

НЕОБХІДНІСТЬ ЗАСТОСУВАННЯ МІЖНАРОДНОГО ДОСВІДУ ВИКОРИСТАННЯ КЕШБЕКІВ ДЛЯ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В УКРАЇНІ

Похилько С.В.,

*к.е.н., доц., доцент кафедри фінансів і підприємництва,
Сумський державний університет, м. Суми,
вул. Римського-Корсакова, 2, м. Суми, 40007, Україна
тел. 0542335383, email: s.pokhylko@finance.sumdu.edu.ua*

Єременко А.Ю.,

*магістрант кафедри фінансів і підприємництва,
Сумський державний університет, м. Суми,
тел. 0542335383, email: eremenko982@ukr.net*

Стаття присвячена дослідженню розвитку кешбеків та кешбек-сервісів, аналізу вітчизняного та зарубіжного ринків кешбеків. З розвитком цифрової економіки починається новий етап в історії кешбеку. Завдяки сучасним технологіям доступу в Інтернет, використовуючи комп'ютери і смартфони, спостерігається суттєвий сплеск у здійсненні електронної комерції та м-комерції. Банківські інституції емітували дебетові та кредитові карти з функцією кешбеку, онлайн торгівля набула кешбек-партнерів, а покупці використовують ефективний інструмент при купівлі онлайн. Розглянуто вплив даного інструменту на розвиток електронної комерції. У дослідженні приділяється увага посередницьким організаціям, як учасникам відносин між банком і клієнтом, магазином і покупцем. Проведено аналіз функціонування сайтів магазинів, які використовують платформу кешбеку та кешбек-сервісів. За результатами аналізу показників було визначено частку електронної комерції в Україні та встановлено відсоток збільшення покупок українцями через мережу інтернет. На основі проведеного дослідження констатовано недостатню популярність використання кешбеків та кешбек-сервісів в Україні. Аналіз сучасного стану ринку кешбеку в Україні встановив, що коло українських кешбек-сервісів не є великим. Можливість зростання частки інтернет-магазинів з кешбеком в Україні даватиме поштовх на збільшення кількості даних сервісів. Гарним кроком в даному напрямку буде підвищення відсотків кешбеку при купівлі в мережі інтернет, не складне виведення коштів без обмежень з кешбек карток. Відсутність плати за річне користування картками з функцією кешбеку також слугуватиме залученню нових клієнтів до кешбек-сервісів та покупок до інтернет-магазинів. Для подальшої популяризації запропоновано застосування механізму кешбеку при запуску нових програм та стартапів, в тому числі на державному рівні, розширення кола банків, емітуючих кредитні карти з функцією кешбеку та перегляд умов функціонування даних карток. Все це суттєво спонукатиме до розвитку електронної та м-комерції в Україні відповідно сучасному стану світової економіки.

Ключові слова: кешбек, електронна комерція, cashback-сервіс, цифрова економіка, м-комерція.

DOI: 10.21272/1817-9215.2020.1-05

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

У сучасних умовах кешбеки та кешбек-сервіси є інструментами стимулювання електронної комерції, заохочуючи покупців здійснювати купівлю в онлайн режимі. Але недостатня популярність користування ними в Україні спонукає до аналізу теоретичних аспектів даного питання, встановлення причин та пошуку практичних проблем їх широкого використання на українському ринку електронної комерції. Тому дослідження функціонування кешбеків та кешбек-сервісів є актуальним на даному етапі розвитку цифрової економіки, оскільки вони являються стимулюючим фактором не тільки для електронної комерції, а впливають на розвиток економіки в цілому сьогодні та закладають тенденції її розвитку на майбутнє.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Особливості електронної комерції досліджували вітчизняні та зарубіжні науковці, як Nemand Joshi, В. В. Апопій, У. О. Балик, Dave Chaffey, Tanya Hemphill, І. В. Бурачек, К. Е. Кендалл, В. М. Клочко, Н. М. Кривошеєва, С. В. Маловичко, Е. Мелз, В. Л. Плєскач, Т. П. Затонацька, які пояснюють, що електронна економічна діяльність забезпечує повний цикл бізнес-процесів, що включають замовлення товарів та послуг за допомогою сучасних електронних платіжних систем. В. М. Антонов, Ю. В. Бондарчук пояснюють, що сторони можуть взаємодіяти за

допомогою електронних технологій в будь-яких формах ділових операцій. А. В Волокитін, А. П. Маношкін розкрили тему здійснення підприємницької діяльності з використанням мережі Інтернет, зокрема продажів товарів та послуг, банківського обслуговування та платіжних систем, реклами і розміщення інформації, закупівлі. В. В. Царьов, А. А. Канторович обґрунтували селекцію інтерактивних методів ведення бізнесу та пропозиції з надання товарів і послуг. Усі форми торгівлі товарами і послугами використовують електронні засоби з допомогою мережі Інтернет [1].

