

ХОВРАК

Інна Вікторівна



к.е.н., доцент кафедри  
фінансів і кредиту КрНУ  
імені Михайла  
Остроградського

УДК 004.738.5:658.6/.9(477)

## ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ В УКРАЇНІ: ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ

## COMPLEX ASSESSMENT OF THE FINANCIAL MARKETS

У статті розкрито сутність, суб'єкти та форми електронної комерції, сформульовано та охарактеризовано основні переваги та недоліки електронної комерції в Україні.

В статье раскрыта сущность, субъекты и формы электронной коммерции, сформулированы и охарактеризованы основные преимущества и недостатки электронной коммерции в Украине.

The essence, subjects and forms of e-commerce has been disclosed in the article, the author formulates and describes the advantages and disadvantages of e-commerce in Ukraine.

**Ключові слова:** електронна комерція, Інтернет, користувачі, правове регулювання.

**Ключевые слова:** электронная коммерция, Интернет, пользователи, правовое регулирование.

**Key words:** E-commerce, Internet, users, legal regulation.

### ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ ТА АНАЛІЗ ПУБЛІКАЦІЙ

В умовах формування інформаційного суспільства прискорюється розвиток інформаційно-комунікаційних технологій, які дозволяють вирішувати складні економічні завдання як для окремих комерційних структур, так і в загальнодержавному масштабі. Одним із засобів здійснення і підтримки процесів інформатизації в економічному середовищі є електронна комерція, яка дає змогу максимально ефективно здійснювати комерційні операції, оперативно реагувати на зміни ринку товарів та послуг, розширювати сфери впливу господарюючих суб'єктів та посилювати їх конкурентні переваги.

Електронну комерцію можна розглядати як одну із сучасних форм організації і здійснення господарської діяльності, відмінною рисою якої є використання загальнодоступних інформаційних систем та комп'ютерних мереж, об'єднаних Internet. Не зважаючи на наявність низки переваг, електронна комерція в Україні ще не одержала достатнього розвитку. Також слід відзначити, що у сучасній вітчизняній науковій літературі недостатньо уваги приділено питанням правового регулювання електронної комерції та електронного документообігу.

Відповідно, теорія електронної комерції знаходиться на стадії розробки. Так, питання сутності електронної комерції та її еволюції досліджуються і висвітлюються в матеріалах багатьох міжнародних організацій, зарубіжних та вітчизняних науковців. Тому дослідження особливостей здійснення діяльності за допомогою систем електронної комерції в Україні є доцільним, своєчасними та актуальними.

Метою роботи є виявлення сучасних тенденцій функціонування електронної комерції в Україні та розкриття її переваг і недоліків.

Перші системи електронної комерції були створені в 60-х рр. XX ст. у США з метою обслуговування замовлень квитків у транспортних компаніях, а також координації діяльності різноманітних служб у процесі підготовки рейсів [1, с. 618]. Концепції «електронного бізнесу» та «електронної комерції» виникли в США у 1980-х рр. і стали результатом розвитку більш ранніх ідей глобальної інформаційної економіки [2, с. 47]. Підходи міжнародних організацій до визначення даної категорії наведені в табл.1 [3, с. 31].

### ОСНОВНІ РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Поняття «електронна комерція» набуло великої популярності внаслідок його ототожнення з терміном «електронний бізнес». Проте з часом науковці почали відокремлювати електронну комерцію від електронного бізнесу. Так, Т.С. Максимова та Д.В. Сорочан [4, с. 274] зазначають, що розуміння електронної комерції тільки як процесу купівлі і продажу продуктів у режимі on-line дуже обмежене. Дійсно, електронна комерція починалася

Визначення категорії «електронна комерція»  
(розроблено автором)

Організація	Визначення
Банк міжнародних розрахунків (Bank for International Settlements)	Комерційна діяльність, пов'язана з Інтернетом; будь-яка комерційна діяльність, яка спирається головним чином на електронний обмін інформацією.
Міжнародна бюджетна асоціація (International Fiscal Association)	Комерційні операції, при яких замовлення розміщується в електронному режимі, товари або послуги поставляються в матеріальній або електронній (цифровій) формі, і при яких спостерігається неперервність комерційні відносини.
Організація економічного співробітництва та розвитку (Organization for Economic Cooperation and Development)	Всі операції на основі обробки і передачі цифрових даних, включаючи текст, звуки і візуальні образи, які проводяться по відкритих або закритих мережах, що мають шлюз на відкриті мережі. Продукти можуть бути як матеріальними і нематеріальними активами (подорожі, програмне забезпечення, розваги, банківські, страхові, брокерські, інформаційні, юридичні, державні послуги, послуги в сфері нерухомості, охорони здоров'я та освіти).
Національна асоціація програмного забезпечення та послуг компаній (National Association of Software and Service Companies)	Всі операції, при яких і пропозиції товару до продажу, і прийняття цієї пропозиції, зроблені в електронному вигляді.
Світова організація торгівлі (World Trade Organization)	Операції щодо виробництва, розповсюдження, маркетингу, продажу чи поставки товарів та послуг, проведені за допомогою електронних засобів.

