



РИНОК E-COMMERCE



ФОКУС ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ОСНОВНІ СТЕЙКХОЛДЕРИ

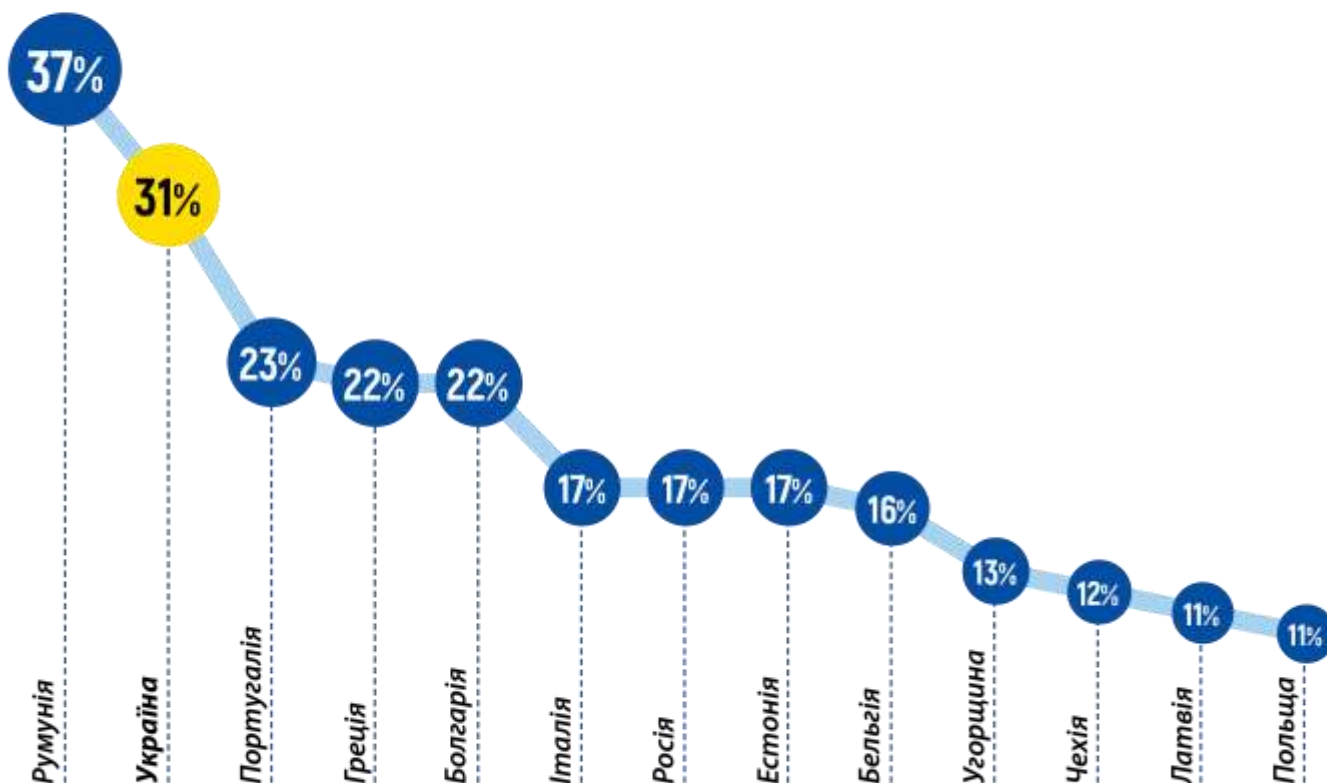
ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ РОЗГЛЯДАЛАСЬ ЯК РОЗДРІБНИЙ ПРОДАЖ МАТЕРІАЛЬНИХ ТОВАРІВ РЕЗИДЕНТАМ УКРАЇНИ ЗА ДОПОМОГОЮ МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ