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Мета статті полягає у дослідженні сутності кешбеків та кешбек-сервісів, їх впливу на розвиток електронної комерції в Україні і у світі, оцінюванні стану ринку кешбеків та кешбек сервісів, аналізі популярності кешбеків в Україні.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

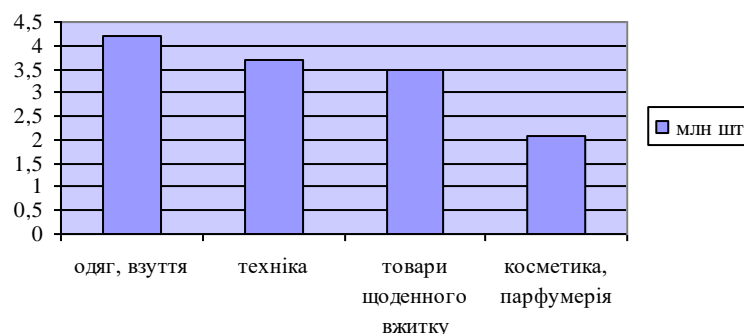
Електронна комерція, або e-commerce - це сфера економіки, за якої торгівлі і фінансові операції проводяться в інтернеті.

Поширення доступу в Інтернеті через комп'ютери і смартфони у всьому світі сприяє розширенню електронної комерції. Дані технології дозволяють сектору електронної комерції бути більш доступною і ефективною. Цифрова економіка стрімко розвивається. На даний момент з 8 млрд живучих людей на нашій планеті підключені до інтернету 7 млрд їх гаджетів. Експерти прогнозують, що до 2022 року буде підключено до інтернету 50 млрд гаджетів (за даними дослідницької компанії Juniper Research).

Електронна комерція посідає значне місце на фінансовому ринку світу [2]. Серед загального об'єму торгівлі електронна комерція складає лише 5 %, але із року в рік її темпи росту підвищуються. Так, за даними EVO.Business, за швидкістю розвитку електронної комерції Україна займає друге місце в Європі [3]. В 2018 році в інтернет-магазинах українці витратили 60 млрд грн., а в 2019 – 80 млрд грн. [4], що свідчить про суттєве зростання даного сектору економіки в нашій країні.

Світовим лідером електронної комерції є китайський ринок. В 2019 році обсяг валового товарообороту склав 4,1 трлн євро. Передбачається, що в 2021 році GMV (загальний об'єм обороту товару) електронної комерції в Китаї дорівнюватиме 44,7 млрд євро [5]. На AliExpress припадає понад 80% всіх покупок в Інтернеті в Китаї і має глобальну присутність [6]. За прогнозами Statista, проведення міжнародних торгових транзакцій буде сягати більше 22% світової електронної торгівлі.

Громадяни України в 2019 році надавали перевагу наступним категоріям товарів: одягу, взуттю, техніці, косметичці, парфумерії та товарам щоденного вжитку.



Діаграма 1 – Категорії товарів, які українці купували в інтернеті в 2019 році [складено авторами на основі 7]

Однією з привабливих характеристик купівлі в інтернеті є кешбек.

Кешбек (від англ. Cashback або амер. Cash back - повернення готівки) - це гроші, які можна вивести на банківську карту, мобільний телефон або електронний гаманець, з можливістю розпоряджатися даними коштами поза межами конкретного інтернет-магазину [8].

Історія кешбеку почалася в 1891 році, коли в американській компанії Green Shield придумали рекламний трюк для залучення нових клієнтів. Фірма Green Shield випускала марки, які покупці могли обміняти на знижки, товари або готівку. До цього інші продавці також створювали різні акції, наприклад, випускали мідні жетони. Такий грошовий сурогат став популярним. Дані жетони можна було збирати і обмінювати на товари зі спеціального каталогу. Але даний інструмент приваблював нових клієнтів тільки на протязі певного періоду.

Суттєвого розвитку даний механізм набув в той час, коли до даної схеми додали партнерів – сучасні кешбек-сервіси. Саме партнер займається залученням клієнтів і, отримуючи значні знижки, клієнти перетворюються на постійних покупців. Поступово кількість подібних сервісів зросла, що слугувало імпульсом для створення схем передачі грошей за товар.

Даний фінансовий інструмент діє за принципом бонусної програми для підвищення купівлі товарів і залучення клієнтів. Зазвичай використовується в таких сферах, як показано на рисунку 1.

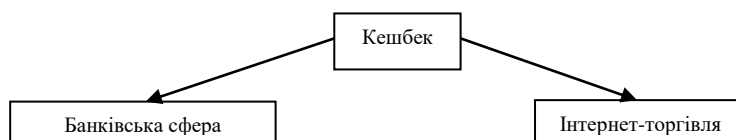
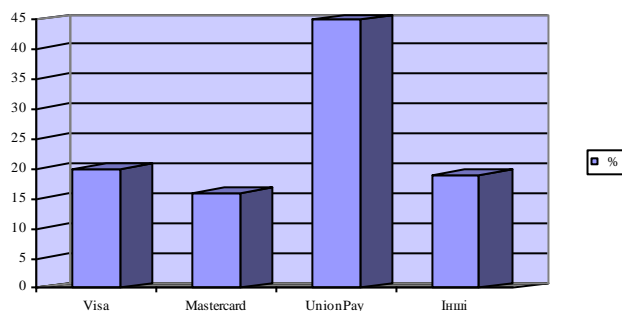


Рисунок 1 – Сфери використання кешбеку [складено авторами на основі 9]