з операцій купівлі-продажу і перерахування коштів через комп'ютерні мережі. Але сьогодні електронна комерція поєднує процеси розробки, просування на ринок, продажу, доставки, післяпродажного обслуговування й оплати товарів і послуг за допомогою Internet, створення віртуальних співтовариств споживачів і бізнес-партнерів. Таким чином, електронна комерція містить у собі не тільки ділові операції, пов'язані з безпосереднім отриманням прибутку (купівля-продаж товарів і послуг), а й процеси підтримки отримання прибутку (створення попиту на товари і послуги, післяпродажна підтримка й обслуговування покупців, полегшення взаємодії між діловими партнерами).

Також варто розуміти, що сутність поняття «електронна комерція» має розглядатись з двох точок зору [5, с. 62]:

- економічної (електронна економічна діяльність, пов'язана з реалізацією і постачанням товарів (робіт, послуг), вибір та замовлення яких здійснюється через комп'ютерні мережі, а розрахунки між покупцем та постачальником здійснюються за допомогою електронних засобів);

- юридичної (сукупність правил, які врегульовують порядок здійснення відносин між замовником та постачальником при оформленні договорів купівлі-продажу товарів (робіт, послуг), спрямованих на отримання прибутку на основі виконання електронних процедур).

Отже, електронна комерція заснована на структурі традиційної комерції, а використання електронних мереж

додає їй гнучкості. Виділяють 5 основних груп суб'єктів електронної комерції: споживачі (C-consumer), фізичні особи; бізнес організації (B-business); державні органи (G-government, деколи A-administration); співробітники (E-employee); фінансові установи, що забезпечують розрахунки між іншими суб'єктами електронної комерції. На даний момент електронна комерція поділяється на 5 основних форм (табл. 2 [6-7]). Найбільшого розповсюдження набули бізнес-моделі в сфері B2B та B2C (електронні постачальники (E-procurement), електронні платформи для співробітництва (Collaboration platforms), інформаційні брокери (E-brokers), платіжна система (E-payment systems), електронна крамниця (E-shop), електронний аукціон (E-auction), віртуальні співтовариства (Virtual communities) тощо).

Оскільки для нормального функціонування і розвитку електронної комерції необхідне нормативне визначення механізму здійснення угод з використанням Internetу і легалізації застосовуваних при цьому способів взаєморозрахунків, вітчизняні автори пропонують розробити комплексний закон про електронну комерцію, який би регулював більшість відносин, що виникають під час її здійснення, а саме: від поняття електронного документа до укладення договорів у цій сфері. Проте, на сьогодні Верховною Радою України було прийнято лише:

- Закон України «Про електронний цифровий підпис» визначає правовий статус електронного цифрового підпису та регулює відносини, що виникають при викори-

