

## **ПЛАТФОРМА ETSY ЯК ІНСТРУМЕНТ МАШТАБУВАННЯ ЗБУТУ ГАСТРОНОМІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ КРАФТОВИХ ВИРОБНИКІВ УКРАЇНИ**

**Рутинський Михайло Йосипович,**

*к. геогр. н., доц., доцент,  
кафедри економіки, підприємництва та готельно-ресторанної  
справи Центральноукраїнський національний технічний університет,  
Кропивницький*

**Зайченко Володимир Васильович,**

*д. екон. н., проф., завідувач  
кафедри економіки, підприємництва та готельно-ресторанної  
справи Центральноукраїнський національний технічний університет,  
Кропивницький*

**Гарасим Петро Миколайович,**

*д. екон. н., проф., завідувач кафедри обліку і аудиту  
Національний лісотехнічний університет України, Львів*

*Ефективність реалізації власної продукції закладів українського ресторанного та продовольчого бізнесу через глобальні платформи е-комерції зростає з кожним роком. Маркетплейси перетворилися на поле гострого конкурентного змагання крафтових виробників гастрономічної продукції за увагу потенційних споживачів. У праці проаналізовано потенціал розвитку мережі крафтових е-магазинів на платформі Etsy в кризових для малого бізнесу України реаліях сьогодення.*

**Ключові слова:** *маркетплейс, гастрономічний бізнес, крафт, Etsy.*

*The effectiveness of sales of own products of Ukrainian restaurants and food enterprises through global e-commerce platforms is increasing year by year. Marketplaces have become a field of intense competition between craft producers of gastronomic products for the attention of potential consumers. The article analyzes the potential for the development of a network of craft e-shops on the Etsy platform in the*

**Key words:** *marketplace, gastronomic business, craft, Etsy.*

У реаліях всеохоплюючої цифровізації життєдіяльності соціуму товарно-гастрономічний та ресторанний бізнеси змушені докорінно видозмінюватись, щоб адекватно реагувати на новітні запити та виклики. Вивід власної крафтової гастрономічної продукції на глобальний е-ринок сьогодні є головною стратегією успішного конкурентного змагання за споживача у малому приватному гастрономічному бізнесі. У дослідженнях останніх років, авторами яких є Вітківська К. [3], Лисюк Т. В. і сп. [4], Павленко Ю. [5], Парньовий В. [6], Підгайна Є. [7], Рутинський М. Й. і Зайченко В. В. [8] тощо, узагальнено низку практичних кейсів запровадження інноваційних технологій з метою нарощення конкурентних переваг на глобальному ринку HoReCa товарів та е-комерції. Результативність таких інновацій, як правило, вимірюють цифрами залучення нових клієнтів та відповідного збільшення прибутку.

Однією з найперспективніших інноваційних платформ останнього десятиріччя з міжнародного просування гастрономічної крафтової продукції національних виробників (від міні-цехів до ресторанів) є Etsy – peer-to-peer платформа електронної комерції, що спеціалізується на реалізації товарів обмеженого випуску, у т. ч. продуктів харчування і напівфабрикатів від крафтових виробників.

Маркетплейс Etsy засновано 2005 року, відтоді корпорація стрімко масштабує власний потенціал: у 2012-му крафтовики зі всього світу продали тут виробів на \$890 млн, у 2017-му – на \$3,25 млрд, у 2021-му – на \$13,4 млрд [2]. За даними Similar Web, Etsy посідає четверте місце у світі за популярністю серед маркетплейсів (поступаючись тільки Amazon, Ebay та Walmart) [1]. На платформі представлено понад 8 млн продавців з понад 90 країн світу, а її покупцями є понад 100 млн осіб. За обсягами трафіку і купівельних

операцій на платформі Etsy топ-лідерів складають мешканці США, Великої Британії, Канади, ФРН та Франції [1].

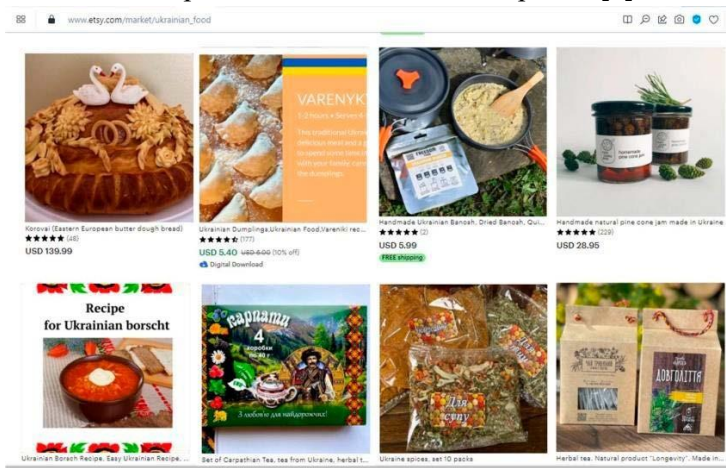


Рис. 1. Скріншот сторінки з крафтовою продукцією українських виробників на платформі «Etsy». Джерело: Etsy.

