

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ РИНКУ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В УКРАЇНІ

FEATURES OF THE DEVELOPMENT
OF THE ELECTRONIC COMMERCE MARKET IN UKRAINE

Лесько Н.В., д.ю.н., професор,
професор кафедри адміністративного та інформаційного права
Національний університет «Львівська політехніка»

Кіра С.О., аспірантка
Навчально-науковий інститут права, психології та інноваційної освіти
Національного університету «Львівська політехніка»

В статті досліджується роль міжнародних та європейських організацій із цифрової комерції для покращення конкурентноспроможності електронної підприємницької діяльності в Україні. Проведено аналіз тенденцій розвитку українського та світового ринку електронної комерції, підкреслено важливість розвитку міжнародної електронної комерції і органів адвокації відповідно до означеного сектору.

Окремо виділено важливість стійкої цифрової трансформації, що сприятиме зростанню і стимулюванню сталого розвитку. В цьому аспекті наголошено на необхідності імплементації законодавства, стандартів та передової практики ЄС для гармонізації цифрового ринку України в цілому. Структуровано бар'єри для розвитку електронної комерції в Україні, що сюди належать: когнітивні перешкоди; мовний бар'єр; культурні особливості; підтримка клієнтів; розширення політики захисту прав споживачів відповідно до правил ЄС; швидкість інтернет-з'єднання; налаштування оплати/платіжних сервісів (конвертація валюти). Окрім цього, запропоновано визначення дефініції «транскордонна електронна комерція».

Сьогодні важливим завданням для нашої держави все ще залишається адаптація законодавчої бази до визнаних світових стандартів й, зокрема, права Європейського Союзу з метою гармонізації українського ринку електронної комерції. Рекомендації і аналітичні звіти міжнародних організацій із цифрової комерції, хоч і не надто популярні, однак були б корисними для вітчизняної законотворчої практики і бізнесу, в цілому. Українським підприємствам, за прикладом європейських партнерів, необхідно умовно об'єднуватися в організації задля лобювання власних інтересів щодо відсутності необхідних положень чи виправлення прогалів в законодавстві, які, цілком ймовірно, уповільнюють темпи розвитку стратегічно важливого економічного сектору. Власне, інститут адвокатури здатний значно збалансувати означені вище інтереси. А розвиток такого концепту, як «транскордонна електронна комерція», і надання їй правового підґрунтя дозволить вітчизняним підприємствам пришвидшити набуття статусу – повноправних учасників електронного ринку ЄС.

Ключові слова: електронна комерція, цифрова комерція, онлайн-торгівля, штучний інтелект, європейський ринок е-комерції, європейські організації із цифрової комерції, інститут адвокатури, транскордонна електронна комерція, міжнародна електронна торгівля.

The article examines the role of international and European digital commerce organizations in improving the competitiveness of e-business in Ukraine. The analysis of trends in the development of the Ukrainian and global e-commerce market was carried out, the importance of the development of international e-commerce and advocacy bodies in accordance with the specified sector was emphasized.

The importance of sustainable digital transformation, which will contribute to growth and stimulation of sustainable development, is highlighted separately. In this aspect, the need to implement legislation, standards and best practices of the EU to harmonize the digital market of Ukraine as a whole is emphasized. Barriers to the development of e-commerce in Ukraine are structured, which include: cognitive barriers; language barrier; cultural features; customer support; expansion of consumer rights protection policy in accordance with EU rules; internet connection speed; setting up payment/payment services (currency conversion). In addition, the definition of "cross-border electronic commerce" is proposed.

Today, an important task for our state is still the adaptation of the legislative framework to recognized world standards and, in particular, the law of the European Union with the aim of harmonizing the Ukrainian e-commerce market. Recommendations and analytical reports of international organizations on digital commerce, although not too popular, would be useful for domestic law-making practice and business in general. Ukrainian enterprises, following the example of European partners, need to conditionally unite in organizations to lobby for their own interests regarding the absence of necessary provisions or the correction of gaps in legislation, which are quite likely to slow down the pace of development of a strategically important economic sector. Actually, the advocacy institute is able to significantly balance the above-mentioned interests. And the development of such a concept as "cross-border electronic commerce" and providing it with a legal basis will allow domestic enterprises to accelerate the acquisition of the status of full participants in the EU electronic market.

Key words: e-commerce, digital commerce, online trade, artificial intelligence, European e-commerce market, European digital commerce organizations, advocacy institute, cross-border e-commerce, international e-commerce.

