

ТОП-5 САЙТІВ У СФЕРІ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ ТА ШОПІНГУ В УКРАЇНІ

На ринку електронної комерції та шопінгу виділяються чотири сегменти: інтернет-магазини, прайс-агрегатори, торгові майданчики (маркетплейси) і дошки оголошень (класифайди). Маркетплейси містять інформацію про наявність та вартість товарів, розміщену продавцями, проводять оплату через сайт і займаються доставкою. Вони відрізняються від прайс-агрегаторів типу тим, що забезпечують продаж на місці, а не переводять клієнта на сайт інтернет-магазину для покупки. При цьому власники обох типів майданчиків стягують комісію з продавців за розміщення продукту. А класифайди – це платформи, на яких люди самі, часто безкоштовно, розміщують інформацію про свої товари і послуги в пошуку покупців, майданчик ж заробляє в основному на рекламі або просуванні оголошень в топ [1].

За даними сервісу SimilarWeb [HTTPS://WWW.SIMILARWEB.COM](https://www.similarweb.com), у топ-5 найбільш відвідуваних сайтів е-комерції та шопінгу (торгівлі/ дошок оголошень (класифайдів)) в Україні увійшли olx.ua, prom.ua, rozetka.com.ua, gia.com, epicentrk.ua [2].

Таблиця 1.

Аналіз топ-5 сайтів найбільш відвідуваних у сфері е-комерції та шопінгу в Україні

Компанія	Короткий аналіз
1	2
Olx.ua	Найбільший сервіс оголошень України. Величезна база пропозицій за темами: нерухомість, робота, транспорт, купівля/продаж товарів, послуг і багато іншого. За останні три місяці глобальний рейтинг olx.ua піднявся з 427 до 422 місця, а рейтинг в Україні з 6 місця на 4. Загальна динаміка відвідувань сайту постійно зростає, позиція в загальному рейтингу піднімається з кожним місяцем. Загальна відвідуваність сайту станом на серпень 2022 року-69,9 млн. Україна є країною, де даний веб-сайт є найбільш популярним (92,6 % запитів з України). Серед відвідувачів переважають чоловіки(62,36 %); за віковою категорією – люди віком 25-34 роки(36,61%). Якщо розглядати динаміку трафіку за останній рік, то найбільшим він був у травні 2022 року, а найменшим у вересні 2021 року. Найбільше відвідувачі сайту зацікавлені в категорії «Новини і ЗМІ». Серед найбільших конкурентів сайту- besplatka.ua , izi.ua , prom.ua , obyava.ua , rozetka.com.ua та інші. Топ соціальними мережами, які направляють трафік на olx.ua , є Youtube, Facebook і Telegram.
Prom.ua	Лідер онлайн-торгівлі в Україні. Споживчі, промислові і оптові товари від сотень тисяч перевірених продавців. За останні три місяці глобальний рейтинг prom.ua піднявся з 1024 до 962 місця, а рейтинг в Україні залишається стабільним на 14 місці. Загальна динаміка відвідувань сайту постійно зростає, позиція в загальному рейтингу піднімається з кожним місяцем, хоч і в Україні поки залишається стабільною. Загальна відвідуваність сайту станом на серпень 2022 року-42,2 млн. Україна є країною, де даний веб-сайт є найбільш популярним (91,8 % запитів з України). Серед відвідувачів переважають чоловіки (58,62 %); за віковою категорією – люди віком 25-34 роки (39,24%). Якщо розглядати динаміку трафіку за останній рік, то найбільшим він був у травні 2022 року, а найменшим у березні 2022 року. Найбільше відвідувачі сайту зацікавлені в категорії «Новини і ЗМІ». Серед найбільших конкурентів сайту- zakupka.com.ua , bigl.ua , epicentrk.ua , allo.ua , rozetka.com.ua та інші. Топ соціальними мережами, які направляють трафік на сайт, є Youtube, Facebook і Instagram.

