

СЕКЦІЯ 7

ЕКОНОМІЧНО ЕФЕКТИВНА ТОРГІВЛЯ: РОЗУМІННЯ СУТІ ТА СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ЇЇ ВЕДЕННЯ

УДК 339

Гула Інна
студентка групи ПФ-31
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Науковий керівник: Химич Ірина
кандидат економічних наук
доцент кафедри економіки та фінансів
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Inna Hula
student of group PF-31
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

Scientific supervisor: Iryna Khymych
Ph. D. (Economics)
Associate Professor at the Department of Economic and Finance
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF UKRAINIAN ELECTRONIC COMMERCE

Аналіз економічної ситуації країни зараз важко розглядати без технологічних аспектів розвитку. Особливу увагу доцільно приділити Інтернету, а саме розвитку електронної торгівлі, яка сьогодні займає вагоме місце. Без сумніву, глобалізація процесу розвитку електронної торгівлі має перспективу здійснювати значний вплив на міжнародну торгівлю. Датою появи електронної торгівлі вважають 11 серпня 1994 року, а першою платформою, де була проведена торговельна операція, є сайт NetMarket-американська платформа для роздрібно торгівлі.

Електронна торгівля являє собою організацію торгових операцій з купівлі-продажу товарів, послуг, використовуючи електронні телекомунікаційні мережі та фінансово-економічні інструменти. Головними ознаками електронної комерції є такі: віртуальність, інтерактивність, глобальність, динамічність, ефективність.

З кожним роком кількість операцій на електронних платформах збільшується. Це можна простежити за допомогою діаграми.

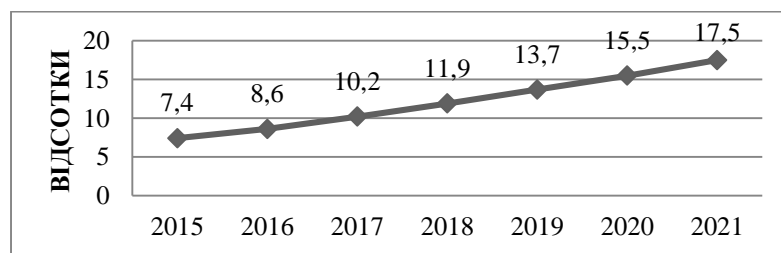


Рис. 1 Зростання електронної торгівлі у світі у відносному значенні, 2014-2018 рр., %* з прогнозним значенням до 2021 р. [1]

Вплив трьох найсуттєвіших чинників дає поштовх до активного розвитку електронної торгівлі. Перший зумовлений лібералізацією торгівлі та процесами глобалізації всієї економіки. Тобто ми спостерігаємо вільне переміщення товарів, капіталу, різноманітних новітніх технологій між різними країнами. Другим чинником вважають розширення можливостей Інтернету. Постійне оновлення механізмів торгівлі, зручність використання, надійність та універсальність. Третім чинником є легкість, доступність та швидкість здійснення торгових операцій в Інтернеті.

До головних переваг електронної торгівлі належать: швидкий доступ до інформації про продукти та послуги, скорочення виробничих витрат, витрат, пов'язаних з обміном інформацією, скорочення циклу виробництва та продажу, швидкість реагування на запити споживачів, швидкість проведення розрахунків, полегшення взаємодії між банками та підприємцями, між підприємцями та споживачами. До того варто зазначити, що електронна торгівля сприяє модернізації маркетингу, освіти, логістики, аудиту. Доцільно й відмітити, що розвиваються нові види діяльності, такі як аутсортинг та фрілансерство, що у свою чергу створює нові робочі місця та дає реальні можливості для заробітку [2].

Основними недоліками електронної комерції є шахрайство в торгівлі, крадіжки через електронні ресурси, загрози завдання збитків хакерами, перебої у поставленні товарів, складний процес повернення чи обміну товару, відмінність валютних систем різних країн, недостатність правового регулювання. Важливою проблемою залишається захист персональних даних під час проведення електронних торговельних операцій, умови яких мають чітко регламентуватись законом. В багатьох країнах світу створенні установи, які регулюють процеси електронної торгівлі: збереження конфіденційної інформації про клієнтів, поширення інтернет-реклами, застосування інших маркетингових інструментів. Для прикладу в США такими установами є Федеральна комісія з торгівлі й Рада зі стандартів безпеки платіжних карток. [3] В Україні електронні торговельні операції здійснюють відповідно до Закону України «Про електронну комерцію», де описані головні права та обов'язки суб'єктів діяльності в цих межах.

