УДК 339.3
JEL O33

Мельничук О. С., асп.
КНУ імені Тараса Шевченка

ФОРМУВАННЯ РИНКУ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В УКРАЇНІ

Стаття присвячена дослідженню теоретичних і практичних аспектів щодо формування ринку електронної комерції в Україні. Визначено стан і перспективи розвитку електронної комерції. Проаналізовано інституційне забезпечення та надано рекомендації щодо державного регулювання ринку електронної комерції в Україні.

Ключові слова: інформаційне суспільство; інформаційно-комунікаційні технології; електронна комерція; інтернет-технології; інституційне забезпечення електронної комерції.

Актуальність теми. Ринок електронної комерції в Україні – один із найбільш динамічніших та інноваційно спрямованих. Сприяє розвитку ринку електронних послуг, популяризація інформаційно-комунікативних технологій та поширенню інтернету. З боку держави поступово формується інституційне забезпечення нормативної бази. Проте ринок електронної комерції розвивається за допомогою ринкових механізмів та не в повній мірі регулюється нормативними документами. Тому актуальним є дослідження стану розвитку ринку електронної комерції в Україні та розробка рекомендацій щодо інституційного забезпечення його функціонування.

Аналіз останніх наукових досліджень. Ринок інформаційних послуг досліджувався у працях багатьох вітчизняних учених: Н. Апатової, І. Балабанова, В. Гейця, В. Глушкова, Т. Затонацької, Ю. Канигіна, Ю. Лисенка, А. Маслова, В. Міщенка, В. Плескач, Л. Пономаренка, О. Чубукової, А. Чухна, О. Юрасова та інших.

Мета роботи. Метою роботи є дослідження основних аспектів формування ринку електронної комерції та розробка рекомендацій для підвищення конкурентоспроможності суб'єктів даного сектору економіки в Україні.

Викладення основного матеріалу дослідження. В Україні правове регулювання діяльності у сфері високих технологій почало формуватися у 1998 р. з прийняттям Верховною Радою України Закону України "Про Національну програму інформатизації". Тоді ж була схвалена Концепція Національної програми інформатизації та прийнято Закон України "Про затвердження завдань Національної програми інформатизації на 1998–2000 роки".

Наступним кроком став Указ Президента України № 928 від 31 липня 2000 р. "Про заходи по розвитку національної складової глобальної інформаційної мережі Інтернет та забезпеченню широкого доступу до цієї мережі в Україні". Постановою Національного банку України від 10 червня 1999 р. № 280 затверджено Правила організації захисту електронних банківських документів, що оперують поняттям "електронні банківські документи", не розкриваючи його.

22 травня 2003 року Верховною Радою України прийнято Закон України "Про електронні документи та електронний документообіг", який визначає поняття електронного документа та електронного документообігу, закріплює світові тенденції щодо визнання юридичної сили електронного документа, вказує на права та обов'язки суб'єктів електронного документообігу, їх відповідальність і т. ін. У Законі дотриманий функціонально-еквівалентний підхід до розуміння електронного документа, запропонований Типовим законом ЮНСІТРАЛ "Про електронну комерцію". Функціонально-еквівалентний підхід ґрунтується на дослідженні цілей та функцій традиційних вимог до складання документів на папері для того, щоб визначити, як дані цілі та функції можуть бути досягнуті або виконані за допомогою методів, що використовуються за електронної передачі даних. Тоді ж був прийнятий і Закон України "Про електронний цифровий підпис" [1].

Поняття "електронна комерція" розгядалося багатьма вченими з позиції різних економічних напрямів. Зокрема, Плескач В. Л. та Затонацька Т. Г. визначають електронну комерцію як форму торгівлі товарами та послугами за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ), що включає всі фінансові та торгові трансакції, які проводяться за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій, та бізнес-процеси, пов'язані з проведенням таких трансакцій [2, с. 16]. Згідно позиції Л. Новомлинського, електронна комерція являє собою будь-який процес, який ділова організація здійснює посередництвом мережі зв'язаних між собою комп'ютерів. На думку А. Суммера та Дж. Дункана, електронна комерція – це будь-яка форма бізнес-процесу, в якому взаємодія між суб'єктами відбувається електронним шляхом з використанням Інтернет-технологій [3, с. 17].