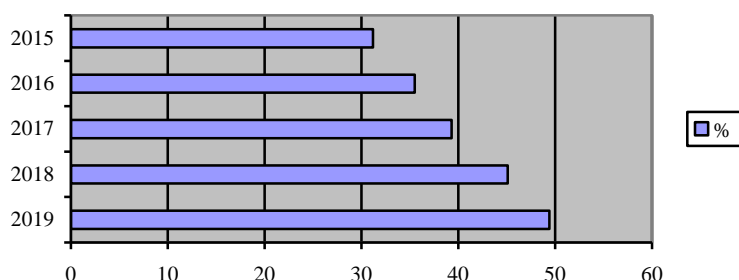
Банківська сфера не так давно почала розвиватися в напрямку емісії карток з функцією кешбеку, але вже набирає обертів, бо для клієнтів ця функція є дуже зручною. Коли власник карти здійснює покупки, то частина вартості автоматично зараховується на карту. Також є різні види бонусних програм, де йде зарахування не грошей, а балів. Також окремі банки надають кешбек при покупках в окремих магазинах, ресторанах, або кафе та бензозаправках. Банки також зацікавлені у використанні даного інструменту, адже маючи гроші на банківських картах вони можуть надавати їх в борг під відсотки. До того ж, відсоток за оплату покупок їх картою банк бере з магазинів і цей же відсоток або частково компенсує закладений в карті кешбек, або повністю покриває його [9].

Нове дослідження Global Payment Cards Data and Forecasts to 2024 показує, що в кінці 2018 року в обігу перебувало 16 млрд платіжних карт. Це на 10% більше, ніж в 2017 році. Такому зростанню сприяють зусилля урядів по всьому світу, які активно залучають населення у фінансову систему [10].



Діаграма 2 – Використання найбільш популярних видів банківських карт в світі в 2018 році [складено авторами на основі 10]

Фінансові технології та електронна комерція також набирають обертів в Україні. На сьогоднішній момент спостерігається зростаюча тенденція використання банківських карт, але оплата готівкою все рівно перевищує. Так оплата картою в 2019 році склала 49,4 %, а оплата готівкою – 50,6 %.



Діаграма 3 – Безготівкова оплата покупок українцями (складено авторами на основі [11])

В Україні кешбек набув популярності з 2015 року і кількість банків з такою функцією зростає з 2 до 15 банків. На кінець 2019 року, за даними компанії «Простобанк Консалтинг» тільки 11 з 30-ти банківських установ пропонують послугу з кешбеку в тій чи іншій його варіації [12].

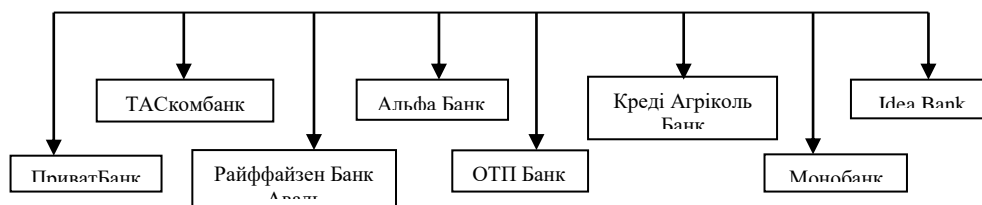


Рисунок 2 – Найпопулярніші банки України з функцією кешбеку [складено авторами на основі 13]

Наведемо основні переваги та недоліки користування банківськими картами з кешбеком.

Таблиця 1 – Переваги та недоліки банківських карт з кешбеком [складено авторами на основі 14]

Переваги	Недоліки
Користування і дебетовою, і можливістю кредитною картами, де відсоток кешбека при кредитній карті є більшим.	Платне річне обслуговування.
Повернення частини вартості від усіх покупок.	Низькі ставки поза спецкатегоріями.
Існують категорії з підвищеним кешбеком. При окремих видах покупок, зазначеним банком, відсоток повернення є більшим.	Обмеження на виведення цих накопичених коштів.
Відсотки приходять на карту і їх можна використовувати.	Іноді зустрічаються додаткові вимоги.

Розглянемо, наприклад, декілька банківських кешбек карт України та проаналізуємо особливості їх функціонування.

- Альфа-Банк: карта «Максимум» та Cash`U CLUB. За допомогою карти клієнт міг отримувати кешбек в АЗС, торгових мережах та ресторанах, і при використанні кредитних коштів кешбек становив до 5%, а на даний момент клієнт може повернути до 10000 грн щомісяця і максимальний кешбек становить 20%. Також є бонусна

система при якій за витрачені 2 гривні нараховується 1 бонус, який потім можна обміняти на гроші через онлайн-додаток банку.

- Карта Monobank. У користувачів карти monobank є можливість напочатку кожного місяця вибирати категорії товарів, на які нараховуватиметься кешбек. Вони постійно оновлюються і також змінюється і відсоток кешбеку з ними. Максимальну суму в місяць клієнт може вивести 500 грн кешбеку, і неважливо скільки грошей було витрачено.