Аналіз дослідження проблеми. На жаль, в Україні відсутні комплексні теоретико-правові дослідження питання міжнародної електронної комерції, зокрема, ролі міжнародних організацій із цифрової комерції. Однак, важливість дослідження становлення та розвитку ринку електронної комерції підтверджується значною кількістю наукових праць українських та зарубіжних учених переважно в сфері економіки, серед яких: Андронік О. Л., Воронін А. В., Котелевець Д. О., Лимар В. В., Мартинюк К. О., Саммерс А. та ін.

Постановка проблеми. Пандемія Covid-19, кількома роками пізніше повномасштабна війна Росії проти України створила для українського бізнесу умови, за яких переведення більшості підприємств в онлайн стало радше способом для порятунку, аніж інструментом для збільшення продажів та нарощення прибутку. Світ, зокрема Європа, затамувавши подих, спостерігають за успіхами нашої держави на шляху до перемоги, й аналізують стан української економіки та результати запровадження низки антикризових менеджмент планів.

Мета статті: з'ясувати роль міжнародних та європейських організацій із цифрової комерції для електронного

ринку ЄС та України. Дослідити деякі сучасні IT-рішення, як інструменти оптимізації бізнес процесів.

Виклад основного матеріалу. Підписавши Угоду про Асоціацію, Україна взяла на себе чималі зобов'язання, серед яких: забезпечення поступової адаптації законодавства України до законодавства Європейського Союзу (далі – ЄС), відповідно до напрямів, визначених Угодою сторін, відтак, одним із яких якраз і є електронна комерція [1, с. 161]. Із збільшенням масштабу російсько-української війни від 24 лютого 2022 р., та отримання Україною статусу країни кандидата на членство у ЄС від 23 червня того ж року, темпи підготовки до вступу нашої країни значно пришвидшилися. Ці та інші події стали мотиваційним ключем для більшості теоретиків і практиків сучасної вітчизняної наукової думки й, зокрема, освіти здійснювати подальші наукові дослідження сфери електронної комерції з проєвропейським акцентом.

Справді відомими організаціями, що аналізують український ринок в сфері е-комерції в Європі станом на сьогодні є «Ecommerce Europe» [2], «EuroCommerce» [3]

та «eCommerceDB» [4]. Ecommerce Europe або як його ще називають в Європі «єдиний голос європейського сектора цифрової економіки», ця організація через свої національні асоціації представляє понад 150 000 компаній, що продають товари та послуги споживачам у Європі онлайн. Ecommerce Europe діє на європейському рівні, щоб допомогти законодавцям створити кращі умови для онлайн-торговців, щоб їхні продажі могли безперервно зростати й надалі [2]. В свою чергу, EuroCommerce станом на сьогодні є головною європейською організацією, що представляє сектор роздрібно та оптової торгівлі. EuroCommerce охоплює національні асоціації в 27 країнах, галузеві асоціації та провідних світових гравців. Основними завданнями організації є:

- об'єднання національних і окремих галузевих асоціацій, а також компаній, що представляють різноманітні роздрібно та оптової торгівлі за принципом: «під один дах»;
- інформування членів/партнерів організації про політику та законодавство ЄС;
- комунікація про внесок сектору е-комерції в суспільство та європейську економіку;
- сприяння обміну досвідом, найкращими практичними порадами та знаннями між членами організації [3].

Окрім цього, EuroCommerce здійснює адвокацію, як єдиного голосу для політики та законодавчих результатів відповідно до того, що відстоює їх сектор. В цьому аспекті, як правильно зазначає дослідник Прокопенко О., адвокація є ключовою функцією бізнес-об'єднань, без якої неможливі були б ефективне представництво і захист інтересів їх членів. Вона трансформує певне об'єднання з об'єкта регулювання, залежного від волі регулюючих органів, у повноцінний суб'єкт урядових відносин. Таким чином, адвокація дає можливість не лише реагувати на пропонований курс розвитку певної індустрії, а й брати участь у формуванні правил гри у відповідному секторі [5, с. 4].

