

УДК 339.13

ОСОБЛИВОСТІ РИНКУ ПОСЛУГ ЕКСПРЕС-ДОСТАВКИ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Автор – Андрій Кузніцов¹, студ. гр. МАГ-22мп;

Науковий керівник – ст. викл. каф. ДеНОМ Олена Галушко²

¹12466699.kuznitsov@365.pgasa.dp.ua, ²galushko.olena@pdaba.edu.ua

Придніпровська державна академія будівництва та архітектури

Розвиток цифрової економіки призвів до зміни інфраструктури ринків, а також діяльності операторів цих ринків. Послуги експрес-доставки товарів відіграють важливу роль в інфраструктурі ринку в умовах розвитку електронної комерції. Відбулася переорієнтація роботи поштових служб з доставки поштових та грошових відправлень на доставку товарів, придбаних в інтернет-магазинах, що зробило їх ключовою ланкою в сучасному ланцюжку продажу. Компанії експрес-доставки також надають послуги зберігання та пересилання відправлень, що дозволяє покупцям отримувати товари у зручний для них час у зручному місці. Завдяки послугам експрес-доставки компанії мають можливість розширювати свій бізнес і досягати нових ринків, не обмежуючись географічними рамками, а також економити значні витрати, необхідні для відкриття і функціонування оффлайн магазинів. Поштові оператори забезпечують достатньо безпечну та надійну експрес-доставку, що є важливим фактором для задоволеності покупців та підтримання репутації компаній-продавців.

Не зважаючи на негативну динаміку економіки України в останні роки, за швидкістю розвитку електронної комерції Україна займала друге місце в Європі – у 2019 році в інтернет-магазинах українці витратили 80 млрд грн. При цьому на доставці товарів, придбаних в інтернет-магазинах, поштові оператори заробили щонайменше 3,5 млрд грн, на онлайн сплатах – 1,9 млрд грн. [1]. Згідно дослідження, проведеного компанією GfK у 2020 році, близько 33 % населення України здійснювали онлайн-покупки (це близько 7 млн осіб). Ринок експрес-доставки України суттєво збільшився в об'ємі, що можна пояснити сталим зростанням популярності онлайн-покупок з 2017 року. За кілька років внутрішній ринок доставки зріс у 1,75 рази, із середньорічним темпом зростання на 20%. Лише у 2020 році ринок зріс на 93 мільйони доставок, що становить приголомшливе зростання майже на третину (на 27 %) [2].

На українському ринку експрес-доставки домінує «Нова пошта» із часткою 60–65 % та «Укрпошта» (близько 20 %). Міст Експрес займає близько 2 % внутрішнього ринку, власні служби інтернет-магазинів 8 %, решту ринку займають близько 50 дрібних операторів [2].

Пандемія Covid-19 зіграла значну роль в активізації онлайн-покупок в Україні. Оскільки люди були змушені залишатися вдома через карантини та заходи соціального дистанціювання, вони звернулися до онлайн-шопінгу як до безпечного та зручного способу покупки товарів. Ця тенденція зберегалася навіть після вщухання пандемії, оскільки споживачі звикли до зручності онлайн-покупок. Отже, незважаючи на певні проблеми в економіці і відставання від інших країн (у 2020 році кількість онлайн-покупок у Польщі була в 1,7 раза вищою, ніж в Україні, незважаючи на схожий рівень проникнення Інтернету та частку онлайн-покупців), прогнози розвитку вітчизняного ринку були оптимістичні. Оператори прогнозували, що український ринок все ще має значний простір для зростання, оскільки все більше споживачів роблять покупки онлайн, а електронна комерція продовжує розширюватися.

Але за два перші місяці війни український бізнес втратив більше, ніж за два роки пандемії, що відобразилось і на падінні обсягів електронної торгівлі. В умовах військових дій багато транспортних компаній були змушені обмежити свою діяльність або повністю припинити роботу в зонах конфлікту, що призвело до зміни асортименту оффлайн магазинів, але знову ж таки підштовхнуло споживачів до купівлі в інтернеті. Вже до кінця 2022 року кількість онлайн-покупок в Україні почала відновлюватися до рівня 2021 року та склала майже 2/3 від його показників [3].

Майбутня ситуація на ринку експрес-доставки залежить, перш за все, від активності військових дій, отже наразі ситуацію важко прогнозувати. Серед основних ризиків роботи служб експрес-доставки можна виділити наступні: інфраструктура може бути зруйнована, що ускладнює доставку відправлень; підвищується ризик втрати або ушкодження відправлень; збільшується час доставки через перевірки і контроль в зонах конфлікту. Все це призведе до зростання вартості доставки. Але попит на ці послуги точно не зникне, адже електронна комерція продовжує залишатися ефективною.

Список використаних джерел

1. Люди купували більше, середній чек зменшився, вартість доставки зросла. Яким був український ecommerce у 2019 році. EVO. Business, 2019. URL: <https://evo.business/lyudi-kupuvali-bilshe-serednij-chek-zmenshivsyavartist-dostavki-zroslo-yakim-buv-ukra%D1%97nskij-commerce-u-2019-roci/>
2. Тараненко О. Аналіз ринку експрес-доставки в Україні. *Економічний аналіз*. 2020. Т. 30, № 4. С. 84–92.