Отже, виходячи із приведених визначень, можна зробити висновок, що ядром електронної комерції є інформаційно-комунікативні технології та відносини, що склалися на певному ринку під впливом держави та глобальних змін.

Аналізуючи стан розвитку інтернет-технологій в Україні, варто зазначити, що чисельність інтернет-користувачів в Україні, згідно дослідженням компанії Gemius [4], склала близько 16 млн. осіб (користувачі віком 14 років і більше). Порівняно з 2012 роком, чисельність інтернет користувачів збільшилась на 11 %. У 2014 році очікується ріст чисельності користувачів інетрнету до до рівня 17,5 млн. осіб, тобто ще на 9 % (рис.1).

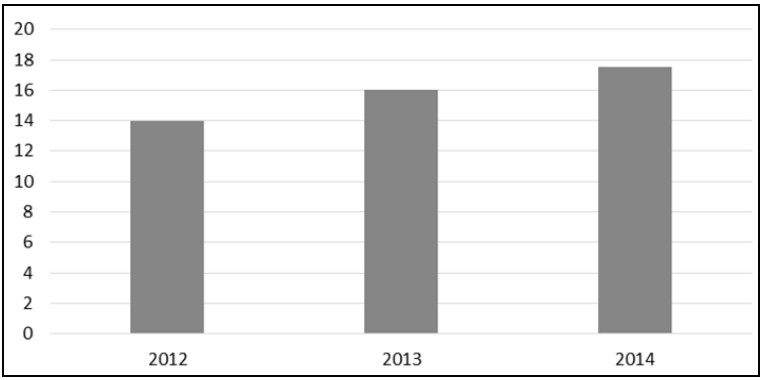


Рис. 1. Чисельність інтернет-користувачів в Україні, млн. осіб
Джерело: Розроблено автором на основі [4].

Залежно від місця проживання прослідковуються наступні тенденції у фунціонуванні української інтернет-аудиторії (2013 рік порівняно з 2012):

– чисельність інтернет-користувачів, що проживають у сільській місцевості, зросла на 2,2 п. п.;

– чисельність інтернет-користувачів у містах з населенням до 100 тис. осіб збільшилась на 1,8 п. п.;

– ріст інтернет аудиторії у містах з чисельністю 101–500 тис.осіб склав 0,2 п. п.;

– у містах з населенням понад 500 тис. осіб кількість інтернет-користувачів на 4,2 п. п. нижче у порівнянні з 2012 роком;

– загалом чисельність інтернет-користувачів в Україні збільшується перш за все за рахунок росту кількості інтернет-користувачів у селах та невеликих містах (Рис. 2).

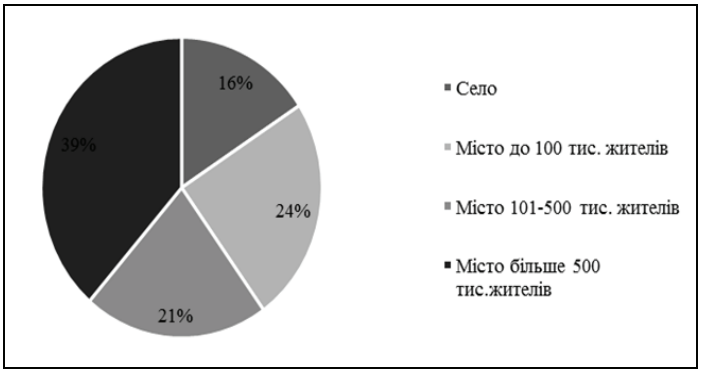


Рис. 2. Розподіл інтернет-користувачів в Україні за типом місця проживання
Джерело: розроблено автором на основі [4].