- Приватбанк: кредитка «Універсальна» та «Бонус Плюс». Найбільший банк України для користувачів банківських карт «Універсальна» запустили програму «Бонус Плюс». Розмір бонусу складає від 1% до 20% за безготівкові розрахунки за товари і послуги. Ці гроші повертаються на спеціальний бонусний рахунок, з якого зняти їх не має можливості. Скористатися даними коштами покупці мають право в магазинах, які підтримують цю програму «Бонус Плюс». Це не дуже зручний спосіб для клієнтів.

- ТАСкомбанк: кредитна карта «Велика п'ятірка». Карта підтримує бонусну програму «Заощаджуй на покупках з ТАСкомбанк», яка повертає 2% від суми покупок в супермаркетах, магазинах і АЗС.

В порівнянні з США, де Cashback кредитних карт швидко зростає, він є найбільш ефективною і розповсюдженою схемою лояльності, так як користувачі карт впевнені в тому скільки вони зароблять на кожній покупці. У співпраці з JP Morgan Chase і Visa Amazon запустили свою кредитну карту для повернення відсотків від покупок в США, які отримують 5% кешбек за товари, які купують на Amazon, і 2% з покупки, що здійснюються при оплаті в ресторанах і на автозаправних станціях.

На відміну від банків, Інтернет-магазини повернення грошей не пропонують. Для цього існують спеціальні CashBack-сервіси. Покупцеві потрібно зареєструватися і купити товар зі списку магазинів, з якими цей CashBack-сервіс співпрацює. Цей сервіс бере на себе пошук і залучення нових клієнтів в магазин. Він отримує від магазину відсоток з продажів, який частково і йде покупцям. Кешбек-сервіси укладають комерційні угоди з великою кількістю компаній, здійснюючих електронну комерцію, з яких вони отримують певний відсоток від кожної торгової транзакції, здійсненої завдяки їм. Кілька років тому про можливість повернення грошей через кешбек знали самі «просунуті» користувачі, на сьогоднішній день кешбек-сервіси обслуговують близько 10 мільйонів покупців. До того ж кешбек-сервіси дають винагороду за нових покупців. Обсяг ринку кешбеку в 2015 році становив приблизно 100 мільярдів доларів в світі і швидко росте і складає один з рушійних чинників зростання індустрії електронної комерції.

Багато сайтів пропонують покупку з кешбеком, наприклад AliExpress. Даний тренд підтримують такі відомі онлайн-магазини: Gearbest, Rozetka, Citrus, MOYO, Comfy, Amazon, Joom, Asos, Booking.com, Adidas, Makeup, Philips, Colin's, Tefal, Lamoda, Monobank, IHerb, Watsons, Sushi Master UA та інші.

Схема роботи кешбек-сервісів показана на рисунку 3.



Рисунок 3 – Схема роботи кешбек-сервісів [складено авторами на основі 8]

Кешбек-сервіси відрізняються один від одного за своїми складовими, такими як показано на рисунку 4.

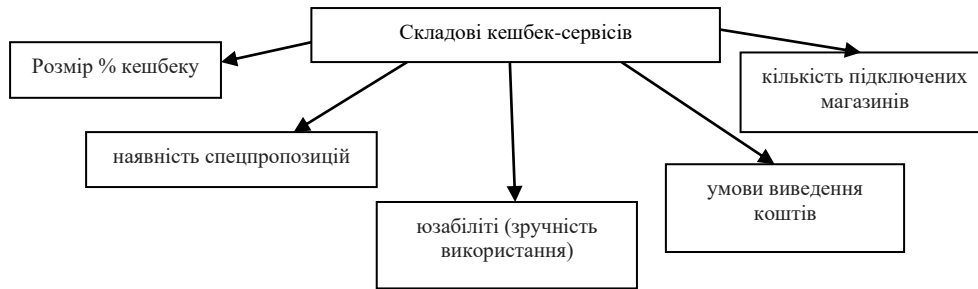


Рисунок 4 – Складові кешбек-сервісів [складено авторами на основі 14]

Наведемо плюси та мінуси користування кешбек-сервісами при купівлі в Інтернет-магазинах в таблиці 2.

Таблиця 2 - Переваги та недоліки користування кешбек-сервісами в Інтернет-торгівлі [складено авторами на основі 14]

Переваги		Недоліки
На сайті магазину-партнера можна дізнатися відсоток та суму, яку покупець отримає. Великий список виведення коштів: банківська карта, мобільний рахунок, електронний гаманець.	Безкоштовне і просте користування та реєстрація в кешбек-сервісах. Великий вибір сервісів. Чим дорожчий товар, тим більша сума кешбека покупу.	Виведення коштів дають з фіксованої суми. Магазины можуть мати малий відсоток кешбеку.

За даними звіту Cashback Industry Report, в 2015 році у світі було 235 кешбек-сервісів. 51 з них знаходиться в США, де вартість галузі становить 84 мільярди доларів, ще 48 в Великобританії і 135 в інших країнах Європи [15].

Наприклад, американська кешбек компанія Ebates щороку отримує дохід близько мільярда доларів. Британська платформа Quidco об'єднує 5 мільйонів користувачів і 5 тисяч партнерів. Вона реєструє в день 90 тисяч людей. Відсоток кешбеку перевищує 10%. В Італії кешбек-індустрія все ще перебуває на початковому етапі. Найпопулярніший веб-сайт Bestshopping.com має близько 200000 користувачів. На сайті близько 1000 партнерів, в тому числі лідируючі платформи електронної комерції, такі як Amazon, Zalando, eBay і Yahoo. За даними Netcomm, італійського консорціуму електронної комерції, тільки 2,4% з 21 мільйона італійців, які роблять покупки в Інтернеті, використовують платформи кешбеку [15].

