

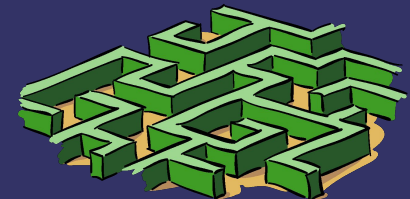
# Тема лекції: «Цифрова економіка та електронна комерція. Загальний огляд та перспективи реалізації в Україні»

Викладач: Коляденко В. А.  
Кандидат політичних наук, доцент, Заслужений економіст України



# *План лекції:*

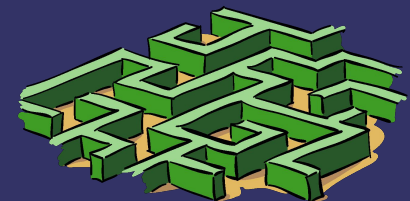
- 1) Розвиток інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) та їх вплив на суспільний розвиток.
- 2) Електронна комерція: історія, сутність, принципи, переваги та проблеми впровадження.
- 3) Види електронної комерції.
- 4) Нормативно-правове регулювання електронної комерції.



Кінець 20 століття супроводжувався бурхливим розвитком ІКТ (розвиток мобільного зв'язку, широкополосного доступу, цифрового телебачення, мережі Інтернет).

Відбувається перехід від індустріального до постіндустріального та інформаційного суспільства. Інформаційне суспільство головним предметом суспільного виробництва має інформацію, а не матеріальний об'єкт. У розвинених країнах сучасні ІКТ перестали бути додатком до старої економіки, перетворившись у базові технології усіх сфер народного господарства і життя суспільства.

***Людство невпинно просувається до інформаційної епохи, в якій економіка та бізнес стають електронними.***



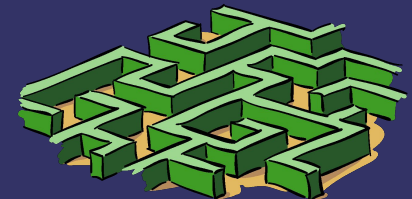
- Доступ до Інтернет використали 1,73 млрд.чол.
- У порівнянні з 2008 роком кількість Інтернет-користувачів зросла на 18%.
- Рівень проникнення до Інтернету в Європі перевищив 53%.

- Світовий ринок електронної комерції в 2009 році склав 447 млрд. дол США.
- У 2010 році обіг світового ринку електронної комерції досягне 1 трлн. дол. США, а найближчі роки сягне 10 млрд. дол. США



Сучасне суспільство використовує інформаційні ресурси, глобальну мережу Інтернет для задоволення найрізноманітніших потреб своїх громадян у різних сферах:

- ➔ E-government
- ➔ E-commerce
- ➔ E-education
- ➔ E-medicine

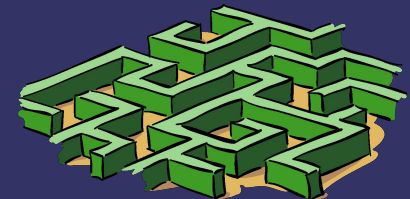


## *Міжнародні та національні стратегії розвитку інформаційного суспільства*

Всесвітній самміт з питань інформаційного суспільства 2003 рік – Женева, 2005 – Туніс, 2011 – Женева.

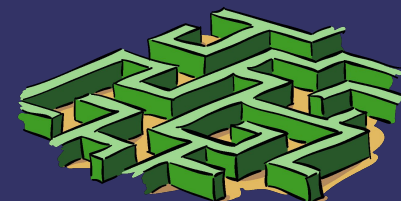
Регіональні програми: Електронна Європа - 2020; Електронна Азія та інші.

Національні програми: Електронна Америка, Електронна Росія, Електронна Британія та інші



# *Висновок*

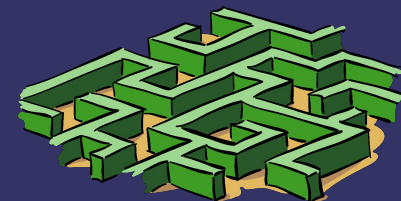
В умовах світової глобалізації та зростання конкуренції країни, які активно застосовують інформаційно-комунікаційні технології, розвивають електронну комерцію — отримують серйозні конкурентні переваги.