Досліджуючи інтернет-аудиторію України за соціо-демографічним профілем, варто відзначити наступні тенденції:

– співвідношення чоловіків та жінок – 1:1;

– 40 % користувачів інтернету мають вищу освіту, а 26 % – середню спеціальну;

– за родом занять: 25 % користувачів – спеціалісти, 21 % – студенти, 11 % – робочі, 7 % – топ-менеджери;

За віковими характеристиками інтернет-аудиторія України розподілена наступним чином (рис. 3).

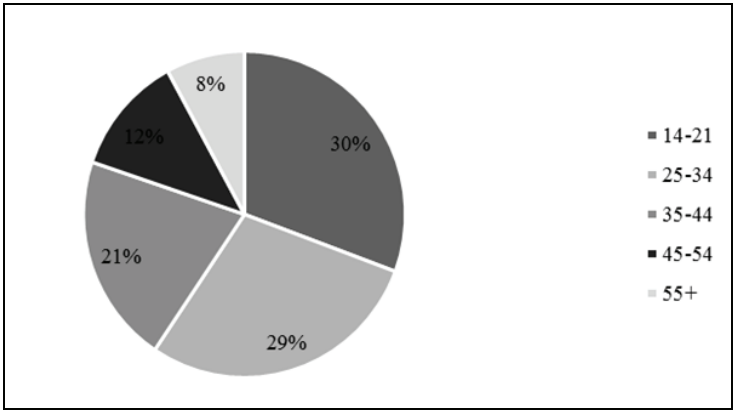


Рис.3. Розподіл інтернет-користувачів залежно від вікової категорії
Джерело: Розроблено автором на основі [4].

Таким чином, аудиторія, що є найбільш перспективною для ринку електронної комерції, складає 50 % від загальної чисельності інтернет-користувачів (особи віком від 25 до 44 років) [4].

Якщо ж розглядати розвиток ринку е-комерції через призму розвитку регіону Східної Європи, то Україна займає друге місце (поступаючись Росії) за показником середнього обсягу витрат на одного покупця [5, с. 16]. Витрати на ринку е-комерції на одного покупця у 2012 році склали 510 євро. Також варто відзначити наступні тенденції розвитку ринку е-комерції:

– 2,47 млн. осіб здійснюють покупки через мережу Інтернет.

– Обсяг ринку електронної комерції склав 0,9 % загального обсягу ВВП країни.

– Співвідношення покупок товарів та послуг – 1:1 [5, с. 49].

За даними Gfk Ukraine, у 2013 році українські онлайн-покупці стали значно активніше купувати через інтернет всі категорії товарів (порівняно до 2012 року показники зросли на 6–18 п. п.) [6].

На українському ринку електронної комерції можна виділити 5 основних сегментів:

1. Продаж побутової та комп'ютерної техніки і електроніки. За результати досліджень компанії Gfk Ukraine, 73 % онлайн-покупців купували цю категорію товарів хоча б один раз на протязі 2013 року. У 2012 році аналогічний показник склав 64 %. У цьому сегменті можна виділити лідируючий підсегмент цифрової техніки (зокрема, мобільні телефони, електронні книги, комп'ютери і т. д.), підсегмент малої побутової техніки та аксесуарів (клавіатури, веб-камери і т. п.). Найменший за обсягом підсегмент – продаж аудіо-відео та великої побутової техніки.

2. Продаж одягу та взуття (половина онлайн-покупців купували цей товар протягом останніх 12 місяців). Варто зазначити, що ринок одягу в Україні розвивається досить динамічно. Зокрема, функціонує велика кількість спеціалізованих магазинів, таких як lamoda.ua, shopart.ua, bonprix.ua та інші. Також в Україні користуються популярністю так звані шоппінг-клуби, де товари пропонуються з суттєвими знижками. Найбільші шоппінг-клуби в Україні – Modnakasta та Le Boutique.