Перші українські крафтярі зареєструвалися на маркетплейсі ще в 2005 р. Однак справжнього напливу продавців та покупців з України у компанії очікують і прогнозують з кінця 2023 року. Адже із жовтня 2023 року Etsy запустила в Україні власну платіжну систему *Etsy Payments*, чим значно спростила операції е-торгівлі для українців. Як наголосила СОО Etsy Inc. Раяна Мошкович, «запуск Etsy Payments є частиною довготривалої підтримки Etsy української творчої спільноти. Це дасть підприємцям доступ до безлічі економічних можливостей і фінансової безпеки. Український бізнес має потенціал вплинути на всю екосистему Etsy» [1, 3]. Натомість, з початку воєнної агресії проти України Etsy однією з перших міжнародних компаній у рамках санкційного тиску повністю закрила доступ до маркетплейсу покупцям і продавцям із росії та білорусі.

Etsy Inc. – це унікальний партнер для України, що відкриває нашим підприємцям «глобалізоване вікно можливостей» збуту та е-комерції (див. рис.). За офіційними даними Similar Web, дохід Etsy у 2023 році склав 2,748 млрд. дол. (зростання на 7,1% порівняно з минулим роком), а кількість активних покупців по всьому світу сягнула 97,3 мільйона осіб. З них 81% зробили повторні покупки та є постійними покупцями маркетплейсу. А щодо загального трафіку відвідувачів, то щомісячно він складає від 400 до 550 млн. гостей. З них 58,35% жінки, 41,65% чоловіки [2]. Понад 80% покупців є мешканцями найзаможніших країн світу та мають високу купівельну спроможність і поведінкову схильність купувати якісні товари.

Станом на кінець 2023 р., за даними Koalanda, на Etsy українські майстри і крафтярі посідають восьме місце у світі за загальною кількістю продажів: іноземні покупці придбали на Etsy майже 14,397 млн різноманітних українських товарів. Вітрина українських продавців на Etsy представлена широкою палітрою у понад 1,223 млн товарів від понад 55 тис. крафтярів [7].

У 2024 р. для малого українського підприємця відкрити власний магазин на Etsy стало значно простіше як з суто технічного алгоритму та запровадження захисного інструменту Etsy Purchase Protection, так і завдяки поширенню інформації про цей маркетплейс та діяльності консалтингових ІТ-посередників. Це надзвичайно позитивний сигнал для ФОПів, здатний надати потужний імпульс для комерціалізації виробництва як товарів ручної роботи декоративно-мистецького спрямування, так і крафтових партій гастрономічної продукції і напівфабрикатів від українських виробників. Наголосимо: щомісяця у пошуках унікальних продуктів та розпіарених страв української кухні на

маркетплейс заходять близько 0,2 млн. потенційних покупців від США до Японії.

### ***Література:***

1. Etsy - global online marketplace. URL: <https://www.etsy.com>
2. Mosby A. (2024). *Etsy Statistics 2024 (User Demographics, Revenue & Trends)*. URL: <https://www.yaguar.co/etsy-statistics/>
3. Вітковська К. *Можливості маркетплейсу Etsy для українських продавців*. URL: <https://webpromoexperts.net/ua/blog/mozhливosti-marketpleysu-etsy-dlya-ukrayinskih-prodavci/>
4. Лусюк Т. В., Терещук О. С., Пасічник М. П. *Інноваційні технології у готельно-ресторанному господарстві. Економіка та суспільство*. 2022. Вип. 40. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-40-11>
5. Павленко Ю. *Маркетплейс Etsy: знову доступний для українських підприємців*. URL: <https://mind.ua/openmind/20264290-marketplejs-etsy-znovu-dostupnij-dlya-ukrayinskih-pidpriemci/>
6. Парньовий В. *Маркетплейс для крафтових майстрів Etsy знову офіційно доступний в Україні*. URL: <https://simeinyi-budzheta/familybudget/etsy-ofitsivno-v-ukraini/>
7. Підгайна Є. *Війна не завадила: українські крафтовики посідають восьме місце у світі за кількістю продажів на Etsy*. URL: <https://mind.ua/publications/20252005-vijna-ne-zavadila-ukrayinski-kraftoviki-posidayut-vosme-misce-u-sviti-za-kilkisty-prodazhiv-na-ets>
8. Рутинський М. Й., Зайченко В. В. *Концепція «food plating» у ресторанному бізнесі України. Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі*. 7. 2022. С. 43-49. DOI: <https://doi.org/10.32782/tourismhospcee-7-6>