# Висновок

Як відзначили провідні світові економісти і політики: перспективний розвиток економіки та суспільного життя в найближчі роки буде визначатися формулою «5-І»:

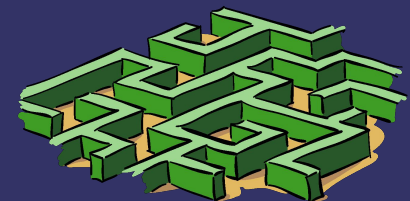
- ⇒ Інформація
- ⇒ Інновація
- ⇒ Інвестиції
- ⇒ Інтелектуальна власність
- ⇒ Інфраструктура





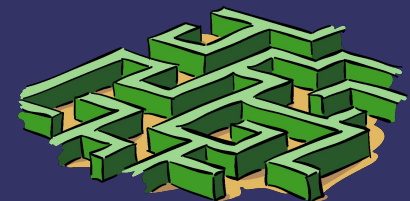
# Історія розвитку електронної комерції

- ➔ Датою народження інформаційних технологій електронної комерції вважається 1993 рік, коли почалося масове використання Web-технології в мережі Інтернет, проте перші системи електронної комерції у своїй найпростішій формі з'явилися у 1960-х роках в США та використовувались головним чином у транспортних компаніях для замовлення білетів та обміну інформацією між транспортними службами перед підготовкою до рейсів.
- ➔ Спочатку електронна комерція опиралася на комунікації, які не належали до Інтернет, та характеризувалися використанням різноманітних автономних стандартів та протоколів.



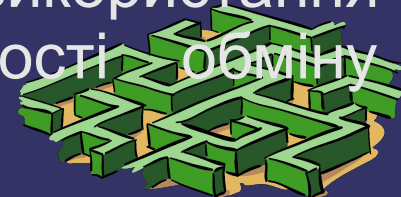
# Історія розвитку електронної комерції

- Першим загальноприйнятим стандартом став EDI (Electronic Data Interchange), який був прийнятий у 1980 році. Цей стандарт визначав як типові бізнес-транзакції і документи (замовлення, накладні, митні декларації тощо), які мають бути оброблені та передані через цифрові мережі. На початку 1990-х років ISO розробила новий стандарт EDIINT (Electronic Data Interchange for Administration, Commerce and Transport over Internet) який опирався на EDI та визначав засоби передачі EDI-транзакцій за допомогою протоколів мереж IP та Інтернет.
- На початку 1990-х років ISO розробила новий стандарт EDIINT (Electronic Data Interchange for Administration, Commerce and Transport over Internet) який опирався на EDI та визначав засоби передачі EDI-транзакцій за допомогою протоколів мереж IP та Інтернет.



# Історія розвитку електронної комерції

- Багато великих торговельних організацій інвестували кошти у розвиток EDI, але він ніколи не досяг того рівня популярності, як web-орієнтована електронна комерція, за такими причинами: 1) висока вартість впровадження EDI-рішень не дозволяла середнім та малим підприємствам стати учасниками електронної комерції; 2) повільний розвиток стандартів EDI; 3) складність розробки програм за специфікаціями EDI зумовила нестачу кваліфікованих спеціалістів.
- З розвитком Інтернету у 1990-х роках виникла відповідна форма електронної комерції у формі Інтернет-магазинів, де користувачі могли замовляти товари та послуги з оплатою за допомогою банківських карток. Розвиток Інтернету став чинником значного зниження витрат використання електронної комерції завдяки низькій вартості обміну інформацією.