3. Продаж косметики і парфумерії.

4. Продаж аксесуарів і подарунків.

За гендерними уподобання слід відзначити наступні тенденції:

– чоловіки більш активно купують побутову та комп'ютерну техніку, електроніку, автотовари, спортивний інвентар та будівельні матеріали.

– жінки значно активніше роблять онлайн-покупки одягу, взуття, книг/дисків, косметики і парфумерії, товарів для дітей і для тварин, продуктів харчування.

Збільшилась чисельність українських інтернет-користувачів, що здійснюють покупки в іноземних інтернет-магазинах з 18 % в 2012 році до 26 % у 2013. В основному здійснювались покупки одягу, аксесуарів і подарунків, побутової/комп'ютерної техніки і електроніки, взуття [6].

Основні причини покупок за кордоном:

– приваблива ціна;

– якісний товар;

– ексклюзивний товар;

– широкий асортимент товарів.

В Україні працює понад 8 тис. інтернет-магазинів. Крім того, за перше півріччя 2013 року в Україні зареєстровано 1508 підприємств, які відзначили роздрібну торгівлю через Інтернет основним видом своєї діяльності.

Лідери ринку – це магазини, що спеціалізуються на продажу побутової техніки і електроніки, хоча більшість з них намагається диверсифікувати асортимент продукції [7]. Лідерами на ринку електронної комерції Уряїни за обсягом продажів є наступні інтернет-магазини: rozetka.ua, allo.ua, fotos.ua, mobilluck.ua, fotomag.ua (рис. 4).

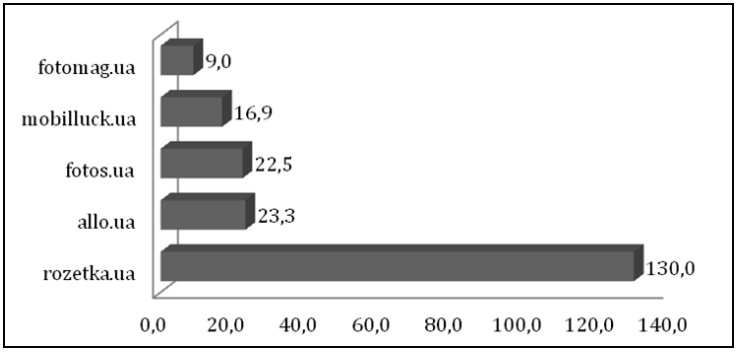


Рис. 4. Лідери ринку е-комерції в Україні за доходом (млн дол.)
Джерело: розроблено автором на основі [7].

Згідно досліджень компанії Gfk Ukraine, за охопленням інтернет-аудиторії видяляються такі лідери: slando.ua (дошка оголошень), rozetka.com.ua (інтернет-магазин), prom.ua (прайс-агрегатор), aukro.ua (інтернет-аукціон), ria.ua (дошка оголошень) (рис. 5).

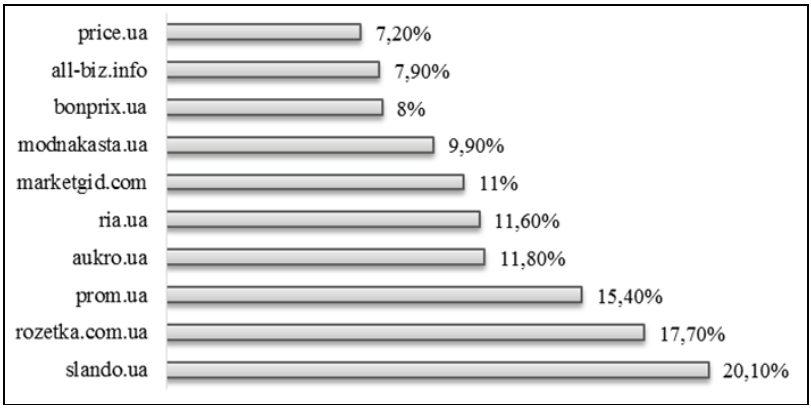


Рис .5. Лідери ринку е-комерції за часткою охоплення інтернет-аудиторії
Джерело: Розроблено автором на основі [6].