Нещодавно амстердамський університет прикладних наук і електронної комерції Європи, досліджуючи питання е-комерції, спільно із «Ecommerce Europe» та «EuroCommerce» розробили «Європейський звіт з електронної комерції 2022», в якому надали точні статистичні дані щодо низки важливих питань в сфері цифрової торгівлі. Так, за даними дослідження в Україні станом на 2022 рік відсоток населення, що має доступ до інтернету сягнув 67%, для порівняння у 2019 році, та до пандемії Covid-19, доступ до інтернету був лише у 59% населення. Щодо електронних покупців, відсоток користувачів інтернету, які купували товари чи послуги онлайн у 2022 році зупинився на позначці 48%, коли як у 2019 році активних е-покупців було всього 39% [5, с. 92]. Очевидно, що ринок цифрової торгівлі постійно вдосконалюється та розвивається, залучаючи при цьому все більше і більше користувачів з усього світу. Неминуче, варто сказати, що в близькому у майбутньому залученість населення до користування мережею «інтернет» сягне 100%, коли як відсоток е-покупців втримається на позначці щонайменше половини від загального значення.

Повертаючись до питання використання штучного інтелекту для оптимізації процесів у бізнесі та на виробництві в умовах жорсткої глобальної технологічної конкуренції, що чекає Україну на європейському ринку. Варто відзначити успіхи однієї з найбільших експортних компаній України – міжнародну компанію у сфері харчових та агротехнологій, також ритейлу «МХП» [6]. Як інформує Forbes Ukraine, вже у квітні 2022 року, фактично одразу після початку воєнного вторгнення на Україну, «МХП» відновив обсяг експорту продукції до довоєнного рівня, а за дев'ять місяців 2022-го експортний напрям зріс на 32%, аж до \$1,1 млрд і становить 59% від загального виторгу [7]. Успіх майже будь-якої компанії часто багато в чому залежить саме від адаптації бізнесу, як ми вже раніше зазначали, до реального стану речей. Відтак, як повідомляє AgroTimes, експортний гігант «МХП» станом на березень 2023 року вже більше п'яти років активно використовує на виробництві штучний інтелект. Smart

Technologist Assistant, інакшими словами «Віртуальний зоотехнік», або як його ще називають у компанії, – застосунок для співробітників зі зручним і цікавим інтерфейсом. Означений вище віртуальний помічник, що розроблений на базі штучного інтелекту здатний інформувати не тільки про технічні моменти в певних секціях птахоферми, коректність роботи обладнання чи про якість роботи персоналу. Компанія, приєднавши алгоритми Deep learning і штучного інтелекту, здатна відслідковувати навіть настрої птахів у пташнику, що неодмінно, як контроль стану показників життєдіяльності, покращує якість продукції [8].

Штучний інтелект в Україні за прикладом ЄС та США вже починає залучатися юристами для вирішення аналітичних чи інших правничих завдань. Популярними в Україні є Contractum від «Ліга:Закон», який дозволяє аналізувати договори на українській мові за допомогою штучного інтелекту, ChatGPT від «OpenAI», що здатний швидко робити базовий аналіз актів законодавства з посиланнями на них. Використовують також такі системи, як Lunn та Klaritylaw, які за допомогою алгоритмів штучного інтелекту дозволяють швидко проаналізувати угоди про нерозголошення (NDA) та угоди про обробку даних (DPA), що вдвічі чи навіть втричі економить час. AxDraft як один із найбільш успішних українських проєктів в сфері розумних ІТ-рішень, ця універсальна платформа для управління контрактами здатна пояснювати умови та спрощувати розуміння останніх. Станом на сьогодні AxDraft найпопулярніший інструмент генерації документів на юридичному ринку в Україні.

Окрім залучення додаткових ІТ-новацій, як інструменту покращення прибутковості і конкурентноспроможності бізнесу, значення мають й експертні аналітичні дослідження. Так, міжнародна статистична організація eCommerceDB [4] здійснює стратегічний аналіз компаній, онлайн-магазинів та ринків, користуючись при цьому не тільки історичними, поточними чи прогнозованими показниками доходу. ECommerceDB здійснює аналітику спираючись також на такі дані, як логістика, інтернет-трафік, варіанти оплати, постачальники послуг доставки та, навіть, активність у соціальних мережах. Послуга, котру надає ця організація може стати базою для прийняття стратегічних рішень компанією, наприклад, коли мова йде про вихід на нові ринки. Статистичні звіти, розроблені eCommerceDB, використовуючи метод порівняння, здатні ідентифікувати конкурентів певної компанії, дозволяє знаходити та вибирати для них нових потенційних ділових партнерів.