СТЕЙКХОЛДЕР	КІЛЬКІСТЬ ПРЕДСТАВНИКІВ
ІНТЕРНЕТ МАГАЗИНИ	100+ ЮРОСІБ; 1000+ ФОП
МАРКЕТПЛЕЙСИ	≈10
КЛАСИФАЙДИ	≈10
КОМПАНІЇ, ЩО НАДАЮТЬ ЛОГІСТИЧНІ ПОСЛУГИ	10+
ПРАЙС-АГРЕГАТОРИ	ДО 10
КОМПАНІЇ, ЩО ЗАБЕЗПЕЧУЮТЬ ЗДІЙСНЕННЯ ЕЛЕКТРОННИХ ПЛАТЕЖІВ	10+
ПРОВАЙДЕРИ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙ	2000+ ЮРОСІБ; 2000+ ФОП
КОМПАНІЇ, ЩО НАДАЮТЬ ПОСЛУГИ ХОСТИНГУ ТА РЕЄСТРАЦІЇ ДОМЕННИХ ІМЕН	ДО 10



ЗРОСТАННЯ E-COMMERCE У СВІТІ ТА В УКРАЇНІ

ТЕМПИ РОСТУ РИНКУ E-COMMERCE У ЄВРОПІ У 2017 РОЦІ*



ОБСЯГ ПРОДАЖІВ E-COMMERCE У СВІТІ, \$ МЛРД**



* European Ecommerce Report 2018 Edition ** eMarketer



ПОТЕНЦІАЛ УКРАЇНСЬКОГО РИНКУ



ЧАСТКА E-COMMERCE В РОЗДРІБНИХ ПРОДАЖАХ**



* Ukrainian Retail Association ** Експертна оцінка



ФАКТОРИ РОЗВИТКУ РИНКУ

			ПРОПОЗИЦІЯ	Зрілість гравців на ринку
		СОЦІАЛЬНІ	Довіра	Культура заощаджень
	МАКРОРІВЕНЬ	Простота ведення бізнесу	Щільність населення	Надійність доставки
БАЗОВІ*	ВВП	Рівень проникнення банківських рахунків	Рівень проникнення інтернет	Рівень проникнення смартфонів

* Nielsen: Future Opportunities In FMCG E-Commerce: Market Drivers And five-Year Forecast