Таблиця 2

## Характеристика форм електронної комерції

Форми	Стисла характеристика
Основні форми електронної комерції	
B2B (business – to – business)	- співпраця підприємств (юридичних осіб) через мережу Інтернет: можливість обирати постачальників, оформлювати документи на здійснення оптової покупки, перераховувати гроші на розрахунковий рахунок продавця тощо; - прикладами є каталоги (найбільш розповсюджені), електронні біржі (мають функціональну схожість з реальними біржами, використовуються для торгівлі зерном, металом тощо), електронні громади (ресурси, що спеціалізуються на проведенні досліджень, просуванні послуг підприємств, їх рекламі).
B2C (business – to – consumer)	- орієнтована на пряму співпрацю підприємств та їх клієнтів (споживачів), характеризується відсутністю кордонів (географічне розташування покупця, завдяки розгалуженій транспортній системі, не має суттєвого значення) та значним зниженням кінцевої ціни продукції завдяки відсутності великої кількості посередників; - прикладами є функціонування доволі поширених зараз Internet-магазинів – електронна роздрібна торгівля.
B2E (business – to – employee)	- полягає в використанні внутрішньо корпоративних систем ведення бізнесу, основною метою яких є спрощення процесу координації працівників (наприклад, у компаніях з великим розміром штату), оформлення документації та донесення її до цільових посадових осіб; - приклад: корпоративний сайт, внутрішній портал та соціальна мережа.
C2C (consumer – to – consumer)	- взаємодія користувачів для обміну комерційною інформацією, досвідом, здійснення операцій купівлі-продажу між фізичними особами; - прикладом виступають Internet-аукціони, на яких один користувач (фізична особа) пропонує на продаж будь-який вид товару іншими користувачам.
B2G (business – to – government)	- використовується при роботі зі системами електронних держзакупівель; операції укладаються між приватними компаніями та урядовими організаціями.
Форми електронної комерції, які на даний момент не мають широкого розповсюдження	
C2B (consumer – to – business)	- надають покупцеві можливість самому встановити ціну та товар, запропонований продавцем (підприємством).
G2B (government – to – business)	- набір інструментів, що дозволяє організувати взаємодію уряду та комерційних організацій в on-line режимі.
C2G (consumer – to – government)	- не існує, але за її допомогою уряди можуть розширити електронну взаємодію в таких сферах, як наприклад, соціальні виплати.

станні електронного цифрового підпису;

- Закон України «Про електронні документи та електронний документообіг», який визначив поняття електронного документа та електронного документообігу, закріпив світові тенденції щодо визнання юридичної сили електронного документа, права та обов'язки суб'єктів електронного документообігу, їх відповідальність.

Також окремі елементи електронної комерції закріплює Податковий Кодекс, зокрема [8]: електронний документообіг, електронний цифровий підпис, застосування новітніх телекомунікаційних технологій у сфері оподаткування, особливості інформаційної діяльності органів ДПС України, доступ до публічної інформації тощо. Проте діяльність на ринку електронної комерції ускладнюється пунктом 15 статті 299 Податкового кодексу, в якій зазначається, що платники єдиного податку (фізичні та юридичні особи) не можуть використовувати

в своїй бухгалтерії форми взаєморозрахунків, відмінних від готівкової та безготівкової форми. Ця норма збільшує податкове навантаження на суб'єктів ринку. Тому правове регулювання електронної комерції в Україні потребує подальшого вдосконалення з огляду на сучасні тенденції розвитку даного ринку.

Електронна комерція почала активно поширюватись в Україні в останнє десятиріччя, що пов'язано, в першу чергу зі зростанням кількості Internet-користувачів. Станом на березень 2011 р. Internet World Stats нарахував 15,3 млн. користувачів [9, с. 67]. Дослідження InMind Factum Group демонструє, що 12,9 млн українців (33 %) використовують Internet раз на місяць і частіше, 11,8 млн (30 %) – один раз на тиждень і частіше, 8,7 млн (22 %) щоденно або майже щоденно. Соціально-демографічна структура Internet-користувачів наступна: переважають чоловіки (54 %), за віковими показниками 58 % – підлітки і молодь

у віці 15-30 років, 29 % – користувачі у віці 31 – 45 років, а 13 % – люди у віці 46 і більше років. За типом населеного пункту 58% користувачів мережі мешкають у містах із населенням більше 100 тисяч чол., 25 % – до 100 тис., а решта 13 % – у селах.

При цьому вже сьогодні Україна входить до першої десятки країн з найбільшою швидкістю Internet-трафіку (1190 кб/с при середньосвітовій швидкості 580 кб/с) [9, с. 7]. В цілому, Україна посідає 9 місце у списку європейських країн за кількістю Internet-користувачів (табл. 3).

**ВИСНОВКИ**

Основні переваги електронної комерції, що спонукають все більшу кількість українських покупців та продавців віддавати перевагу покупкам on-line, наведені на рис.1. Однак, поряд з перевагами існує також ряд недоліків використання електронної комерції (рис. 2). Для подолання бар'єрів поширення електронної комерції та активного включення України в міжнародний електронний бізнес потрібно підвищувати купівельну спроможність населення на основі стабільного економічного росту, а також проводити наступну державну політику у сфері інформа-

Таблиця 3

ТОП-10 європейських країн за кількістю Internet-користувачів

Країна	Кількість користувачів, млн. осіб	Частка населення, %	Країна	Кількість користувачів, млн. осіб	Частка населення, %
Німеччина	65,1	79,9	Італія	30,0	49,2
Російська Федерація	59,7	43,0	Іспанія	29,1	62,2
Велика Британія	51,4	82,0	Польща	22,5	58,4
Франція	45,3	69,5	Україна	15,3	33,9
Туреччина	35,0	44,4	Нідерланди	14,9	88,3