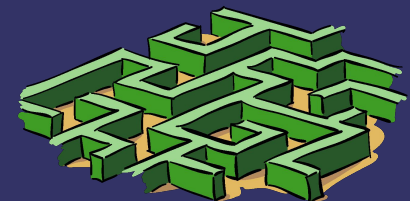
# Сутність електронної комерції

- Електронна комерція (від англ. e-commerce) — це сфера цифрової економіки, що включає всі фінансові та торгові транзакції, які проводяться за допомогою комп'ютерних мереж, та бізнес-процеси, пов'язані з проведенням цих транзакцій.
- Електронна комерція — така форма комерції, коли вибір і замовлення товару чи послуг здійснюються через комп'ютерні мережі, а оплата — через використання електронних документів та платіжних засобів



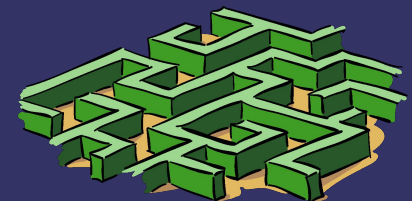
# До електронної комерції відносять:

- Електронний обмін інформацією (Electronic Data Interchange, EDI),
- електронний рух капіталу (Electronic Funds Transfer, EFS),
- електронну торгівлю (E-Trade),
- електронні гроші (E-Cash),
- електронний маркетинг (E-Marketing),
- електронний банкінг (E-Banking),
- електронні страхові послуги (E-Insurance), тощо.



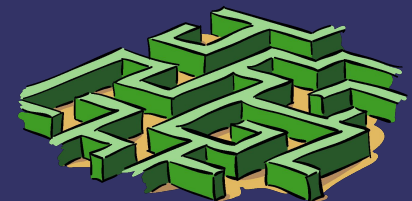
# Суб'єкти електронної комерції:

- ⇒ домашні господарства;
- ⇒ фірми;
- ⇒ держава;
- ⇒ постачальники мережевих послуг (провайдери, електронні платіжні системи (у технічному аспекті), тощо);



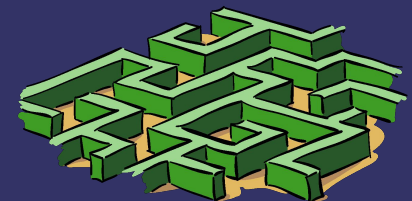
# Принципи електронної комерції

- ➔ Створення глобального комунікаційного середовища з підтримкою режиму он-лайн
- ➔ Розробка програмно-технічних засобів проведення надійних і безпечних платіжних операцій
- ➔ Наявність простого і безпечного клієнтського програмного забезпечення



# *Організаційні стадії електронної торгівлі*

- Реклама послуг і товарів на сайтах та проведення презентацій засобами аудіо- та відеодемонстрацій на клієнтських комп'ютерах
- Проведення операції (купівля, зміна суми банківського рахунку тощо) як безпечної транзакції
- Електронна підтримка клієнтів у період експлуатації ними товарів та послуг





# Переваги електронної комерції

- ⇒ оперативність отримання інформації, особливо при міжнародних операціях;
- ⇒ зниження невиробничих витрат (торгових витрат, витрат на рекламу, витрат пов'язаних з сервісним обслуговуванням та інформаційною підтримкою споживачів);
- ⇒ скорочення циклу виробництва та продажі, оскільки відпадає потреба повторного підтвердження інформації і знижується вірогідність помилок при введенні інформації;
- ⇒ значно знижуються затрати пов'язані з обміном інформацією, за рахунок використання більш дешевих засобів телекомунікації;
- ⇒ більша відкритість компаній до споживачів.



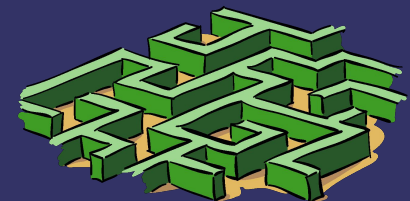
# *Види електронної комерції: Бізнес-до-бізнесу (B2B)*

- ➔ B2B електронна комерція — це електронна комерція між компаніями. Це — тип електронної комерції, що має справу з відносинами між і серед видів комерційної діяльності. Приблизно 80 % електронної комерції належать до цього типу, і більшість експертів пророкує, що B2B електронна комерція продовжить поширюватися швидше ніж B2C. Більше загальні B2B приклади й кращі практичні моделі — IBM, Hewlett Packard, Cisco and Dell. Основною задачею B2B компаній є підвищення ефективності роботи компаній на B2B-ринку за рахунок зниження витрат на підготовку торгових процедур, а також розширення географії бізнесу до масштабів світу.



