

УДК 331.556:338.431

ПЕРЕШКОДИ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В УКРАЇНІ

Т. Гошко, к. е. н.

Львівський національний аграрний університет

Постановка проблеми. Ринок Інтернет-розрахунків розширюється з дивовижною швидкістю, адже, звернувшись до інформаційної мережі, можна отримати цілий спектр послуг. Та, на жаль, в Україні цей ринок і досі перебуває в ембріональному стані й напевно йому буде потрібно більше часу для власного розвитку, ніж аналогічному ринку в розвинених країнах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання розвитку електронної комерції в Україні привертає увагу науковців, серед яких А. Чухно, А. Сладков, А. Нефьодов, В. Новицький, А. Чучковська, В. Желіховський, Н. Меджибовська, О. Чубукова та ін. Віддаючи належне доробку згаданих учених, зауважимо, що актуальним є огляд проблем і перешкод, які виникають у розвитку електронної комерції в Україні [4].

Постановка завдання. З огляду на те, що становище української електронної комерції не можна назвати навіть зародковим, перед нами стояло завдання окреслити проблеми і перешкоди, які стоять на шляху її розвитку.

Виклад основного матеріалу. Двадцять перше століття – час інформації, час автоматизації у різних галузях людської діяльності. Комп'ютер, який використовують практично в усіх сферах життя, став символом сьогодення. В усьому світі інформаційні та телекомунікаційні технології викликають нову індустріальну революцію, не менш значущу, ніж промислові революції минулого, і таку, що матиме вельми далекосяжні наслідки, що додає величезних можливостей інтелекту людини й створює нові інформаційні ресурси, які суттєво впливають на спосіб нашої діяльності та життя. Це означає: заохочення підприємницького інтелекту, який створює можливості для появи нових секторів економіки, що динамічно розвиваються; розвиток загального підходу до регулювання ринку, спрямованого на підвищення конкурентоспроможності економіки та ринку інформаційних послуг.

До одного з таких секторів економіки належить електронна торгівля, що розвивається бурхливими темпами, змінюючи звичні способи ведення бізнесу. Сьогодні в розвинених країнах кількість он-лайнових операцій зростає, а компанії на будь-якому ринку і в будь-якому регіоні світу поспішають залучити електронну комерцію у свої бізнес-плани. Кількість українців, які мають постійний доступ до Інтернету, збільшується з кожним днем. Цілком логічно, що разом зі зростанням абонентської бази розвивається і вітчизняний сегмент Всесвітньої Мережі – стає більше Інтернет-магазинів, все частіше навіть не пов'язані з Мережею компанії ухвалюють рішення про прийом платежів у режимі On-line за свої товари і послуги. Водночас стрімкий розвиток безготівкових розрахунків і розбудова інформаційного суспільства в нашій країні вимагають вирішення низки соціальних, організаційних,

юридичних та інших проблем, що безпосередньо пов'язані з розвитком і становленням електронного бізнесу в Україні.

Цьому є низка причин:

– недостатній рівень розвитку ринкових відносин у більшості секторів економіки, що не стимулює впровадження прогресивних високоефективних інформаційних технологій;

– відсутність достатнього обсягу вільних фінансових засобів у вітчизняних підприємств і фінансових установ, що перешкоджає інтенсивному розвитку ринку Інтернет-послуг;

– низька платіжна спроможність населення, що не сприяє збільшенню користувачів мережі. Для того щоби щось купувати в Інтернеті, треба мати якісь кошти. З огляду на те, що понад половина українців опинилася за межею бідності, важко розраховувати на реально широку аудиторію. Інтернет-технології найбільш ефективні, коли ними користується не менше ніж 5% населення. В Україні, за різними оцінками, можливості глобальної інформаційної мережі Інтернет активно використовують від 2,5 до 4% населення;

– недостатній рівень розвитку телекомунікаційної інфраструктури, що не дає змоги надавати споживачеві сучасні види послуг. Доступ до Інтернету в Україні ще досить дорогий;