Ринок кешбеків продовжує зростати більш ніж на 20% в рік, і 64% користувачів електронної комерції отримують знижки в формі кешбеку або купонів. Крім того, 71% користувачів електронної комерції хочуть мати більш вигідні пропозиції повернення грошей, і дослідження показало, що майже 50% покупців з більшою ймовірністю куплять товар, якщо вони зможуть об'єднати купон і кешбек-пропозицію [16].

Кешбек-сервіси тільки починають розвиватися на українському ринку e-commerce та m-commerce. В Україні ідея «кешбеку» виникла в 2017 р., після того, як Інститут соціально-економічної трансформації оприлюднив результати наукових досліджень, де було проаналізовано досвід багатьох країн щодо зменшення можливостей уникнення від сплати податків [17-20].

Розглянемо основні кешбек-сервіси в Україні.

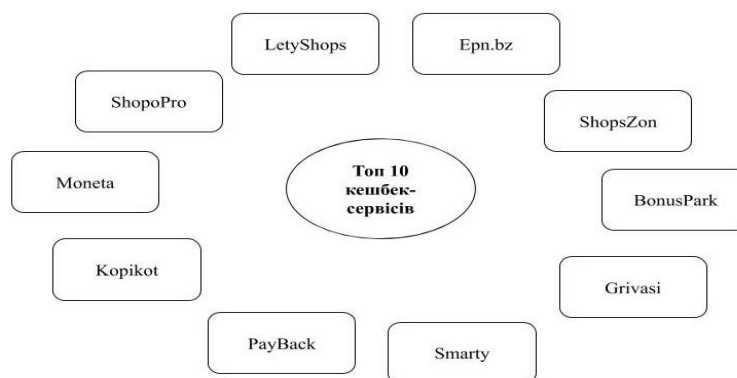


Рисунок 5 – Топ 10 кешбек-сервісів в Україні [складено авторами на основі 21]

Розглянемо розмір бонусів, які пропонують магазини з різних сегментів ринку.

Таблиця 3 – Розмір бонусів кешбек-сервісів [складено авторами на основі 21]

кешбек-сервіси / магазини	Grivasi	LatyShops	PayBack	Moneta	Kopikot	BonusPark	Smarty.Sale
Aliexpress	До 6%	До 5%	До 5%	До 15%	До 3,95%	До 5%	До 45%
Rozetka.ua	До 5%	До 4%	До 4%	До 4%	До 4%	До 2,5%	До 8%
Booking	3,2%	3%	1,93%	3%	4%	3,2%	2,31%
Comfy.ua	2,1%	1,5%	1,5%	2%	1,5%	1,8%	1,5%
Ebay	8,6%	-	До 1%	-	-	-	-
Banggood	4,8%	3%	3%	5%	3%	5%	3%

Новим інструментом в сфері кешбеків в Україні є те, що з 10 січня 2020 році український стартап «Штрафи UA» зі співпрацею Міністерства інфраструктури ввів в дію сервіс «Безпечне водіння», який визначає рівень безпечності водіння автомобілем і за водіння без порушень нараховує кешбек з суми страхування [22]. Водію потрібно увімкнути цей сервіс під час поїздки, і при обережному користуванні, за дотримання швидкості, без різких гальмувань і розмов по телефону нараховується кешбек – до 18 % з суми страхування. Розмір знижки залежить від манери водіння. Даний інструмент має на меті зменшити число ДТП на дорогах України. На сьогодні сервісом користується близько 10 500 людей.

Автори також вважають за можливе застосувати картки з функцією кешбеку при укладанні договорів недержавного пенсійного страхування [23].

Можна прогнозувати, що кешбеки та використання кешбек-сервісів в Україні стануть невід’ємною частиною купівлі товарів і послуг.

ВИСНОВКИ

Отже, кешбек це – інструмент, який працює у вигляді повернення частини коштів від суми куплених через мережу Інтернет товарів чи послуг. Кешбек є стимулом для залучення клієнтури до онлайн-магазинів та банківських установ. Тому інтернет-сервіси та банки в усьому світі почали включати дану привабливу послугу в свою діяльність в значних масштабах: користування кешбек-сервісами, купівля товарів через інтернет, здійснення купівлі за допомогою банківських карт, які нараховують відсоток кешбеку при оплаті даними картками – все це сприяє розвитку електронної та мобільної комерції і стимулює розвиток економіки в цілому. Сьогоднішня ситуація в Україні характеризується не значною кількістю банків, що імітують карти з опцією

кешбеку, лише 11 установ, в той час як кількість банківських кешбек-карт стрімко зростає в інших країнах. Більш того, навіть серед тих банків, які пропонують можливість використання даної послуги, встановлено плату за річне користування такою картою, що відштовхує клієнтів, існують низькі ставки поза спецкатегоріями покупок та обмеження на виведення накопичених коштів.