# Види електронної комерції: Бізнес-до-споживача (B2C)

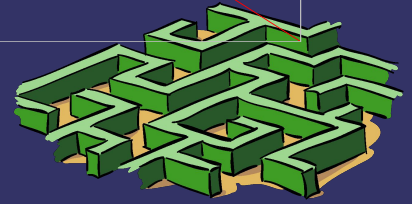
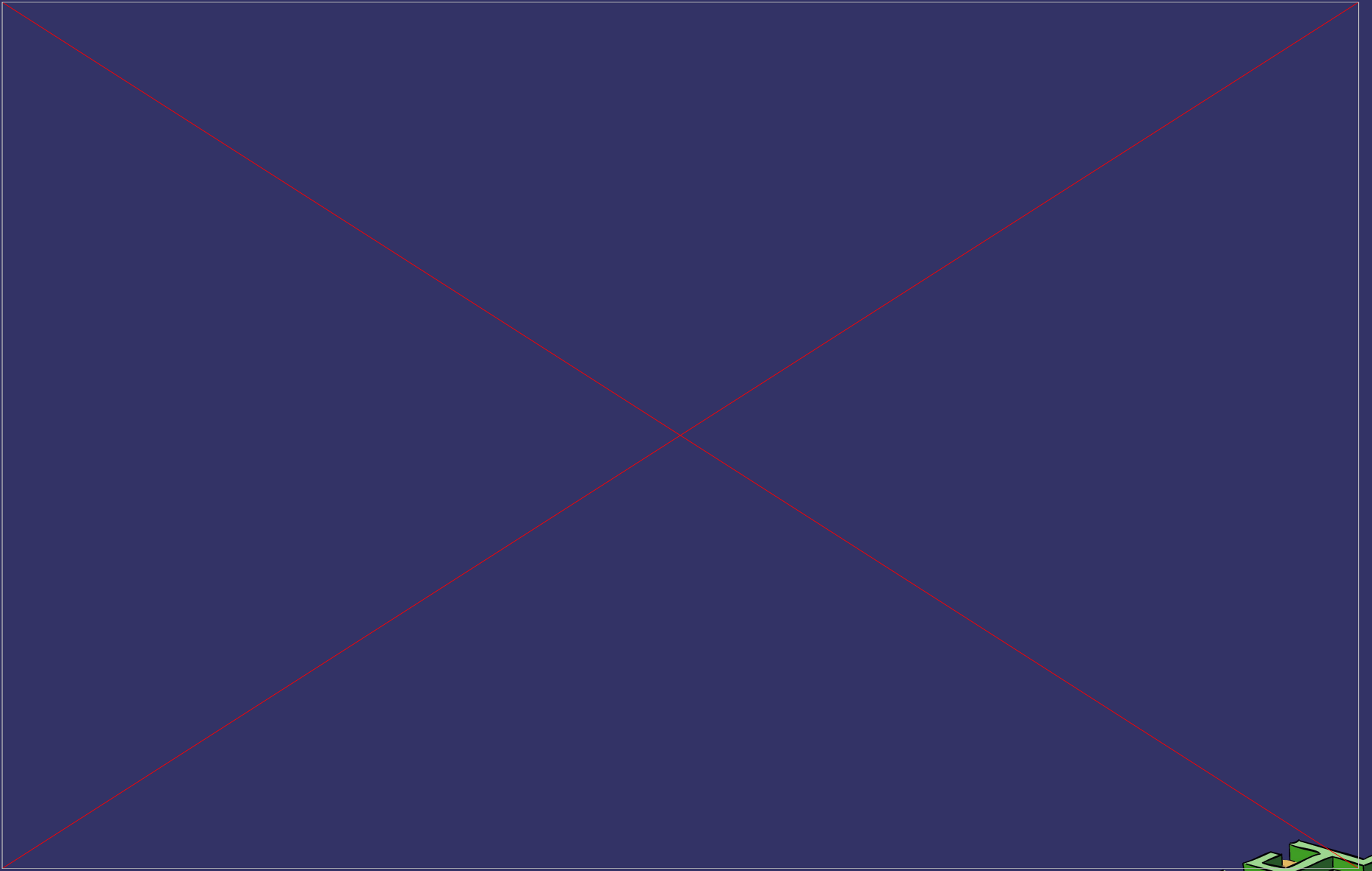
- ➔ Електронна комерція бізнес-до-користувача, або торгівля між компаніями й споживачами, включає збирання інформації клієнтами; купівлю фізичних речей чи інформаційних/електронних товарів; і, для інформаційних товарів, одержування товару (програми, електронної книги) по електронній мережі. Це друга по величині й сама рання форма електронної комерції. Приклади B2C моделей — мережні компанії продажу в роздріб типу Amazon.com, Drugstore.com, Beyond.com.