– низький рівень використання інформаційних технологій на підприємствах, в організаціях та органах державної влади, що не сприяє усвідомленню місця і ролі мережі Інтернет у сучасній економіці;

– значна різниця в рівні інформатизації великих міст і регіонів країни, що зменшує потенційну аудиторію користувачів мережі;

– повна відсутність у нашій країні надійної системи оперативної доставки матеріальних цінностей гальмує розвиток нашої он-лайнової торгівлі навіть більше, ніж мала кількість користувачів Інтернету. Наша ж пошта, крім того, що має малу швидкість, взагалі не гарантує доставки надісланого;

– нерозвиненість надійних і легітимних засобів аутентифікації, цифрових підписів, сертифікатів і шифрування. Виникають проблеми конфіденційності й цілісності даних, дотримання прав інтелектуальної власності. Стандарти і законодавча база недостатньо розроблені, недостатня нормативно-правова база в питаннях розвитку мережі Інтернет, інформаційних ресурсів та інтелектуальної власності, що не сприяє розвитку ринку Інтернет-послуг;

– недосконалі механізми оплати. Незважаючи на розвинуту культуру використання магнітних карток, їхні власники утримуються від активного застосування, побоюючись шахрайства. Надійніші рішення, пов'язані з

мікропроцесорними картками, ще не мають розвинутої інфраструктури й охоплюють лише визначені мегаполіси або невеликі регіони. Реальна схема e-commerce починає працювати за дієвого механізму оплати. Пластикові картки є аж ніяк не у всіх, кредитні картки вкрай мало поширені. Існують і традиційні для кредитних карток проблеми списання грошей за фальшивими рахунками і відмовлення від оплати рахунка. Крім того, заплатити з картки можна далеко не в усіх магазинах. Щонайменше половина українських Інтернет-магазинів здійснює доставку товарів з оплатою в момент одержання покупки, у тому числі й післяплатою. Основна причина – Інтернет-торговці не вірять, з одного боку, у чесність покупців а, з іншого – у надійність платіжних систем. Вирішенням цієї проблеми повинно стати істотне удосконалення систем Інтернет-платежів, поширення пластикових карток, особливо в банківській сфері, створення мереж банків-агентів;

– низький рівень безпеки під час здійснення оплати кредитною картою. Обдурити в момент проведення платежу з пластикової картки через Інтернет легше, ніж у разі платежу у звичайному магазині. У США близько 1% платежів з пластикових карток виявляються шахрайськими. Половина цих шахрайських платежів припадає на Інтернет (причому обсяг платежів через Інтернет складає менше ніж 10%);

– за допомогою багатьох кредитних карт можна оплачувати суми не менші за якийсь певний ліміт, у той час як чимала частина обороту в інформаційному бізнесі буде забезпечена платежами в "нижньому ціновому діапазоні" (менше за 1 долар). Це може бути ціна реєстрації на інформаційному WWW-вузлі або ціна купівлі електронного варіанта газети;

– недостатньо широкий спектр товарів і послуг, доступний через мережу. Безумовно, основним моментом для залучення споживчих грошей на електронні ринки, як і в звичайному бізнесі, є формування достатнього обсягу пропозиції за привабливими цінами. Фактично ця складова тільки-но починає розвиватися, особливо у сфері продукції щоденного використання;

– висока вартість володіння електронним магазином. Сьогодні створити повноцінний магазин, прив'язаний до системи обліку реальної фірми, можуть великі компанії, тому що комплекс послуг з його "розгортання" оцінюється від 2 до 50 тис. дол. США;

– трудомісткість пошуку необхідного товару чи інформації. Обсяг ресурсів мережі Інтернет практично подвоюється щороку, пошукові машини дають багатотисячні відгуки на прості запити, мови запиту ще дуже далекі від природних;

– менталітет українського народу: 70-літнє загартування українського народу виробило звичку добувати необхідні товари з боєм, у чергах, з

номерками на руках. Тепер це виражається в іншій формі. Більшість людей, перш ніж щось купити – телевизор чи холодильник – самі об'їдуть магазини, обдивляться, поговорять із продавцями тощо;

– довіра до продавця. Покупець має довіряти магазину. Багато хто вже “наївся” пірамідами та іншими видами афер.