Коло українських кешбек-сервісів також малочисельне. Зростання частки інтернет-магазинів з кешбеком в Україні збільшуватиме попит на такі сервіси. Стимулюючими мірами для залучення нових клієнтів та покупців будуть підвищення відсотків кешбеку, просте виведення коштів без обмежень. При створенні стартапів та нових проектів держава повинна урахувати можливість функції кешбеку, що слугуватиме популяризації даного інструменту серед громадян. Подальшого доопрацювання потребують механізми застосування та умови надання кешбеку в Україні з метою демонстрації виключних переваг використання кешбеку покупцями.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Палеха Ю. І., Горбань Ю. І. Інформаційний бізнес. Київ: Вид-во Ліра-К, 2019. 492 с.
2. *Juniper Research*: веб-сайт. URL: <https://www.juniperresearch.com/resources/news> (дата звернення: 11.05.2020).
3. Савчук Т. Інтернет-торгівля та нюанси оподаткування, пов'язані з нею. *Юрист і закон*. 2020. №07. URL: <https://id-legalgroup.com/ua/novosti/internet-torgovlya-i-nuansi-nalogooblozheniya--svyazannie-s-nei---tatyana-savchuk--auditor-ID-Legal-Group--dlya-jurnala-urist-i-zakon> (дата звернення: 11.05.2020).
4. Несходовський І. PPO, кешбек для покупця: навіщо потрібні ці інновації. *ЛІГА.Фінанси*. 2019. URL: <https://rpr.org.ua/news/rro-keshbek-dlia-pokuptsia-navishcho-potribni-tsi-innovatsii/> (дата звернення: 11.05.2020).
5. *Statista's Digital Market Outlook*: веб-сайт. URL: <https://www.statista.com/outlook/247/100/furniture-appliances/worldwide> (дата звернення: 12.05.2020).
6. Nemand Joshi. Future of e-Commerce. India, 2015. 40 с.
7. *EVO.Business*: веб-сайт. URL: <https://evo.business/lyudi-kupuvali-bilshe-serednij-chek-zmshivshya-artist-dostavki-zrosla-yakim-buv-ukraïnskij-ecommerce-u-2019-roci/> (дата звернення: 12.05.2020).
8. Що таке кешбек? Як працюють кешбек-сервіси? *PayBack*: веб-сайт. URL: <https://payback.ua/how> (дата звернення: 12.05.2020).
9. Кешбек - що це таке простими словами і які сервіси повернення грошей за Cash Back краще використовувати. *KtoNaNovenkogo*: веб-сайт. URL: <https://ktonanovenkogo.ru/web-obzory/keshbek-cto-eto-takoe-cash-back-servisy.html> (дата звернення: 13.05.2020).
10. *Global Payment Cards Data and Forecasts to 2024*: веб-сайт. URL: <https://www.paymentscardsandmobile.com/continued-growth-in-china-cements-unionpay-as-the-worlds-largest-card-scheme/> (дата звернення: 14.05.2020).
11. *Національний банк України*: веб-сайт. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/2651458-ukraïniv-zaklikaut-vidmovitisa-vid-gotivki.html> (дата звернення: 14.05.2020).
12. *Простобанк* *Консалтинг*: веб-сайт. URL: https://bankchart.com.ua/plastikov_i_kartki/stati/povernennya_chastini_vitrachenih_koshtiv_na_kartu_scho_propo_nuyut_banki_za_poslugoju_cash_back (дата звернення: 14.05.2020).
13. Кешбек без обмежень: який банк повертає більше всіх. *Мінфін України*: веб-сайт. URL: <https://minfin.com.ua/2019/02/14/36730734/> (дата звернення: 15.05.2020).
14. Іванов О. Кешбек банківської карти. *Beasthackerz*. 2019. URL: <https://beasthackerz.ru/uk/zhestkij-disk/cto-takoe-keshbek-i-kak-ego-poluchit-vazhnye-kriterii-pri-vybore.html> (дата звернення: 15.05.2020).
15. Cashback Industry Report. Cashback: a winning marketing strategy. London. 2018. URL: <https://tendercapital.com/en/cashback-a-winning-marketing-strategy/> (дата звернення: 15.05.2020).
16. COINCOME. Distributed Cashback Service/eds. Mitsutaka Hamada, Ko Hanamizu, Melvin Wo. Japan: Makers Farm Pte. Ltd, 2020. 37 с.
17. Іваненко О. Особливості національного «кешбеку». *Бізнес*. 2018. URL: <https://business.ua/business/2573-osoblivosti-natsionalnogo-keshbeku> (дата звернення: 15.05.2020).
18. Теоретико-методичні засади відповідального портфельного інвестування як інструменту фінансового забезпечення сталого розвитку економіки [Текст]: звіт про НДР (проміжний) / кер. Д.В. Леус. - Суми: СумДУ, 2016. - 99 с. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/67799>
19. Фінансово-економічне обґрунтування екологічно спрямованого інноваційного розвитку [Текст]: звіт про НДР (заклучний) / Кер. Т.В. Касяненко. - Суми: СумДУ, 2016. - 90 с. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/53268>
20. Інвестиційно-фінансові механізми еколого-орієнтованого розвитку регіонів [Текст]: звіт про НДР (заклучний) / Кер. С.В. Похилько. - Суми: СумДУ, 2014. - 50 с. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/39515>
21. Кешбек-сервіси України. *Back.on*: веб-сайт. URL: https://back.one/cashback-services/ukraine?utm_source=google&utm_campaign=1948613716&utm_medium=73610828154&utm_content=351244675105&utm_term=%2B%D0%BA%D0%B5%D1%88%D0%B1%D0%B5%D0%BA%20%2B%D1%81