# Розвиток електронної комерції в Україні

Темп розвитку українського сегменту Інтернет є одним із найвищих в Європі (2000-2009 роки біля 5000%), і значно випереджає темпи зростання ВВП. В 2009 році кількість користувачів склала за даними Internet World Stats 10,354 млн. (22,7% жителів України), але цей рівень значно відстає від середньоєвропейського (53%) і нижче середньосвітового рівня (26,6%). але якщо поєднати цей показник з аудиторією Інтернету в абсолютних показниках, то кількість Інтернет-користувачів в Україні вже перевищила населення багатьох країн Європи. А сама кількість знаходиться на 10 місці в Європі і на 3 місці в Центральній та Східній Європі.

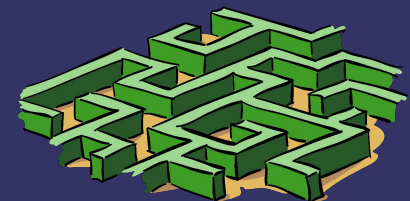






# Види електронної комерції: Бізнес-до-споживача (B2C)

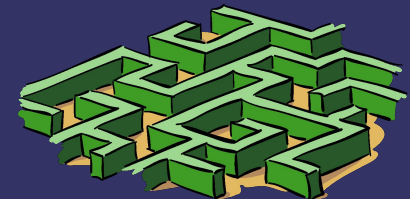
- ➔ B2C електронна комерція зменшує ціну угод (особливо ціну пошуку), збільшуючи доступ споживачів до інформації й дозволяючи споживачам знайти саму конкурентоспроможну ціну за товар або послугу. B2C електронна комерція також зменшує ринкові бар'єри входу, тому що вартість створення й розкручування сайту набагато менша ніж установка структури фірми. У випадку інформаційних товарів, B2C електронна комерція ще більш приваблива, тому що це зберігає фірми від факторингу в додатковій вартості фізичної мережі розподілу. Крім того, для країн із зростаючою кількістю користувачів Internet, поставка інформаційних товарів стає усе більше й більше доступною.



# Види електронної комерції: Споживач-до-споживача (C2C)



Електронна комерція споживач-до-споживача або C2C — просто торгівля між приватними індивідуумами або споживачами. Цей тип електронної комерції характеризується ростом електронних ринків і мережних аукціонів, особливо у вертикальних галузях промисловості. C2C можливо має найбільший потенціал для того, щоб розвивати нові ринки.





# Види електронної комерції: Споживач-до-споживача (C2C)



Цей тип електронної комерції входить принаймні в три форми: 1) аукціони, типу eBay, що дозволяє інтерактивно пропонувати ціну в реальному масштабі часу; 2) однорангові системи, типу моделі Napster (протокол спільного використання файлів між користувачами в системах типу IRC) і більш пізні моделі обміну грошей; 3) оголошення тематичних категорій у порталних сайтах типу Тематичних категорій Excite і eWanted (діалоговий, мережний ринок, де покупці і продавці можуть вести переговори).



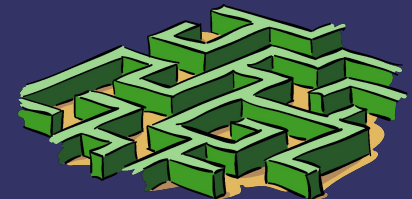
## Дані соціології

- ✓ Більш ніж 30% опитаних здійснювали покупки або оплатили послуги через Інтернет хоча б один раз;
- ✓ 71% хочуть бачити товар перед покупкою;
- ✓ 55% побоюються шахрайства в Інтернет–магазині;
- ✓ 7% здійснюють покупки в Інтернет–магазинах частіше ніж 4 рази на місяць;
- ✓ Чим більше дохід користувача, тим більше його побоювання бути ошуканим в Інтернет–магазині.