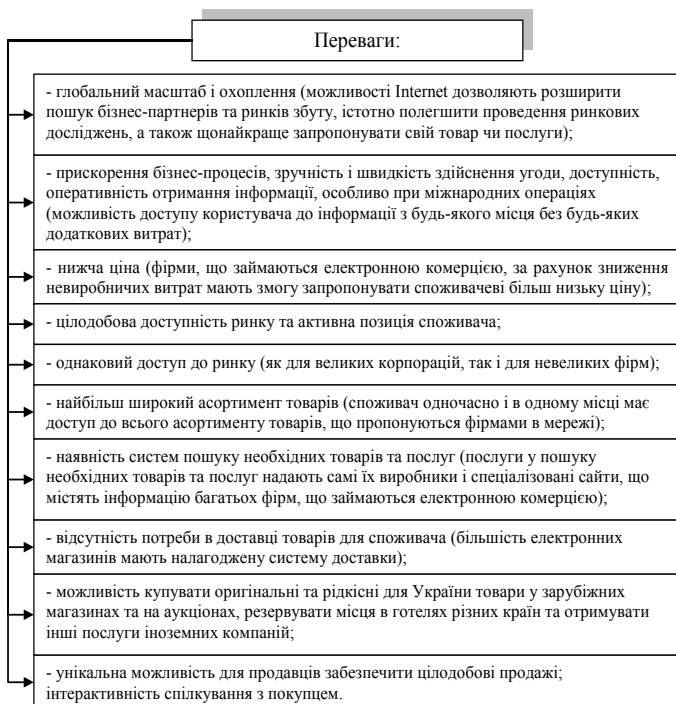


Рис. 1. Переваги електронної комерції

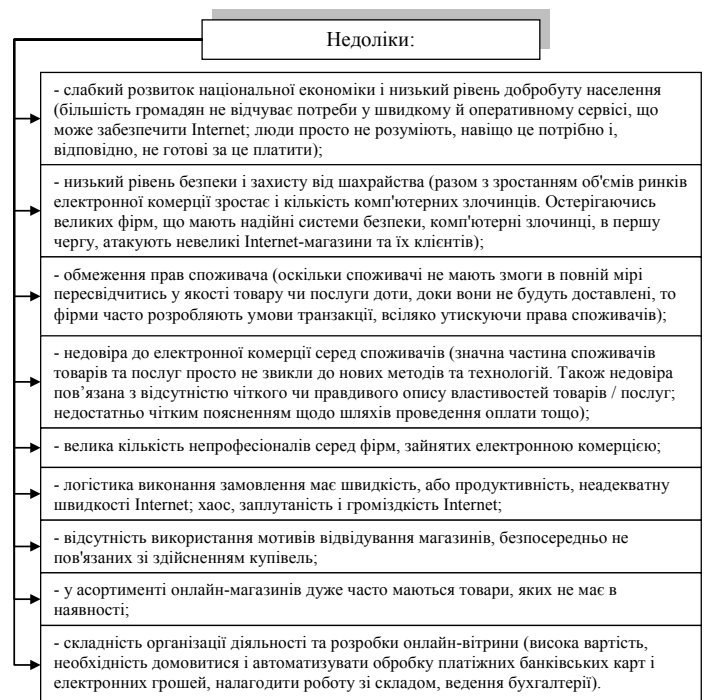


Рис. 2. Недоліки електронної комерції

ційних технологій:

- розробляти нові законодавчі акти, які б регулювали електронну комерцію;

- вносити зміни до зовнішньоекономічної політики України;

- розробляти системи оподаткування для електронної комерції та захищати права споживачів;

- активно впроваджувати комп'ютери та телекомунікації в усі сфери соціального та економічного життя країни, у тому числі і в сільській місцевості, що забезпечить розширення комп'ютерної грамотності населення і належний рівень розвитку інфраструктури;

- стимулювати навчання професійним та загальним навичкам роботи з Internet на всіх рівнях освітньої системи.

У такому випадку, за сприяння держави, переваги електронної комерції стануть доступними для українських споживачів та виробників. Також значну увагу необхідно приділяти посиленню довіри населення до електронної комерції та впровадженню її перспективних інструментів.