БАЗОВІ ФАКТОРИ В УКРАЇНІ

ВВП НА ДУШУ НАСЕЛЕННЯ ЗА ПАРИТЕТОМ КУПІВЕЛЬНОЇ СПРОМОЖНОСТІ, \$ ТИС.*



РІВЕНЬ ПРОНИКНЕННЯ БАНКІВСЬКИХ КАРТОК**





БАЗОВІ ФАКТОРИ В УКРАЇНІ

РІВЕНЬ ПРОНИКНЕННЯ ІНТЕРНЕТ В ЄВРОПІ*

5 найгірших



Болгарія Боснія і Герцоговина Хорватія Албанія **Україна**

5 найкращих

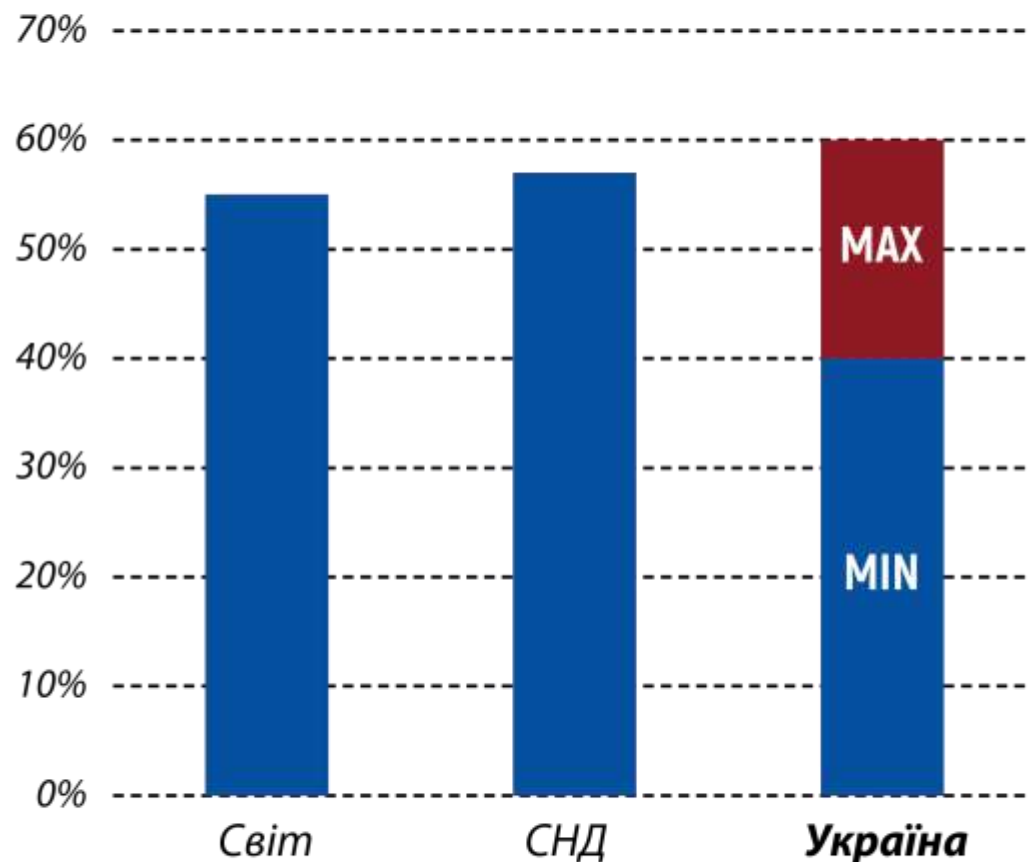


Швеція Швейцарія Ісландія Данія Нідерланди

Середній по Європі



РІВЕНЬ ПРОНИКНЕННЯ СМАРТФОНІВ**



* European Ecommerce Report 2018 Edition

** The Mobile Economy 2018; Дані операторів з відкритих джерел: Київстар, Vodafone, lifecell



КЕЙС 1

Проблема: Закон «Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг» зобов'язує надавати покупцю фіскальний чек у момент зарахування коштів.

Це практично унеможлиблює:

- Інтернет-еквайринг (обсяг оплати понад 7.5 млрд грн на рік)
- Оплату накладеним платежем (обсяг оплати понад 12 млрд грн на рік)

Пропозиція: **Дозволити надавати фіскальні чеки в електронній формі**



КЕЙС 2

Проблема: Деякі особи при здійсненні торгівлі онлайн не вказують реквізитів суб'єкта господарської діяльності. У разі порушення прав споживачів таким продавцем неможливо визначити суб'єкта, перевірити факт покупки і відповідно захистити споживача.

В основному ця проблема стосується інтернет-платформ на яких здійснюють продаж різні суб'єкти господарювання, які не є власниками таких веб-сайтів.

Пропозиція:

- Запровадження для сегменту B2C вимоги до маркетплейсів щодо **розміщення інформації, яка дозволяє ідентифікувати продавця;**
- Надання чеків в електронному вигляді, оскільки в чеку вказуються необхідні реквізити



КЕЙС 3

Проблема: Товари відомих брендів сьогодні ввозять дві умовні групи компаній. Перша — офіційні дистриб'ютори, які представляють власника торгової марки в Україні і мають прямі контракти на ввезення в Україну. Друга — так звані «вільні торгівці», які закупають товари закордоном і ввозять їх в Україну. Вартість для покупця у «вільних торгівців» як правило нижча, ніж у офіційних імпортерів через недотримання принципу «рекомендованої ціни».

Введення національного принципу вичерпання прав поставить роботу вільних торгівців цілком поза законом. Більше 50% ринку займають маркетплейси, через які товари продають сотні вільних торгівців

Пропозиція: Внести зміни до закону «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» та впровадити **міжнародний принцип вичерпання прав інтелектуальної власності**



ПИТАННЯ ДО ОБГОВОРЕННЯ

Як зробити фіскальний чек інструментом захисту споживачів, а не загрозою для онлайн-бізнесу?

Справа принципу: обмеження національного ринку чи свобода міжнародної торгівлі?

Як захистити права споживача, якщо неможливо встановити продавця товару?