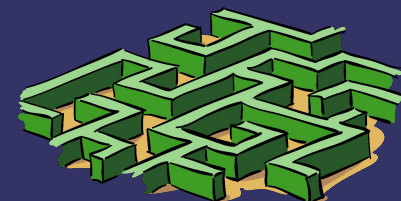
## Необхідність прийняття спеціального законодавства

Відсутність правового врегулювання та необхідність встановлення правових засад використання новітніх технологій інформаційного обміну та визначення механізмів укладання правочинів з використанням електронних повідомлень.



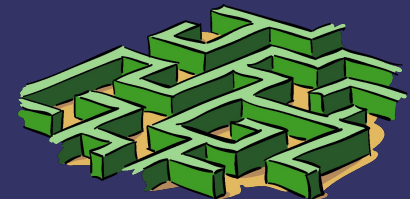
## **Головна мета законодавства про електронну комерцію**

**Запровадження єдиного підходу до державного регулювання діяльності суб'єктів електронної комерції та врегулювання питань захисту прав споживачів при здійсненні електронних угод.**



## **Сфера застосування законодавства про електронну комерцію**

**Сфера електронної комерції включає питання, що виникають у всьому комплексі відносин комерційного характеру, які охоплюють, але не обмежують практично усі існуючі форми комерційної діяльності.**



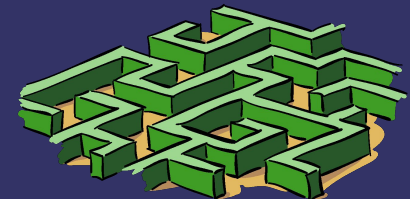
## Основні принципи регулювання законодавства про електронну комерцію

1. Вільність здійснення електронної комерції;
2. Захист особистих (персональних) даних;
3. Недискримінація правочинів, які вчинені в електронній формі;
4. Поєднання свободи і надійності сервісу та відповідного контролю у регуляторному середовищі;
5. Відкритість, або технологічний нейтралітет (закон не створює переваг будь-якому виду технології);
6. Гарантування судового захисту прав споживачів та суб'єктів які здійснюють електронну комерцію.



## Обговорення та експертні ВИСНОВКИ

- Комітети Верховної Ради України:
  - Європейської інтеграції,
  - Регламенту та депутатської етики,
  - Освіти та науки;
- Кабінет міністрів;
- Міністерство праці та соціальної політики;
- Національний банк України;
- Служба безпеки України;
- Національна Академія наук;
- Національна Академія правових наук;
- Українська Інтернет асоціація;
- Асоціація «ІТ-Україна» та інші.



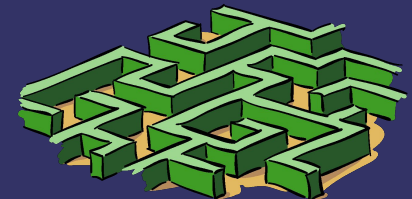
# Окремі експертні ВИСНОВКИ

Комітет з питань євроінтеграції	8086	Не суперечить праву Європейського союзу Рекомендувати до прийняття за основу
	6086-1	
	6086-2	
Кабінет Міністрів України	6086	Потребує доопрацювання з урахуванням зауважень
	6086-1	
	6086-2	
Національний банк України	6086	Потребує доопрацювання з урахуванням зауважень
	6086-1	
	6086-2	
Національна академія наук	6086	Потребує доопрацювання з урахуванням зауважень
	6086-1	
	6086-2	
Українська Інтернет асоціація	6086	Об'єднати законопроекти 6086 та 6086-2