#### Література:

1. Маєвська А. А. Електронна комерція і право / А. А. Маєвська. – Х.: TEMPUS, 2010. – 256 с.

2. Міщенко В. І. Електронний бізнес на ринку фінансових послуг: [практич. посіб.] / В. І. Міщенко, А. В. Шаповалов, Г. В. Юрчук. – К.: Знання, КОО, 2003. – 278 с.

3. Кравчук В. Ринок карткових платежів України: Міжнародний досвід та національне регулювання: Аналітичний звіт / В. Кравчук, О. Прем'єрова. – К.: АДЕФ-Україна, 2012. – 60 с.

4. Максимова Т. С. Використання електронної комерції роздрібними торговельними підприємствами / Т. С. Максимова, Д. В. Сорочан // Торгівля і ринок України: Тематичний збірник наукових праць. – 2010. – Випуск 29. – С. 273-279.

5. Легенчук С. Ф. Сутність електронної комерції: обліковий вимір / С. Ф. Легенчук, А. С. Скакун // Вісник ЖДТУ. Серія: Економічні науки. – 2011. – № 4 (58). – С. 59-65.

6. Заглада Р. Ю. Електронна комерція як фактор конкурентоспроможності в банківській сфері України / Р. Ю. Заглада, І. М. Іртлач [Електронний ресурс] // Ефективна економіка. – 2011. – № 12. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/index.php?operation=1&iid=837>

7. Третьякова Л. І. Маркетингові аспекти застосування електронних технологій бізнесу / Л. І. Третьякова, С. Й. Чучмарьова, П. Б. Прийма // Логістика : [збірник наукових праць] / відповідальний редактор Є. В. Крикавський. - Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2010. - С. 479-483. - (Вісник / Національний університет «Львівська політехніка»; № 690).

8. Законодавство України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws>

9. Інформаційні технології як фактор суспільних перетворень в Україні: зб. аналіт. доп. / М. А. Ожеван, С. Л. Гнатюк, Т. О. Ісакова; за заг. ред. Д. В. Дубова. – К.: НІСД, 2011. – 96 с.

## КОНСУЛЬТАЦІЇ

### Особливості оподаткування податком на додану вартість операцій з постачання програмної продукції

Відповідно до пункту 26 підрозділу 2 розділу XX Податкового кодексу України (далі – Кодекс) операції з постачання програмної продукції, тимчасово, з 1 січня 2013 року до 1 січня 2023 року, звільняються від оподаткування податком на додану вартість.

Для цілей цього пункту до програмної продукції відносяться:

- результат комп'ютерного програмування у вигляді операційної системи, системної, прикладної, розважальної та/або навчальної комп'ютерної програми (їх компонентів), а також у вигляді інтернет-сайтів та/або онлайн-сервісів;

- криптографічні засоби захисту інформації.

Згідно з вимогами пункту 201.14 статті 201 Кодексу платники податку зобов'язані вести окремий облік операцій з постачання та придбання товарів/послуг, які підлягають оподаткуванню, а також які звільнені від оподаткування.

Таким чином, звільнення від оподаткування податком на додану вартість поширюється не на окремих суб'єктів господарювання, а на операції з постачання програмної продукції.

Обсяг операцій, звільнених від оподаткування податком на додану вартість, вказується у рядку 5 декларації з податку на додану вартість та в таблиці 3 додатку 6 до неї, де зазначається підстава для звільнення.

Що стосується права на формування податкового кредиту, то відповідно до статті 198 Кодексу України суми податку

на додану вартість, сплачені (нараховані) у зв'язку з придбанням товарів/послуг та необоротних активів, які призначаються для їх використання в операціях, що звільнені від оподаткування, не відносяться до податкового кредиту та відповідно не можуть призвести до виникнення бюджетного відшкодування.

Обсяги придбання (без ПДВ) таких товарів/послуг, необоротних активів відображаються в рядку 10.2 декларації з податку на додану вартість.

У разі здійснення підприємством операцій з постачання інших товарів/послуг, податок на додану вартість справляється з урахуванням норм Кодексу.

При цьому необхідно враховувати, що у разі якщо придбані та/або виготовлені товари/послуги, необоротні активи частково використовуються в оподатковуваних операціях, а частково - ні, до сум податку, які платник має право віднести до податкового кредиту, включається та частка сплаченого (нарахованого) податку під час їх придбання або виготовлення, яка відповідає частці використання таких товарів/послуг, необоротних активів в оподатковуваних операціях (стаття 199 Кодексу).

За матеріалами офіційного порталу Державної податкової служби України