

Економічні науки

Лук'янченко Андрій Юрійович

студент,

Національна академія Служби безпеки України

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ СИСТЕМИ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В УКРАЇНІ

"Інтернет - чума ХХІ століття". З кожним роком, дана теза стає все більш і більш зрозумілою, адже Інтернет проникає в усі сфери нашого життя, починаючи від проведення вільного часу вдома і закінчуючи таким поняттям як "інтернет - бізнес".

Поява мережі Інтернет призвела до принципових змін у комерційній діяльності, в даному випадку мається на увазі не тільки докорінне змінення старих моделей комерційної діяльності, але й виникнення нових моделей, які не тільки б покривали так зване поле зовнішніх відносин (компанія → компанія, або ж компанія → клієнт), але й вже б регулювали внутрішню взаємодію в самій компанії і системі її управління.

Досліджуючи, електронний бізнес, а разом з ним і електронну комерцію, можемо відзначити, що в Україні інтерес до електронної комерції, а отже і початок її формування, з'явився значно пізніше ніж у розвинених країнах Європи. Але не зважаючи на це ми можемо спостерігати, що електронна комерція набирає все більших і більших обертів з кожним роком. Так в 2015 році в Україні термін "електронна комерція" разом з прийняттям Закону України "Про електронну комерцію" набув закріплення на законодавчому рівні, де було визначено, що електронна комерція - відносини, спрямовані на отримання прибутку, що виникають під час вчинення правочинів щодо набуття, зміни або припинення цивільних прав та обов'язків, здійснені дистанційно з

використанням інформаційно-телекомунікаційних систем, внаслідок чого в учасників таких відносин виникають права та обов'язки майнового характеру [1, п. 1 ч. 1 ст. 3].

Це був достатньо важливий крок для формування "електронної комерції" в Україні, адже з'явився нормативно - правовий акт, який певною мірою регулював дані відносини, а отже і визнавав їх як такі, що можуть функціонувати на території України.

Але, нажаль, існує чимало підстав, які стримують розвиток електронної комерції, цим самим унеможлиблюють можливість України перейняти досвід інших зарубіжних країн з впровадження електронного бізнесу, в тому числі і його складових частин (електронної комерції). Пропонуємо розглянути стримуючі чинники розвитку електронної комерції в Україні.

Основними труднощами, з якими зіткнулися зарубіжні країни при впровадженні і формуванні електронної комерції була недостатня безпека даних, що передавалися через Інтернет, яка породжувала комп'ютерні підробки, шахрайство, а також порушення таємниці особистого життя в умовах можливості чіткої фіксації хто, що, коли і в кого купував [2, ст. 4]. Нажаль, в Україні не врегульовані достатньою мірою питання, щодо захисту персональних даних, а також можливості попередження електронного шахрайства, тому ми також можемо досить часто зіткнутися з даною проблемою.

Також варто відмітити такий фактор як недостатній рівень державних гарантій та правових норм. В Україні попри те, що і був прийнятий закон, який регулював би електронну комерцію, все ж таки залишається ряд прогалин щодо регулювання сфери Інтернет - послуг.

Ще одним фактором, який стримує розвиток електронної комерції в Україні - це проблема з кредитними картками. А саме - низький рівень безпеки при здійсненні оплати кредитною карткою. Обдурити при

проведенні платежу по пластиковій карті через Інтернет легше, ніж при платежі в звичайному магазині. У США близько 1% платежів по пластикових картах виявляються шахрайськими. Половина цих шахрайських платежів приходить на Інтернет (при тому, що обсяг платежів через Інтернет як складає менше 10%) [3, с. 4].

Важливим також є невизначеність юридичних та фінансових питань, зокрема захист прав інтелектуальної власності та прав споживачів, вимоги до форми угод, їх юрисдикцію і відповідальність за неналежне виконання, захист інформації, регулювання криптографії, тарифи на виконання операцій, оподаткування угод та митні тарифи [4, с. 352].

Ключовим фактором, що стримує розвиток електронної комерції залишається менталітет українських людей. В Україні, незважаючи на те, що кількість споживачів мережі Інтернет з кожним роком зростає, але все ж таки залишаються люди, які не мають доступу до мережі Інтернет, або певних знань та умінь користування даною мережею. Варто зазначити і про те, що в Україні досить слабе поширення безготівкового розрахунку (не кожна приватна особа має пластикову картку, не говорячи про те, що знає про можливість заплатити за допомогою "WebMoney", "LiqPay", "PayPal").

Крім того, окремо хотілося б виділити таку проблему, як недовіра споживача до продавця, що супроводжується також певними випадками шахрайства, або ж невідповідності товару, який доставляють споживачу товару, який він замовляв, неможливість у більшості випадках повернути або ж обміняти товар.

Роблячи висновок, можемо зазначити, що в Україні є можливість розвитку електронної комерції, але задля цього саме держава повинна в першу чергу приділити більше уваги до розвитку електронної комерції задля її формування, вирішити усі проблеми, які тим чи іншим чином стримують розвиток електронної комерції в Україні. Також можемо

запропонували звернутися до досвіду провідних зарубіжних країн, які займають перші сходинки рейтингу країн з найбільшими обсягами електронної комерції.

Список використаних джерел:

- 1) Відомості Верховної Ради України від 06.11.2015 2015 р., № 45, стор. 2344, стаття 410;
- 2) Шалева О. І. Електронна комерція : Навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 216 с.;
- 3) Сучасний розвиток електронної комерції [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://ukraine-diplom.com/48/16442-suchasnij-rozvitok-elektronnoyi-komerciyi.html>
- 4) Павлова В. А. О проблемах развития онлайн-торговли в Украине / В.А. Павлова // Економічний нобелівський вісник. – 2014. – № 1 (7) – 349-354 с.