Оскільки ринок електронної комерції в Україні розвивається дуже динамічно, актуальним є запровадження механізмів його регулювання.

Загалом, в Україні діють нормативно-правові акти, які регулюють певні області функціонування ринку електронної комерції (табл. 1), проте немає закону, спрямованого на регулювання даного ринку в цілому.

Правове середовище для розвитку електронної комерції в Україні на сьогодні до кінця не опрацьоване. Діють нормативні акти, які регулюють загалом торгівлю, але вони не враховують специфіки сучасних умов, зокрема розвитку електронної торгівлі. Відсутність законодавчої бази гальмує розвиток ринку електронної комерції та знижує його привабливість для інвесторів [11].

Законопроект "Про електронну комерцію" не передбачає різких змін в правилах, проте узаконить нині сформовану практику функціонування даного ринку в Україні. Передбачається, що власники магазинів зобов'язані будуть публікувати усі свої реквізити, електронний договір буде прирівняно до паперового, спроститься процедура вирішення спорів між продавцем та покупцем.

Таблиця 1

**Нормативно-правові документи,
що регулюють ринок електронної комерції в Україні**

Нормативно-правовий документ	Аспекти, що регулюються
Закон України "Про електронні документи та електронний документообіг"	Реалізація єдиної державної політики електронного документообігу. Забезпечення прав і законних інтересів суб'єктів електронного документообігу. Нормативно-правове забезпечення технології оброблення, створення, передавання, одержання, зберігання, використання та знищення електронних документів.
Закон України "Про платіжні системи та переказ коштів в Україні"	Загальні засади функціонування платіжних систем в Україні, в тому числі системи електронний платежів. Порядок виконання операцій із застосуванням платіжних інструментів.
Закон України "Про пріоритетні напрями розвитку науки і техніки"	Реалізація пріоритетних напрямів розвитку науки і техніки, зокрема ринку інформаційних та комунікаційних технологій.
Закон України "Про рекламу"	Регулює відносини, пов'язані з виробництвом, розповсюдженням та споживанням реклами на території України, в тому числі в мережі Інтернет.
Закон України "Про телекомунікації"	Визначає засади захисту прав споживачів та контролю за ринком телекомунікацій з боку держави.
Закон України "Про електронний цифровий підпис"	Визначає правовий статус електронного цифрового підпису та регулює відносини, що виникають при використанні електронного цифрового підпису.
Закон України "Про захист прав споживачів"	Регулює відносини між споживачами товарів, робіт і послуг та виробниками і продавцями товарів, виконавцями робіт і надавачами послуг різних форм власності, встановлює права споживачів, а також визначає механізм їх захисту та основи реалізації державної політики у сфері захисту прав споживачів, в тому числі і при дистанційних продажах.
Закон України "Про зв'язок"	Встановлює правові, економічні і організаційні основи діяльності в галузі зв'язку в Україні та визначає відносини підприємств, об'єднань, установ і організацій зв'язку з органами державної виконавчої влади, місцевого самоврядування і споживачами послуг зв'язку, а також особливості галузі, пов'язані з особливими суспільними інтересами.

Джерело: розроблено автором на основі [9].

Основними перевагами введення в дію даного законопроекту є наступні положення:

1. Електронна форма документа зрівняна з паперовою. Електронні документи будуть зобов'язані приймати у суді нарівні з письмовими.

2. Введені нові визначення: електронна комерція, електронний товар, електронне комерційне повідомлення, електронна торгівля та ін.

3. Розподіл відповідальності сторін електронної комерції та постачальників проміжних послуг (провайдери, реєстратори).

4. Зменшення паперового документообігу.

5. Легалізація правил користування сайтом.

6. Зрівняння у правах. Законом закріплюються не тільки обов'язки продавця, але і покупця на ринку електронної комерції.