Відтак, за даними статистичного гіганта eCommerceDB Україна є 58-мим за величиною ринком електронної комерції з прогнозованим доходом у 2759,1 мільярд доларів США до 2023 року, випереджаючи таким чином Угорщину. Дохід, очікувано, продемонструє зведений річний темп зростання в період 2023–2027 рр. приблизно на 13,8%, що призведе до прогнозованого обсягу ринку в 4 625,1 млн. доларів США до кінця 2027 року. У 2023 році український ринок електронної комерції зробив внесок у темпи зростання глобального світового ринку на 17,0%. Так, станом на сьогодні в Україні продукти харчування та засоби особистої гігієни є найбільшим ринком, на який припадає 33,5% доходу української електронної комерції. Далі йдуть мода з показником у 25,4%, електроніка та медіа з 23,6%, меблі та техніка з 10,1%, іграшки, хобі й інше з показником у 7,5%. При цьому, найбільшим гравцем на українському ринку електронної комерції є платформа rozetka.com.ua. У 2022 році дохід магазину склав 246,2 млн. доларів США, далі йдуть такі торговельні майданчики, як apple.com і makeup.com.ua як другий і третій за величиною інтернет-магазини з річним доходом у 92,8 млн. доларів США і 46,3 млн. доларів США відповідно. Загалом на трійку лідерів припадає 40,1% виручки топ-100 інтернет-магазинів України [4].

Загалом, роздрібні та оптові торговці продають товари та надають необхідні послуги замовникам понад мільярд разів на день. Сектор електронної торгівлі створює 1 із 7 робочих місць, пропонуючи різноманітну кар'єру міль-

йонам людей в усьому світі, що більша частина з яких молодь. Наступним важливим аспектом, що потребує врегулювання для України є узгодження транскордонної електронної комерції. Так, Ініціатива EU4Digital, що спрямована на розширення Єдиного цифрового ринку ЄС ще з 2016 року реалізує проекти з гармонізації цифрових ринків Східного партнерства, включно з українським. Мета такої ініціативи, серед іншого, це розвиток потенціалу цифрової економіки та суспільства через зниження тарифів на роумінг, розвиток високошвидкісного широкосмугового зв'язку для стимулювання економіки і розширення електронних послуг, скоординованої кібербезпеки і гармонізації цифрових структур в суспільстві, в областях, від логістики до охорони здоров'я, підвищення кваліфікації та створення робочих місць в цифровій індустрії [9].

Окрім цього, згідно із базовим звітом EU4Digital «R.3.3-2. Звіт про аналіз базового рівня електронної комерції ЄС у сферах права, стандартів та екосистеми електронної комерції» [10], як важливого етапу для сприяння транскордонній електронній торгівлі між Європою і Східними країнами-партнерами. Робочій групі з питань електронної комерції вдалося визначити 70 ключових аспектів в галузі законодавства. Сюди, зокрема, належать законодавче врегулювання питання захисту прав споживачів, доставки посилок, безпеки мережевих та інформаційних систем, геоблокування, захисту даних, відповідальності онлайн-посередників й інші сфери [9]. І після набрання чинності законодавчого пакету цього Звіту [10] від липня 2021 року, останній здійснив важливий вплив на транскордонну електронну комерцію, що включає нові правила переміщення комерційних товарів через кордон, а також встановлює новий процес сплати податків через систему імпорту єдиного вікна.

Великою перевагою для України сьогодні і в наступні роки є прийняття нормативно-правових актів, враховуючи також статистичні й аналітичні звіти і рекомендації (як документи м'якого права) міжнародних організацій із цифрової комерції. Окрім цього, важливим є фінансування наукових досліджень, і переважно лінгвістами необхідної кількості законодавчих положень і нормативно-правових актів ЄС в секторі е-комерції, задля уможливлення використання останніх в законотворчій, науковій та інших важливих сферах. Ще одним великим плюсом була б поява в нашій державі організацій, котрі за прикладом європейських партнерів [2; 3; 4] здійснювали б умовне об'єднання ключових гравців українського ринку з електронної комерції, що були б здатні здійснювати адвокацію відповідно до свого сектору.

Щодо транскордонної електронної комерції або міжнародної електронної комерції, означене питання фактично не досліджене, в Законі України «Про електронну комерцію» [11] визначення даного поняття відсутнє. Аналізуючи публікації авторитетних українських учених в сфері права, варто сказати, що питання міжнародної/транскордонної е-торгівлі майже не досліджене. Частіше трапляються комплексні дослідження представників наукової еліти сфери економіки

та міжнародної економіки. Однак, як правильно зазначають американські вчені А. Саммер та Гр. Дункана, що електронна комерція є радше правовою категорією, оскільки передбачає наявність міжнародних та внутрішньо-торгівельних паперових та електронних договорів, серед яких: договір купівлі-продажу; поставки; факторингу; лізингу; договір про торговельне представництво чи посередництво; консалтингові договори. І що є важливим, на цю економіко-правову категорію поширюється принцип правового регулювання [12, с. 72]. На нашу думку, поняття «транскордонна електронна комерція» можна визначити як відносини, спрямовані на отримання прибутку, що виникають під час продажу товарів чи послуг замовнику (учаснику відносин) за кордоном з використанням інформаційно-комунікаційних систем (через інтернет платформи / веб-сайти з електронної комерції), внаслідок чого в учасників таких відносин виникають взаємні права та обов'язки.