1	2
Rozetka	Інтернет-магазин електроніки, одягу і взуття, побутової техніки, автотоварів, товарів для дому і бізнесу. За останні три місяці глобальний рейтинг gozetka.com.ua піднявся з 1253 до 1097 місця, а рейтинг в Україні з 20 місця до 18. Загальна динаміка відвідувань сайту постійно зростає, позиція в загальному рейтингу піднімається з кожним місяцем. Загальна відвідуваність сайту станом на серпень 2022 року-36,1 млн. Україна є країною, де даний веб-сайт є найбільш популярним(92,73 % запитів з України). Серед відвідувачів переважають чоловіки(61,24 %); за віковою категорією – люди віком 25-34 роки(39,48%). Якщо розглядати динаміку трафіку за останній рік, то найбільшим він був у червні 2022 року, а найменшим у вересні 2021 року. Найбільше відвідувачі сайту зацікавлені в категорії «Новини і ЗМІ». Серед найбільших конкурентів сайту- prom.ua, bigl.ua, hotline.ua, allo.ua, comfy.ua та інші. Топ соціальними мережами, які направляють трафік на сайт, є Youtube, Facebook і Telegram
Pia	5400 000+ перевірених товарів на – безкоштовна дошка приватних оголошень по всій Україні. Загальна відвідуваність сайту станом на серпень 2022 року-24,6 млн. Україна є країною, де даний веб-сайт є найбільш популярним(92,77 % запитів з України). Серед відвідувачів переважають чоловіки(68,81 %); за віковою категорією – люди віком 25-34 роки(39,06%). Якщо розглядати динаміку трафіку за останній рік, то найбільшим він був у червні 2022 року, а найменшим у вересні 2022 року. Найбільше відвідувачі сайту зацікавлені в категорії «Новини і ЗМІ». Серед найбільших конкурентів сайту- prom.ua, bigl.ua, olx.ua, gozetka.com.ua, besplatka.ua та інші. Топ соціальними мережами, які направляють трафік на сайт, є Youtube, Facebook і Telegram.
Епіцентр	За останні три місяці глобальний рейтинг ericentrk.ua знизився з 2768 до 2801 місця, а рейтинг в Україні з 37 місця до 41. Загальна динаміка відвідувань сайту останнім часом падає, позиція в загальному рейтингу знижується з кожним місяцем. Загальна відвідуваність сайту станом на серпень 2022 року-16,5 млн. Україна є країною, де даний веб-сайт є найбільш популярним(94,88 % запитів з України). Серед відвідувачів переважають чоловіки(58,2 %); за віковою категорією – люди віком 25-34 роки(37,74%). Найбільше відвідувачі сайту зацікавлені в категорії «Новини і ЗМІ». Серед найбільших конкурентів сайту- prom.ua, bigl.ua, comfy.ua, gozetka.com.ua, allo.ua та інші. Топ соціальними мережами, які направляють трафік на сайт, є Youtube, Facebook і Telegram

Отже, з усіх обраних представників е-комерції та шопінгу в Україні лідером є olx.ua із 69,9 млн відвідувань за місяць, і спостерігається спільна тенденція до збільшення кількості відвідувань з березня 2022 р. по травень 2022 р, а потім показник залишався відносно незмінним (з незначними змінами).

Іншим показником оцінки трафіка і залученості споживача може слугувати час відвідування – скільки у середньому споживач витрачає часу на сайті за обраний період. Цей і наступні показники порівнюватимемо за період 3 місяців. Для порівняння між топ-3 сайтами період залишається незмінним – півроку. Між топ-3 сайтами спостерігається значна зміна у квітні – збільшення часу на сайті для усіх сайтів компаній.

Для загального огляду маркетингової стратегії розглянемо трафік по каналу прямого зв'язку. Для топ-3 сайтів бачимо стрімке зростання трафіку з березня по травень 2022 року, а потім стагнація. З червня 2022 року зростання відбувається повільнішими темпами.

Показник відмов показує відсоток відвідувачів, які продивились лише одну сторінку сайту перед тим, як його покинути (рис. 1) [2].

