




## АНОТАЦІЯ ДО ЗЕЛЕНОЇ КНИГИ «РИНОК ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ»

Ринок електронної комерції у світі зростає зі швидкістю **23-25%** на рік, що значно перевищує зростання класичних роздрібних магазинів. Український ринок e-commerce зростає ще швидше – понад **30%**, посідаючи **друге** місце за темпами приросту в Європі. Подібні темпи можуть зберігатися ще тривалий час, оскільки частка онлайн-продажів у роздрібній торгівлі загалом в  Україні складає **3,2%**, тоді як в  Європі в середньому – **8,8%**, а у  Британії – **17,8%**.

ЧАСТКА E-COMMERCE  
В РОЗДРІБНИХ ПРОДАЖАХ



### Основними гравцями на ринку є:

- ◆ Інтернет-магазини – закупають товари у виробників і продають їх кінцевим покупцям.
- ◆ Маркетплейси – надають підприємцям майданчик для створення магазинів і торгівлі своїм товаром. При цьому самі встановлюють правила діяльності для користувачів майданчика.
- ◆ Класифайди (дошки оголошень) – надають можливість фізичним особам здійснювати операції між собою.
- ◆ Компанії, що надають логістичні послуги.
- ◆ Прайс-агрегатори – надають можливість порівнювати ціни в різних онлайн-магазинах.
- ◆ Компанії, що забезпечують здійснення електронних платежів.
- ◆ Оператори та провайдери телекомунікацій (оператори/провайдери фіксованого ШСД, оператори мобільного зв'язку, оператори супутникового зв'язку).
- ◆ Компанії, що надають послуги хостингу та реєстрації доменних імен.

**Для подальшого розвитку ринку важлива низка факторів.** За більшістю з них Україна не займає провідних позицій: передостаннє місце в Європі за ВВП на душу населення, останнє – за рівнем проникнення інтернет, відставання на **10-20%** від сусідів за рівнем проникнення банківських карт, низькі позиції у рейтингу легкості ведення бізнесу. Однак за деякими позиціями Україна все ж не поступається, зокрема, за поширеністю смартфонів та рівнем урбанізації.

Навіть за таких обставин вітчизняний **ринок досягнув об'єму 50 млрд грн** у 2017 році, і очікується подальше зростання. Аналогічно світовим тенденціям, найбільш динамічно розвивається сектор маркетплейсів та класифайдів. **Три** найбільші за трафіком сайти: OLX, prom.ua та Rozetka (частково) працюють саме за таким принципом. При цьому завдяки роботі через такі ресурси багатьох різних підприємців на ринку забезпечується конкуренція.

Регулювання ринку здебільшого відповідає європейським практикам завдяки прийняттю в 2015 році Закону «Про електронну комерцію», який імплементував Директиву 2000/31/ЄС від 8 червня 2000 р. про деякі правові аспекти послуг інформаційного суспільства, зокрема електронної комерції на внутрішньому ринку.

Особливістю даного ринку є постійний розвиток нових технологій та механізмів бізнес-процесів, що потребує технологічно нейтрального підходу до правового регулювання та, при необхідності, швидкого коригування законодавства.

Тим не менш, **під час аналізу була виявлена низка питань, які створюють або можуть створити бар'єри для учасників ринку.** Перше – зобов'язання продавців надавати **фіскальний чек саме у друкованому вигляді** в момент надходження коштів за товар. Це проблематично при оплаті накладеним платежем, коли покупець отримує товар від служби доставки і в цей момент оплачує його, а продавець знаходиться на значній відстані і не може надати роздрукований чек. Подібна ситуація дійсна і для інтернет-еквайрингу, коли оплата надходить у неробочий час, або ж склад з товаром знаходиться в іншому місці, ніж касовий апарат. Потенційним вирішенням проблеми може бути можливість надавати фіскальні чеки в електронному вигляді. Така практика вже успішно працює в  Угорщині,  Хорватії,  Іспанії,  Словенії та ін.

Інша проблема пов'язана **із захистом прав споживачів.** Користуючись можливістю анонімності в мережі інтернет, деякі продавці не вказують жодних реквізитів, окрім номеру телефону. У випадку продажу такими продавцями неякісних товарів, практично неможливо встановити суб'єкта і, відповідно, захистити інтереси споживача – повернути кошти або відремонтувати товар. Вирішити цю проблему могло б запровадження для сегменту B2C вимоги до маркетплейсів щодо розміщення інформації, яка дозволяє ідентифікувати продавця, або те саме надання чеків в електронному вигляді, оскільки в чеку вказуються необхідні реквізити.

Ще одна значуща тема для онлайн-торгівлі – принцип **вичерпання авторських прав.** 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. Логічним було б прийняття закону, який унеможливив би неоднозначні трактування і закріпив би міжнародний принцип.

Окремої уваги для розвитку ринку електронної комерції потребує регулювання питання **доставки товарів.** Потенційні ризики для учасників ринку несуть деякі законодавчі ініціативи, що можуть спровокувати спотворення конкуренції на ринку доставки, в тому числі міжнародної. Це, наприклад, законопроект, розроблений Мінінфраструктури, який пропонує включити до універсальних поштових послуг пересилку відправлень вагою до **10 кг**, тоді як зараз до них належать лише відправлення до **10 кг** без оголошеної вартості (з оголошеною вартістю – вже не універсальні). При цьому надавати універсальні послуги зможе лише призначений міністерством оператор, що по-суті значно обмежує існуючий ринок.

**З МЕТОЮ НАПРАЦЮВАННЯ ЕФЕКТИВНИХ РІШЕНЬ У ГАЛУЗІ ОФІС ЕФЕКТИВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ПОЧИНАЄ ПУБЛІЧНІ КОНСУЛЬТАЦІЇ. ДЕТАЛЬніше НА [REGULATION.GOV.UA](https://regulation.gov.ua) #PROдіалог**