%D0%B5%D1%80%D0%B2%D0%B8%D1%81%D1%8B%20%2B%D1%83%D0%BA%D1%80%D0%B0%D0%B8%D0%BD%D0%B0&gclid=Cj0KCQjwhT1BRCiARIsAGIY51IPgMiJ486-HeJ6ANHzTArunETGvuJ9Wz818hPJ4V9HqakxhivUdegaAipgEALw_wcB (дата звернення: 15.05.2020).

22. Українці створили сервіс, який сплачує кешбек за безпечне керування авто. *Економічна правда*. 2020. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2020/02/11/656949/> (дата звернення: 15.05.2020).

23. Похилько С. В., Миргородська В. С. Аналіз ефективності недержавних пенсійних фондів України і напрями її підвищення з урахуванням інноваційних підходів країн ЄС. *Інфраструктура ринку*. 2019. №37.

REFERENCES

1. Palekha Yu. I., Horban Yu. I. (2019). *Informatsiyni biznes*. [Information business]. Kyiv: Vyd-vo Lira-K [in Ukrainian].
2. *Juniper Research*. Available at: <https://www.juniperresearch.com/resources/news> (accessed 11.05.2020).
3. Savchuk T. (2020). Internet-torhivlia ta niuansy opodatkuвання, poviazani z neiu. [Online commerce and the nuances of taxation associated with it]. *Yuryst i zakon*, 07. Available at: <https://id-legalgroup.com/ua/novosti/internet-torgovlya-i-nuansi-nalogooblojeniya--svyazannie-s-nei---tatyana-savchuk--ayditor-ID-Legal-Group--dlya-jurnala-urist-i-zakon> (accessed 11.05.2020).
4. Neshkodovskyi I. (2019). RRO, keshbek dlia pokuptsia: navishcho potribni tsi innovatsii. [RRO, cashback for the buyer: why do we need these innovations]. *LIHA.Finansy*. Available at: <https://tpr.org.ua/news/ro-keshbek-dlia-pokuptsia-navishcho-potribni-tsi-innovatsii/> (accessed 11.05.2020).
5. *Statista's Digital Market Outlook*. Available at: <https://www.statista.com/outlook/247/100/furniture-appliances/worldwide> (accessed 12.05.2020).
6. Hemand Joshi. (2015). *Future of e-Commerce*. India.
7. *EVO.Business*. Available at: <https://evo.business/lyudi-kupuvali-bilshe-serednij-chek-zmenshivsyavartist-dostavki-zrosla-yakim-buv-ukraïnskij-ecommerce-u-2019-roci/> (accessed 12.05.2020).
8. Shcho take keshbek? Yak pratsiuut keshbek-servisy? [What is cashback? How do cashback services work?]. *PayBack*. Available at: <https://payback.ua/how> (accessed 12.05.2020).
9. Keshbek - shcho tse take prostymy slovamy i yaki servisy povremennia hroshei za Cash Back krashche vykorystovuvaty. [Cashback - what is it in simple words and what cashback services for Cash Back is better to use]. *KtoNaNovenkogo*. Available at: <https://ktonanovenkogo.ru/web-obzory/keshbek-cho-eto-takoe-cash-back-servisy.html> (accessed 13.05.2020).
10. *Global Payment Cards Data and Forecasts to 2024*. Available at: <https://www.paymentscardsandmobile.com/continued-growth-in-china-cements-unionpay-as-the-worlds-largest-card-scheme/> (accessed 14.05.2020).
11. *Natsionalnyi bank Ukrainy*. [National Bank of Ukraine]. Available at: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/2651458-ukraïnciv-zaklikaut-vidmovitisa-vid-gotivki.html> (accessed 14.05.2020).
12. *Prostobank Konsal'tynh*. [Prostobank Consulting]. Available at: https://bankchart.com.ua/plastikov_i_kartki/statti/povremennya_chastini_vitrachenih_koshtiv_na_kartu_scho_propo_nuyut_banki_za_poslugoyu_cash_back (accessed 14.05.2020).
13. Keshbek bez obmezhen: yaki bank povertaie bilshe vsikh. [Cashback without restrictions: which bank returns the most]. *Minfin Ukrainy*. Available at: <https://minfin.com.ua/2019/02/14/36730734/> (accessed 15.05.2020).
14. Ivanov O. (2019). Keshbek bankivskoi karty. [Cashback bank card]. *Beasthackerz*. Available at: <https://beasthackerz.ru/uk/zhestkij-disk/cho-takoe-keshbek-i-kak-ego-poluchit-vazhnye-kriterii-pri-vybore.html>
15. Cashback Industry Report. (2018). *Cashback: a winning marketing strategy*. London. Available at: <https://tendercapital.com/en/cashback-a-winning-marketing-strategy/> (accessed 15.05.2020).
16. Mitsutaka Hamada, Ko Hanamizu, Melvin Wo. (Eds.). (2020). *COINCOME. Distributed Cashback Service*. Japan: Makers Farm Pte. Ltd.
17. Ivanenko O. (2018). Osoblyvosti natsionalnoho «keshbeku». [Features of the national "cashback"]. *Biznes*. Available at: <https://business.ua/business/2573-osoblyvosti-natsionalnogo-keshbeku> (accessed 15.05.2020).
18. Leus D.V.. (2016). Teoretyko-metodychni zasady vidpovidal'nogho portfel'nogho investuvannja jak instrumentu finansovogho zabezpechennja stalogho rozvytku ekonomiky [Tekst]: zvit pro NDR (promizhnyj). [Theoretical and methodological principles of responsible portfolio investment as a tool for financial support of sustainable economic development [Text]: report on research (intermediate)]. Sumy: SumDU. Available at: <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/67799> [in Ukrainian].
19. Kasjjanenko T.V.. (2016). Finansovo-ekonomichne obghruntuvannja ekologichno sprjamovanogho innovacijnogho rozvytku [Tekst]: zvit pro NDR (zakljuchnyj). [Financial and economic justification of ecologically oriented innovative development [Text]: report on research (final)]. Sumy: SumDU. Available at: <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/53268> [in Ukrainian].
20. Pokhyljko S.V. (2014). Investycijno-finansovi mekhanizmy ekologho-orijentovanogho rozvytku rehioniv [Tekst]: zvit pro NDR (zakljuchnyj). [Investment and financial mechanisms of ecologically-oriented development of regions [Text]: report on research (final)]. Sumy: SumDU. Available at: <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/39515> [in Ukrainian].
21. Keshbek-servisy Ukrainy. [Cashback services of Ukraine]. *Back.on*. Available at: https://back.one/cashback-services/ukraine?utm_source=google&utm_campaign=1948613716&utm_medium=73610828154&utm_content=351244675105&utm_term=%2B%D0%BA%D0%B5%D1%88%D0%B1%D0%B5%D0%BA%20%2B%D1%81%D0%B5%D1%80%D0%B2%D0%B8%D1%81%D1%8B%20%2B%D1%83%D0%BA%D1%80%D0%B0%D0