За допомогою тренду відвідування зовнішньої реклами на сайтах можемо побачити, на яких сайтах розміщення зовнішньої реклами було доцільнішим, на яких воно було відносно стабільним, а на яких переживало значних змін (рис. 2) [2].

Крім перелічених для аналізу сайтів використовуємо показник, що дає змогу оцінити трафік, який створюється для даних сайтів кліками на фото-, відео-рекламу (рис. 3) [2].

Bounce rate Mar 2022 - Aug 2022 | Worldwide | Desktop Only

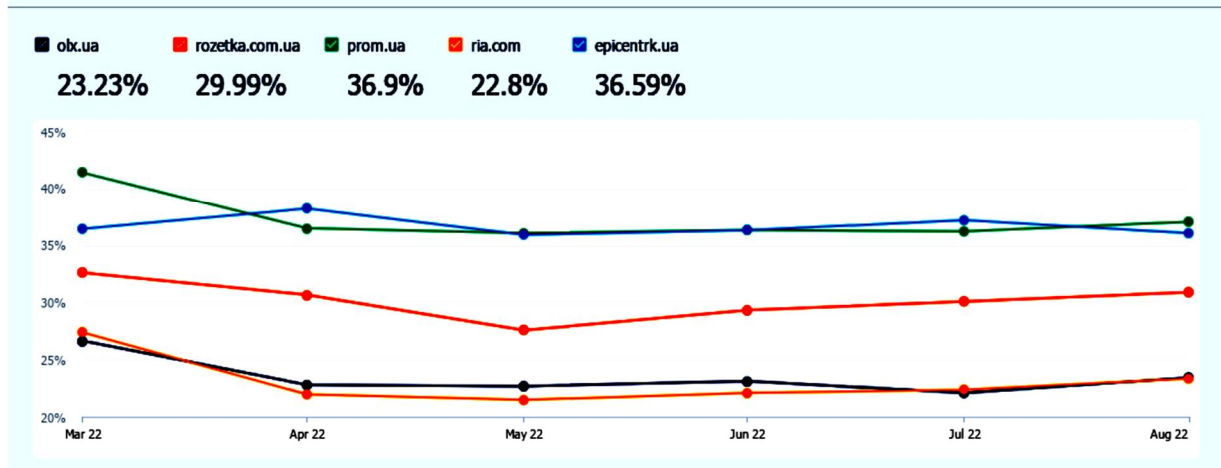


Рис. 1. Динаміка показника відмов топ-5 сайтів найбільш відвідуваних у сфері е-комерції та шопінгу в Україні

Outgoing Ads Chart from Mar 2022 to Aug 2022 Desktop Only | Worldwide

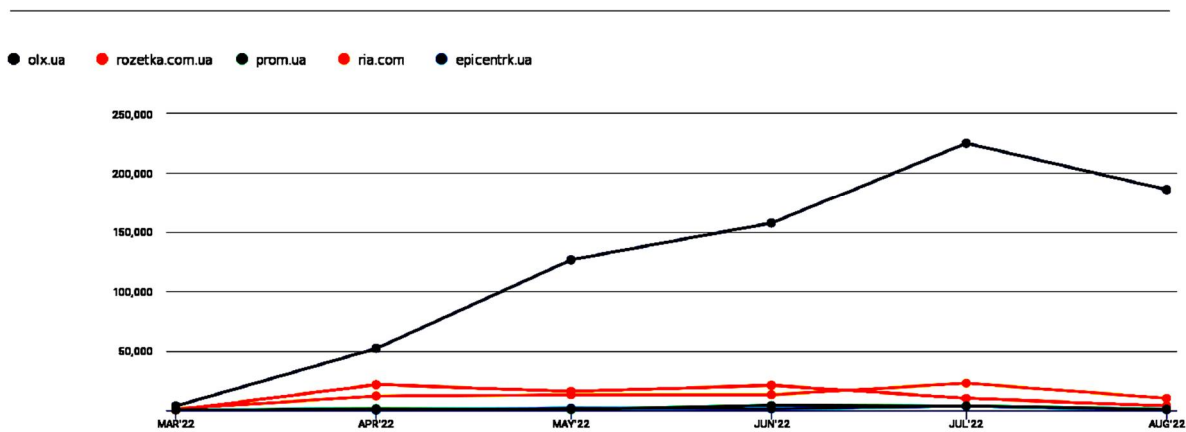


Рис.. 2. Динаміка показника відвідування зовнішньої реклами на сайтах топ-5 сайтів найбільш відвідуваних у сфері е-комерції та шопінгу в Україні



