(глобальний ринок електронної комерції)**

№ з/п	Онлайн-магазин	Основна категорія	Головна країна	Дохід, млн дол. США	2017/2016 зростання
1	amazon.com	Електроніка та медіа	США	> 20,000	15%–20% ↑
2	apple.com	Електроніка та медіа	США	> 20,000	15%–20% ↑
3	walmart.com	Електроніка та медіа	США	10,000–15,000	15%–20% ↑
4	amazon.de	Електроніка та медіа	Німеччина	10,000–15,000	10%–15% ↑
5	amazon.co.uk	Електроніка та медіа	Велика Британія	5,000–10,000	0%–5% ↑
6	homedepot.com	Меблі та техніка	США	5,000–10,000	15%–20% ↑
7	bestbuy.com	Електроніка та медіа	США	5,000–10,000	15%–20% ↑
8	tesco.com	Продукти харчування та особистої гігієни	Велика Британія	2,500–5,000	5%–0% ↓
9	dell.com	Електроніка та медіа	США	2,500–5,000	5%–10% ↑
10	macys.com	Мода	США	2,500–5,000	5%–10% ↑

Цифрова економіка розвивається в усіх куточках світу, але з різною швидкістю. З одного боку, цифровізація господарської діяльності та операцій може сприяти подоланні бар'єрів для більш всеохоплюючого розвитку. З іншого боку, істотні відмінності в готовності країн брати участь у цифровій економіці та отримувати від неї вигоду підвищують ризик того, що розрив ще більше збільшиться, що призведе до посилення нерівності доходів.

Список використаних джерел

1. In Search of Cross-border E-commerce Trade Data // UNCTAD. URL: https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/tn_unctad_ict4d06_en.pdf.
2. Mesenbourg T. L. Measuring the Digital Economy, US Bureau of the Census, Suitland, MD, 2001. URL: <https://www.census.gov/content/dam/Census/library/workingpapers/2001/econ/umdigital.pdf>.
3. Tapscott D. The Digital Economy: Promise and Peril In The Age of Networked Intelligence / D/ Tapscott. – McGraw-Hill; 1 edition, 1997. – 342 p.
4. Top online stores by revenue: Global eCommerce Market // ecommerceDB. URL: <https://ecommercedb.com/en/ranking/ww/all>.
5. Ukraine – eCommerce // Export.gov. URL: <https://www.export.gov/apex/article2?id=Ukraine-eCommerce>.

ДЕФІНІЦІЯ «ЦИФРОВА ЕКОНОМІКА»

Матвеева Марія Сергіївна,

студентка 3-го курсу,

спеціальність «Економіка», спеціалізація «Економічна кібернетика».

Науковий керівник:

Перхун Лариса Петрівна,

кандидат педагогічних наук, доцент;

Національна академія статистики, обліку та аудиту

У наукових та науково-популярних економічних джерелах та офіційних документах різних країн наведена значна кількість тлумачень поняття «цифрова економіка» (Digital Economy, *DE*).

1. *DE* – діяльність, в якій основними засобами (факторами) виробництва є цифрові (електронні, віртуальні) дані як числові, так і текстові (Концепція розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018–2020 роки) [0].

2. *DE* – економічна діяльність, яка, на відміну від традиційної економіки, визначається мережевим інтелектом (networked intelligence) і залежністю від віртуальних технологій (Д. Тапскотт) [0].

3. *DE* має три основні складові – підтримуючу інфраструктуру (апаратне забезпечення, програмне забезпечення, телекомунікації, мережі тощо); електронний бізнес (будь-які процеси, які організація проводить через комп'ютерні мережі); електронну комерцію (передача товарів, наприклад в онлайн-продаж книг) (Т. Месенбург) [0].

4. *DE* – система економічних, соціальних і культурних відносин, заснованих на використанні цифрових інформаційно-комунікаційних технологій (Світовий банк) [5].

5. *DE* – глобальна мережа економічних та соціальних видів діяльності, які підтримуються завдяки інтернету та мобільним і сенсорним мережам (уряд Австралії) [0].