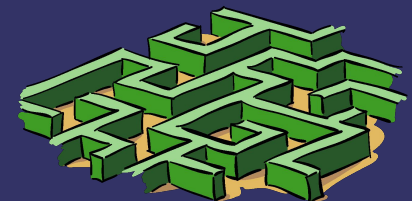
## Найбільш суттєві пропозиції

Автор	Короткий зміст пропозиції (зауваження)	
НБУ	Засади функціонування платіжних систем встановлюються законом України “Про платіжні системи та переказ коштів в Україні”	Враховано
НБУ	Нормативно-правове визначення терміну “Електронні гроші” визначено НБУ у відповідних постановках (Постанова від 04.11.2010р. “Про затвердження положення про електронні гроші”). Обіг електронних грошей повинен встановлюватися законом України “Про платіжні системи та переказ коштів в Україні”	Враховано
НБУ	Змінити та видалити за текстом тлумачення деяких термінів	Враховано
Експерти	Зміст ст. 7 Розділу II перенести за змістом до ст. 5 “Суб’єкти електронної комерції”, ст. 7 видалити, до ст. 6 “Сторони електронних правочинів” Розділу II внести редакційні правки	Враховано
Експерти	Внести редакційні зміни до ст. 8, Розділ III “Загальні вимоги до форми й порядку документування при укладенні електронних правочинів”	Враховано
Інші	Інші редакційні правки	Враховано



## Висновок науково-експертного управління

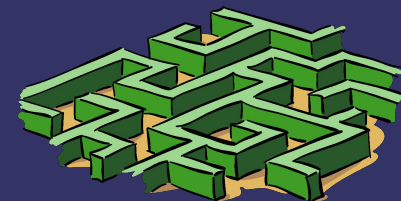
За результатами розгляду в першому читанні проект Закону України «Про електронну комерцію» доцільно доопрацювати з урахуванням висловлених зауважень та пропозицій.



## Висновок Головного Комітету ВРУ з питань фінансів та банківської діяльності

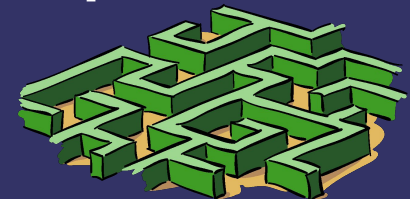
Комітет зважаючи на важливість і актуальність зауважень і пропозицій, що надійшли, враховуючи також схожість тлумачення більшості норм альтернативних законопроектів з основним проектом закону (реєстр. № 6086), а також зважаючи на суспільну важливість врегулювання даної сфери діяльності та враховуючи висновки надані відповідальними Комітетами, Кабінетом Міністрів України, Національним банком України, фаховими науковими та державними установами, своїм рішенням рекомендує Верховній Раді України прийняти у першому читанні проект Закону України про електронну комерцію, (реєстр. № 6086 від 18.02.2010р.).

При доопрацюванні зазначеного законопроекту до другого читання врахувати зауваження та пропозиції головного науково-експертного управління Апарату Верховної Ради України та ряд положень законопроектів №№ 6086-1, 6086-2.



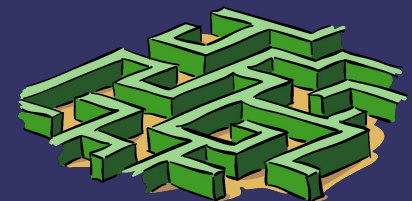
## Зведений експертний ВИСНОВОК

- Законопроект (реєстр. № 6086 від 18.02.2010р.) не суперечить праву Європейського союзу
- Рекомендувати Верховній Раді України прийняти у першому читанні проект Закону України про електронну комерцію, (реєстр. № 6086 від 18.02.2010 р.). При доопрацюванні зазначеного законопроекту до другого читання врахувати зауваження та пропозиції головного науково-експертного управління Апарату Верховної Ради України та ряд положень законопроектів №№ 6086-1, 6086-2.



## Поточний стан розгляду законопроекту

На основі фахових пропозицій та зауважень до законопроекту спільно з експертним середовищем до другого читання було підготовлено нову редакцію законопроекту “Про електронну комерцію”.



## Подальший розгляд законопроекту

Законопроект буде направлений до Верховної Ради України на розгляд у першому читанні. Усі узгоджені пропозиції щодо норм законопроекту “Про електронну комерцію” будуть внесені до законопроекту в порядку другого читання.