Рис. 3. Трафіку, що створюється кліками на фото-, відео-рекламу на сайтах для топ-5 сайтів найбільш відвідуваних у сфері е-комерції та шопінгу в Україні

Як бачимо, найефективнішою є реклама, яка приводила потенційних споживачів на сайт gozетка.com.ua, де показник стрімко зростає.

Отже, відповідно до усіх розглянутих показників можна побачити спад активності їхньої діяльності з початком війни в Україні, і поступове відновлення своєї роботи через кілька місяців і до сьогодні.

1. *Огляд e-commerce ринку України в 2017 році. URL: [HTTPS://PROMODO.UA](https://promodo.ua) (дата звернення 08.09.2022).*
2. *Сервіс SimilarWeb. URL: [HTTPS://WWW.SIMILARWEB.COM](https://www.similarweb.com) (дата звернення 08.09.2022).*

БІЛОТКАЧ І.А.
УНІВЕРСИТЕТ ІМ. АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ

ВПЛИВ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ ІНСТИТУЦІОНАЛЬНОГО СЕРЕДОВИЩА НА СТАН КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ОРГАНІЧНОГО АГРОБІЗНЕСУ В УКРАЇНІ.

Розвиток конкурентоспроможного сільського господарства має велике значення для створення робочих місць та забезпечення доходу товаровиробників в аграрному секторі економіки України особливо в період спаду промислового виробництва та інших соціальних та економічних негараздів. Не зважаючи на тяжкі обставини, в яких знаходиться на теперішній час наша держава, виробництво якісної та корисної сільськогосподарської продукції забезпечено певним попитом. Не зважаючи на військові дії, Україні в аграрному секторі потрібно зберегти напрям отримання якісної сільськогосподарської продукції яким є виробництво, обробка, пакування, переробка, транспортування та маркетинг органічної сільськогосподарської продукції [1].

Перед початком розширеної агресії Росії на територію України виробництво органічної продукції мало значний вплив на економічний розвиток як у міських, так і в сільських громадах. І, на теперішній час, виробникам сільськогосподарської продукції, адміністративному апарату регіональних громад та керівництву країни треба дбати про те щоб ті напрацювання що мало органічне аграрне виробництво як в інституціональних так і в інституційних складових не було втрачено і розвиток України сприяв отриманню безпечної та якісної сільськогосподарської продукції у майбутньому.

Ключовим фактором забезпечення позитивного розвитку економічних процесів в інституціональному та інституційному середовищі, пов'язаному з виробництвом та розподілом органічної сільськогосподарської продукції, фактором що покращить конкурентоспроможність органічного агробізнесу в Україні є діджиталізація всіх процесів що відбуваються в цій сфері [2].

У зв'язку з активним розвитком цифрових технологій, вміння використовувати переваги діджитал-технологій стає визначальним фактором забезпечення конкурентоспроможності всіх підприємств, зокрема підприємств аграрного сектору економіки.

Сам процес діджиталізації, при правильному його формуванні в масштабах підприємства та галузі, може забезпечити наступні конкурентні переваги:

- формування позитивного іміджу у як в онлайн так і в офлайн середовищі;
- можливість активної комунікації з реальними та потенційними клієнтами;
- економію ресурсного потенціалу підприємств за рахунок зниження логістичних витрат;
- економію витрат пов'язаних з оптимізацією маркетингової діяльності підприємств;
- покращенню інтегрального показника конкурентоспроможності продукції підприємств та самих підприємств.