15 травня 2013 року за схваленням було опубліковано проект "Про Стратегію розвитку інформаційного суспільства в Україні".

Згідно даної стратегії, реалізовуються такі кроки:

– удосконалення нормативно-правової бази з питань забезпечення розвитку інформаційного суспільства та прискорення її адаптації до європейських правових норм та стандартів;

– забезпечення належної координації дій усіх зацікавлених суб'єктів під час запровадження інструментів е-демократії;

– удосконалення інституціонального механізму формування, координації та здійснення контролю за виконанням завдань розбудови інформаційного суспільства;

– підвищення рівня інформаційної представленості України в Інтернет-просторі та присутності в ньому українських інформаційних ресурсів;

– забезпечення прийняття системних державних рішень, спрямованих на стимулювання створення національних інноваційних структур (центрів, наукових парків і технопарків) для розроблення конкурентоспроможних вітчизняних інформаційно-комунікаційних технологій;

– підвищення на державному рівні значущості українського сегмента Інтернету як одного з найважливіших інструментів розвитку інформаційного суспільства та конкурентоспроможності держави;

– розробка на національному та місцевому рівні механізму ефективної громадської участі та громадського контролю за реалізацією пріоритету розбудови інформаційного суспільства [10].

Таким чином, прийняття законопроекту дозволить узгодити основні аспекти функціонування ринку електронної комерції та визначити правові механізми регулювання ринку.

Незважаючи на наявність регулюючих документів, проблемою є відсутність механізмів формування ринку електронної комерції в Україні. Хоча темпи розвитку інформаційних технологій в Україні через соціально-економічні проблеми ще відстають від США і країн Західної Європи, відбувається поступова інтеграція до світового інформаційного простору. В Україні не розроблені ефективні інструменти регулювання та стимулювання ринку електронної комерції, тобто, відсутнє виокремлення даного ринку в нормативно-правових актах. Враховуючи необхідність підвищення конкурентоспроможності українського сектора електронної комерції на світовому ринку, актуальним є розробка та вдосконалення інституційного забезпечення даного сектора економіки.

На думку автора, для розвитку е-комерції в Україні необхідно:

1. Забезпечити відповідну нормативно-правову базу (затвердити Інформаційний кодекс України, Закон України "Про електронну комерцію").
2. Створити національну інформаційну інфраструктуру.
3. Запровадити е-урядування з е-послугами.
4. Забезпечити фінансування державних проектів Національної програми інформатизації.
5. Фінансувати науково-дослідні розробки щодо поширення систем електронної комерції.
6. Узгодити державно-громадської взаємодії у сфері електронної комерції.
7. Організувати публічні дебати рейтингу України в світовій е-комерції.
8. Розробити Національний план дій з регулярного ознайомлення та впровадження систем е-комерції різних типів.

Закріплення основ державного регулювання електронної комерції у законодавстві України, подальший розвиток правового регулювання електронної комерції в спеціальних законах, внесення відповідних змін до чинного законодавства щодо електронного обміну даними, укладання угод в електронній формі, – це питання, які потребують подальшого вирішення. Адже створення режиму найбільшого правового сприяння для розвитку електронної комерції в Україні – фундамент для успішної конкуренції українських суб'єктів на світовому ринку.

Література:

1. Пояснювальна записка до проекту Закону України "Про електронну комерцію" [Електронний ресурс] – Режим доступу : *rada.gov.ua*
2. *Плескач В. Л.* Електронна комерція / В. Л. Плескач, Т. Г. Затонацька, – К.: Знання, 2007. – 535 с.
3. *Summer A., Dunkan Gr.* E-Commerce // NYH Publishing. – 1999. – 263 p.
4. Сайт агентства з онлайн-досліджень регіону Центральної та Східної Європи "Gemius" [Електронний ресурс] – Режим доступу : gemius.com.ua
5. Сайт асоціації "Ecommerce Europe" [Електронний ресурс] – Режим доступу : ecommerce-europe.eu
6. Сайт компанії з маркетингових та соціальних досліджень в Україні [Електронний ресурс] – Режим доступу : gfk.ua.
7. Сайт онлайн видання ain.ua [Електронний ресурс] – Режим доступу : ain.ua.
8. *Желіховський В. М.* Правові засади електронної комерції в Україні [Текст] : дис... канд. юрид. наук : 12.00.07 / Желіховський Вячеслав Михайлович ; Київський національний ун-т внутрішніх справ. – К., 2007. – 218 арк.
9. Офіційний веб-портал Верховної Ради України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: zakon4.rada.gov.ua
10. Видання про інтернет-бізнес в Україні та маркетинг в соціальних медіа Watcher [Електронний ресурс]. – Режим доступу : watcher.com.ua
11. Стратегія розвитку інформаційного суспільства в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: zakon4.rada.gov.ua/laws/show/386-2013-%D1%80.
12. Сайт адвокатського об'єднання Юскутум [Електронний ресурс]. – Режим доступу : juscutum.com

References:

1. Note to the draft Law of Ukraine "Pro elektronnu komerciju" (2011), available at: rada.gov.ua (Accessed 4 May 2011).
2. *Pleskach V. L.* and *Zatonac'ka T. G.* (2007), Elektronna komercija [E-commerce], Publishing Company "Znannja", Kyiv, Ukraine.
3. *Summer A., Dunkan Gr.* (1999) E-Commerce // NYH Publishing.
4. The official site of Gemius, available at: gemius.com.ua
5. The official site of Ecommerce Europe association, available at: ecommerce-europe.eu
6. The official site of research company GFK, available at: gfk.ua.
7. The official site of company AIN, available at: ain.ua.
8. *Zhelihovs'kyj V. M.* (2007) Pravovi zasady elektronnoi' komercii'v Ukrai'ni [Legal basis of e-commerce in Ukraine] Kyiv National University of Internal Affairs, Kyiv, Ukraine.

9. The official web portal of the of Verhovna Rada Ukrai'ny available at : zakon4.rada.gov.ua.

10. Publication of Internet Business Watcher available at: watcher.com.ua

11. Strategija rozvytku informacijnogo suspil'stva v Ukrai'ni [Strategy of Information Society Development in Ukraine], available at: zakon4.rada.gov.ua/laws /show/386-2013-%D1%80

12. The official site of Lawyers Union Yuskutum available at : juscutum.com

Надійшла до редколегії 27.02.14

Мельничук Е. С., аспирант
КНУ имени Тараса Шевченко

ФОРМИРОВАНИЕ РЫНКА ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В УКРАИНЕ

Статья посвящена исследованию теоретических и практических аспектов электронной коммерции в Украине. Определено состояние и перспективы развития электронной коммерции. Проанализированы институциональное обеспечение рынка и даны рекомендации по государственному регулированию рынка электронной коммерции в Украине.

Ключевые слова: *информационное общество, информационно-коммуникационные технологии; электронная коммерция; интернет-технологии; институциональное обеспечение электронной коммерции.*

Melnychuk Olena, postgraduate student
Taras Shevchenko National University of Kyiv

FORMATION OF E-COMMERCE MARKET IN UKRAINE

The paper examines theoretical and practical aspects of electronic commerce in Ukraine. Study explores state of the participant information and communication technologies. It also highlights status and prospects for electronic commerce development in Ukraine. Author analyzes the basic regulations governing ecommerce market. Conclusions of study shows the need for improvement of institutional framework to ensure ecommerce market. The necessity is institutional support for the mentioned market and advantages of the Law "Pro elektronnu komerciju". Author defines the main ways to improve competitiveness of electronic commerce market. Results of the study include recommendations as to state regulation of ecommerce in Ukraine.

Keywords*: information society, information and communication technology, ecommerce, Internet technology, institutional support for ecommerce.*