Окремо варто виділити таку проблему, як повна відсутність державної статистичної інформації, щодо електронної комерції в Україні. Це значно звужує можливості аналізу та прогнозування тенденцій її розвитку в нашій країні.

Однією з основних проблем розвитку електронного бізнесу в Україні взагалі та Інтернет-сектора фінансових послуг зокрема, є прогалини у законодавчій базі. В Україні не існує законодавчих актів, які б чітко регулювали сферу Інтернет-послуг.

Підсумовуючи, можна сказати, що лише комплексне вирішення всіх проблем може скоротити розрив у темпах зростання ролі електронної комерції у світі та Україні, при цьому саме держава повинна найбільше перейматися проблемами цієї галузі. Інакше знову ризикує підібрати ті крихти від пирога електронної комерції, які нікому іншому не будуть потрібні.

Висновки. Отже, сфера електронної торгівлі має чимало недоліків і проблем, які гальмують її подальший розвиток, але від яких вона напряму залежить. Питання ведення бізнесу в Інтернет і для України має яскраве майбутнє, але хочеться зауважити: якщо посилатися на об'єктивні труднощі й нічого не робити, то наша держава знову буде відгородженою від світу завісою. Тільки цього разу не залізною, а електронною.

Бібліографічний список

1. Антохонова І. Про використання інформаційних технологій і їх вплив на розвиток економіки / І. Антохонова, О. Полухіна // Питання статистики. – 2010. – № 5. – С. 61–67.
2. Говядкін І. Є. Іншого шляху розвитку бізнесу, інакше як використання ІТ-технологій – не існує / І. Є. Говядкін // Управління персоналом. – 2007. – № 8. – С. 8–15.
3. Карташова І. В. Електронна комерція в Україні та її перспективи / І.В. Карташова // Держава та регіони. – 2007. – № 6. – С. 80–84. – (Серія «Економіка та підприємництво»).
4. Меджибовська Н. Перспективи розвитку електронного бізнесу в Україні / Н. Меджибовська // Економіка України. – 2003. – № 6. – С. 36–41.
5. Раціоналізація застосування електронної комерції в Україні [Електронний ресурс] // Міжнародна електронна комерція (International E-Commerce). 11.09.2010. – Режим доступу : http://e-commerce2000.blogspot.com/2010/09/blog-post_2539.html.
6. Салій Т. М. Електронна комерція та Інтернет в інформаційному секторі економіки / Т. М. Салій // Формування ринкових відносин в Україні : зб. наук. пр. – К., 2007. – Вип. 9(76). – С. 114–117.

Гошко Т. Перешкоди розвитку електронної комерції в Україні

Електронний бізнес – це середовище, в якому будь-яка людина може успішно вирішити питання ведення бізнесу, оплати рахунків, оформлення покупок, використовуючи при цьому мінімум часу й заощаджуючи свої кошти. Але щоб скористатися всіма перевагами, потрібно усунути перешкоди. У статті охарактеризовано перешкоди, які стоять на шляху розвитку електронної комерції.

Ключові слова: електронна торгівля, електронна комерція, Інтернет.

Goshko T. Barriers to the development of e-commerce in Ukraine

E-Business is an environment in which anyone can successfully resolve the issue of business, pay bills, shop design, using less time and saving their money. But to take full advantage, you need to remove barriers. This article describes the obstacles that stand in the way of e-commerce.

Key words: e-commerce, e-commerce, the Internet.

Гошко Т. Препятствия развитию электронной коммерции в Украине

Электронный бизнес представляет собой среду, в которой любой человек может успешно решить вопросы ведения бизнеса, оплаты счетов, оформление покупок, используя при этом минимум времени и экономя свои средства. Но чтобы воспользоваться всеми преимуществами, нужно устранить препятствия. В статье охарактеризованы препятствия, стоящие на пути развития электронной коммерции.

Ключевые слова: электронная торговля, электронная коммерция, Интернет.