У 2015 році на конференції ООН Україна посіла 58 місце з 130 країн за умовами розвитку електронної торгівлі. У 2016 році близько 36% користувачів Інтернету здійснили покупки онлайн, а загальна кількість інтернет-споживачів склала 3,7 мільйона[4].

Онлайн-торгівля є досить динамічним явищем та стійким, оскільки є одним з сегментів, які зараз активно розвиваються, не зважаючи на кризи. Однак варто зазначити, що великі обсяги електронних операцій викликають певне занепокоєння урядів країн. Як правило, для людей, які створюють бізнес в Інтернеті, питання оподаткування не є найважливішим. Саме торгівля в Інтернеті дає змогу здійснювати операції, які в традиційній торгівлі супроводжуються проблемами в оподаткуванні. У більшості випадків підприємці намагаються обминати сплату податків, якщо транзакції здійснюються через пряму електронну пошту між продавцем і покупцем. Оскільки потенційні платники податків здійснюють перекази коштів онлайн, ідентифікувати їх важко, зважаючи на анонімність та швидкість проведення операцій. А це у свою чергу є підставою для уникнення сплати податків, що позбавляє бюджет країни джерела надходжень.

Можна стверджувати, що електронна комерція зараз розвивається швидкими темпами. Хоча в Україні вона знаходиться на початкових етапах, вже показує високі темпи зростання. Сьогодні важливо розв'язати питання, які стримують її розвиток, а саме створити законодавче підґрунтя, прозору податкову систему, що перетворить її на стабільне джерело надходжень до бюджету країни.

Перелік використаних джерел:

1. Clement J. Worldwide e-commerce share of retail sales 2015-2023 [Електронний ресурс] / J. Clement // Statista. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.statista.com/statistics/534123/ecommerce-share-of-retail-sales-worldwide/>.

2. Bruno Moriset. E-Business and e-Commerce [Електронний ресурс] / Bruno Moriset // Jean Moulin Lyon 3 University – Lyon – France. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-01764594/document>

3. Khurana A. Advantages of E-commerce Over Traditional Retail [Електронний ресурс] / Ajeet Khurana // Basics. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.thebalancesmb.com/advantagesof-ecommerce-1141610>

4. Клюка А. Исследование рынка электронной коммерции в Украине [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ain.ua/2013/04/11/120835>

УДК 658.84:004.738.5

Тришкіна Ніна

кандидат економічних наук, доцент
викладач Хмельницького торговельно-економічного коледжу
Київського національного торговельно-економічного університету
м. Хмельницький, Україна

Nina Trishkina

PhD (Economics)

Lecturer at Khmelnytsky College of Commerce and Economics
Kyiv National University of Trade and Economics
Khmelnytsky, Ukraine

ТОРГІВЛЯ ЧЕРЕЗ ІНТЕРНЕТ TRADE THROUGH THE INTERNET

Правові відносини у сфері електронної комерції регулює Закон України «Про електронну комерцію» [1]. Цей Закон є, по суті, єдиним нормативним актом, що регламентує особливості саме інтернет-торгівлі. Законодавство України у сфері електронної комерції ґрунтується на Конституції України і складається із Цивільного і Господарського кодексів України, законів України «Про захист прав споживачів», «Про рекламу», «Про електронні документи та електронний документообіг», «Про захист інформації в інформаційно-телекомунікаційних системах», «Про телекомунікації», «Про електронний цифровий підпис», «Про платіжні системи та переказ коштів в Україні», «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг», «Про захист персональних даних», міжнародних договорів України, згода на обов'язковість яких надана Верховною Радою України, Закону «Про електронну комерцію» та інших нормативно-правових актів, прийнятих відповідно до них.

Електронна торгівля – це господарська діяльність у сфері електронної купівлі-продажу, реалізації товарів дистанційним способом покупцю шляхом вчинення електронних правочинів із використанням інформаційно-телекомунікаційних систем.

Основними принципами у сфері електронної торгівлі є:

- свобода провадження підприємницької діяльності з використанням інформаційно-телекомунікаційних систем;
- свобода вибору контрагента, електронних засобів, видів та форм діяльності;
- свобода конкуренції та забезпечення її сумлінності;
- свобода вчинення електронних правочинів;
- рівність і охорона прав учасників відносин у сфері електронної комерції;
- дотримання вимог законодавства, правил професійної етики, повага до прав, свобод, законних інтересів учасників відносин у сфері електронної комерції;
- забезпечення належної якості товарів, робіт та послуг, що реалізуються у сфері електронної комерції;