Фактично, вже сьогодні великі компанії чи навіть дрібні інтернет-магазини в Україні пропонують свої товари та послуги покупцям в інших країнах. Ця концепція досить проста, однак мало кому вдається налагодити схожу співпрацю з іноземним споживачем. Причинами цьому є: когнітивні перешкоди (низький рівень цифрової грамотності, брак знань з важливих аспектів електронної торгівлі серед споживачів і підприємств); мовний бар'єр (мало хто навіть в Україні купує товари чи послуги з англійських сайтів, через незнання або низьке розуміння іноземної мови, це правило працює і в зворотному порядку); культурні особливості (йдеться про вміння передати вірний зміст, попри вже здійснений переклад необхідної інформації); підтримка клієнтів; розширення політики захисту прав споживачів відповідно до правил ЄС; швидкість інтернет-з'єднання; налаштування оплати/платіжних сервісів (конвертація валюти); налагодження логістичних маршрутів; незнання митних правил, тощо. Вказаний нами перелік не є вичерпним, питання правового регулювання транскордонної електронної комерції і, зокрема, торгівлі залишаємо відкритими для майбутніх досліджень.

Висновки. Сьогодні важливим завданням для нашої держави все ще залишається адаптація законодавчої бази до визнаних світових стандартів й, зокрема, права Європейського Союзу з метою гармонізації українського ринку електронної комерції. Рекомендації і аналітичні звіти міжнародних організацій із цифрової комерції, хоч і не надто популярні, однак були б корисними для вітчизняної законотворчої практики і бізнесу, в цілому. Українським підприємствам, за прикладом європейських партнерів, необхідно умовно об'єднуватися в організації задля лобювання власних інтересів щодо відсутності необхідних положень чи виправлення прогалин в законодавстві, які, цілком ймовірно, уповільнюють темпи розвитку стратегічно важливого економічного сектору. Власне, інститут адвокатури здатний значно збалансувати означені вище інтереси. А розвиток такого концепту, як «транскордонна електронна комерція», і надання їй правового підґрунтя дозволить вітчизняним підприємствам пришвидшити набуття статусу – повноправних учасників електронного ринку ЄС.

ЛІТЕРАТУРА

1. Лесько Н., Кіра С. Правові засади електронної комерції в соціальних мережах. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Серія: «Юридичні науки». № 3 (35), 2022. С. 161-165.
2. Ecommerce Europe. URL: <https://ecommerce-europe.eu/about-ecommerce-europe/>.
3. EuroCommerce. URL: <https://www.eurocommerce.eu/our-organisation/>.
4. eCommerceDB. URL: <https://ecommercedb.com>.
5. Прокопенко О.В. Адвокатська діяльність та некомерційне лобювання в Україні: посібник. Київ: 2017. 82 с.
6. МХП. URL: <https://mhp.com.ua/uk/glorioUkraine>.
7. Інформація про МХП. Журнал Forbes Ukraine. URL: <https://forbes.ua/profile/mkhp-224>.
8. Lone, S., & Weltevreden, J.W.J. (2022). 2022 European E-commerce Report. Amsterdam/Brussels: Amsterdam University of Applied Sciences & Ecommerce Europe. 105 p. URL: https://ecommerce-europe.eu/wp-content/uploads/2022/06/CMI2022_FullVersion_LIGHT_v2.pdf.
9. Ініціатива EU4Digital. URL: <https://eufordigital.eu/uk/discover-eu/the-eu4digital-initiative/>.
10. EU4Digital: supporting digital economy and society in the Eastern Partnership. eCommerce report. R.3.3-2. Analysis report of the EU eCommerce baseline in the legal, standards and eCommerce ecosystem areas. 76 p. URL: <https://eufordigital.eu/wp-content/uploads/2020/08/EU-eCommerce-baseline-report.pdf>.
11. Про електронну комерцію: Закон України від 3 вересня 2015 року № 675-19 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19#Text>.
12. Summer A., Dunkan Gr. E-Commerce. NYH Publishing. 1999. 263 p.