%B8%D0%BD%D0%B0&gclid=Cj0KCQjwhtT1BRCiARIsAGlY51IPgMij486-

HeJ6ANHzTARunETGvuJ9Wz8l8hPJ4V9HqakxhivUdegaAipgEALw_wcB (accessed 15.05.2020).

22. Ukraintsi stvoryly servis, yakyi splachuie keshbek za bezpechne keruvannia avto. [Ukrainians have created a service that pays cashback for safe driving]. *Ekonomichna pravda*. Available at: <https://www.epravda.com.ua/news/2020/02/11/656949/> (accessed 15.05.2020).

23. Pokhyljko S. V., Myrghorodsjska V. S. (2019). Analiz efektyvnosti nederzhavnykh pensijnykh fondiv Ukrainy i naprijamy jiji pidvyshhennja z urakhuvannjam innovacijnykh pidkhodiv krajin JeS. [ANALYSIS OF THE PERFORMANCE OF UKRAINIAN NON-GOVERNMENTAL PENSION FUNDS AND THE WAYS TO INCREASE IT DRAWING ON EU COUNTRIES INNOVATIVE APPROACHES]. *Infrastruktura rynku*, 37.

SUMMARY

S. Pokhylko, A. Eremenko. Using the international experience of cashback incentives for e-commerce in Ukraine

A new stage in the history of cashback began with the development of the digital economy. Thanks to modern Internet access technologies via computers and smart phones, there has been a significant increase in e-commerce and m-commerce. The article is devoted to the study of the transformation of cashback and cashback services, the analysis of domestic and foreign cashback markets. Banking institutions have issued debit and credit cards with a cashback option, online stores have acquired cashback partners, buyers use an effective tool buying online. The impact of this tool on the e-commerce development is considered. The research pays attention to intermediary organizations as participants in the relationship between a bank and a client, an online-store and a buyer. The analysis of online stores websites' functioning, that use cashback and cashback services, is carried out. The analysis of the indicators showed a growing share of e-commerce development in Ukraine and an increase in purchases by Ukrainian customers on the Internet. The study identified the lack in popularity of cashbacks and cashback services use in Ukraine. The examination of the current state of the cashback market in Ukraine has established that the range of Ukrainian cashback services is not broad. The possibility of increasing the share of online stores, which offer cashback for buying online, in Ukraine would give an impetus to extend the number of these services. A good step in this direction is to escalate the percentage of cashback buying online, uncomplicated and straightforward procedure for withdrawing funds without restrictions from cashback cards. The absence of an annual maintenance fee of cashback cards also serves to attraction new customers to the cashback services and customers to online stores. The authors give their own vision of the efficiency of measures to popularize cashback like to use the cashback mechanism launching new programs and start-ups, including at the state level, to expand the circle of banks issuing credit cashback cards. All these would contribute substantially to the electronic commerce development in Ukraine in accordance with the current state of the global economy.

Keywords: cashback, e-commerce, cashback service, digital economy, m-commerce.