



ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МОБІЛЬНОЇ КОМЕРЦІЇ В УКРАЇНІ

Черненко О. А.,

кандидат юридичних наук, старший науковий співробітник Науково-дослідного інституту приватного права і підприємництва імені академіка Ф. Г. Бурчака НАПрН України (Київ)

Статтю присвячено дослідженню мобільної комерції в Україні. Проаналізовано переваги мобільної комерції та виокремлено низку проблем, вирішення яких сприятиме розвитку мобільної комерції в Україні.

Ключові слова: електронна комерція, мобільна комерція, смартфон, планшет, мобільні платежі.

Однією з найбільш поширених телекомунікаційних мереж є міжнародна мережа Інтернет. Сьогодні технології проникли не лише у повсякденне життя людей, але й зайняли важливу нішу у розвитку бізнесу та економіки в цілому. Кількість регулярних користувачів Інтернету в Україні постійно збільшується, майже половина жителів сіл вже мають доступ до Інтернету, а у великих містах їх кількість вже наблизилась до середньоєвропейських значень. Активно зростає й частка тих, хто використовує Інтернет з мобільних пристроїв [1].

Нині провідні економіки світу демонструють стрімкий розвиток електронних механізмів торгівлі, більш того, інформаційні технології активно застосовуються в усіх секторах сучасної економіки. Порівняно з 2014 роком у 2015 році – зростання електронних замовлень та платежів відбулося на 20%, у 2016 році – близько 35 %, і експерти прогнозують зростання частки електронної комерції у 2017 році аж до 45%[2].

Дослідженню питань пов'язаних з мобільною комерцією присвячені праці таких вчених як Гармідер Л. Д., Годін І. М., Макаревич Н. В., Трофимчук М. І., Полях В. М., Шалева О. І. та ін.

Метою наукової статті є дослідження перспектив розвитку мобільної комерції в сучасних умовах в Україні.

Існує багато трактувань поняття електронної комерції. Електронна комерція – це взаємодія суб'єктів бізнесу з приводу купівлі-продажу товарів та послуг (матеріальних та інформаційних) з використанням інформаційних мереж [3].

Трактують поняття електронної комерції також і як будь-які форми ділових угод, при яких взаємодія сторін здійснюється електронним способом замість фізичного обміну чи безпосереднього фізичного контакту[4]. В широкому розумінні електронною комерцією можна вважати використання комп'ютерних мереж та технологій для підвищення ефективності роботи будь-якого суб'єкта господарювання. Основною перевагою електронної комерції є відсутність збутових структур [5].

Відповідно до статті 3 Закону України «Про електронну комерцію» від 3 вересня 2015 року електронна комерція – це відносини, спрямовані на отримання прибутку, що виникають під час вчинення правочинів щодо набуття, зміни або припинення цивільних прав та обов'язків, здійснені дистанційно з використанням інформаційно-телекомунікаційних систем, внаслідок чого в учасників таких відносин виникають права та обов'язки майнового характеру.

Необхідно зазначити, що пристрої мобільного зв'язку, тобто мобільні телефони та планшети з gsm-модулями, сьогодні набагато популярніше персональних комп'ютерів або ноутбуків. Така популярність цих приладів призвела до розширення їх використання для нових сфер застосування, зокрема для електронної торгівлі, тобто для видачі та реєстрації замовлень і оформлення платежів. Лідерами за обсягами покупок в Інтернеті є Великобританія – 77,2%, Японія – 71,8%, Німеччина – 70,9%, Норвегія – 70,3%, Швейцарія – 70,2% [6].

Слід зазначити, що кількість абонентів мобільного зв'язку в світі за останнє десятиліття зростала швидкими темпами і з розрахунку на 100 жителів становила в середньому 97 осіб [7]. За даними дослідження Ericsson Mobility Report, кількість підключень до мобільних мереж у 2015 р. практично зрівняється з чисельністю світового населення, а в 2019 р. складатиме орієнтовно 7,6 млрд. В Україні на кінець I кварталу 2015 р. кількість вітчизняних абонентів склала майже 61,6 млн. осіб, тобто забезпеченість населення цим видом зв'язку на 100 осіб в середньому по Україні дорівнює 143,5. Такий високий показник пояснюється значною популярністю мобільних телефонів на дві сімкарти. У той же час, за даними Київського міжнародного інституту соціології (КМІС), фактично користувачами мобільного зв'язку є 88% жителів країни [8]. За даними Google, майже 20% трафіку – це відвідування з мобільних пристроїв.

Такі високі показники техніко-технологічного забезпечення об'єктивно сприяють активному формуванню й розвитку системи мобільної комерції як у світі, так і в Україні. Мобільна комерція – це купівля-продаж товарів, надання послуг із застосуванням мобільних електронних пристроїв [9, с. 120]. До таких пристроїв переважно відносяться мобільні телефони, смартфони та планшети.

Смартфони на відміну від звичайних стільникових телефонів мають більший обсяг оперативної пам'яті та власний достатньо потужний процесор. До смартфонів можливе підключення бездротової GPS-приставки. Завдяки таким характеристикам смартфони підтримують значну кількість програм. Планшет, або планшетний комп'ютер – це новий підвид сучасних персональних комп'ютерів. Головною особливістю планшета є сенсорний екран, котрий займає основну площу передньої панелі пристрою і виконує роль основного засобу входу й управління [10].

Слід зазначити, що перспективи використання мобільних пристроїв для здійснення покупок більш сприятливі, ніж використання стаціонарного персонального комп'ютера. Причиною цього висновку є те, що споживачі відносяться до мобільного телефону як до чогось особистого і більше довіряють спілкуванню по такому телефону порівняно з використанням апаратів фіксованого зв'язку або персонального комп'ютера, яким нерідко користується група осіб. Окрім того, існує ще одна перевага, а саме можливість використовувати мобільний телефон у будь-якому місці без необхідності прив'язки до певного місця, що потрібно для апаратів фіксованого зв'язку, або громіздкого стаціонарного комп'ютера. Мобільна

електронна комерція («m-commerce») розвивається дуже стрімко, дозволяючи ведення електронної комерції в зручній обстановці лише за наявності обраного портативного пристрою (наприклад, мобільного телефону) та функціонуючих мережевих технологій. Використовуючи мобільний пристрій, користувачам максимально зручно користуватися перевагами, що може запропонувати електронна комерція. За допомогою інноваційних технологій, сучасні мобільні пристрої є не лише засобом мобільного зв'язку, але й оснащені широким спектром функціональних програм, що дозволяє приєднуватися до електронних мереж в будь який час.

Висока динамічність і перспективність мобільної комерції пов'язана з тим, що саме мобільні технології пропонують користувачам швидкий, зручний спосіб задоволення споживчих потреб із можливістю значної економії часу. Найпопулярнішими товарами, які покупці купують за допомогою мобільних пристроїв є побутова, комп'ютерна техніка та електроніка (69% споживачів); одяг (58%); аксесуари й подарунки (45%); косметика та парфумерія (39%), а також залізничні, автобусні й авіаквитки (37%) [11].

Разом з зростанням популярності мобільної комерції спостерігається ріст шоурумінгу (showrooming) – коли покупець заходить в звичайний магазин лише з метою «оглянути» товар, а купує його дешевше в електронному магазині.

Отже, мобільний пристрій обіцяє стати основним гаджетом у сфері електронної комерції не лише в Україні, але у світі. Мобільна комерція має значний потенціал і низку додаткових можливостей ведення бізнесу:

- відсутність обмежень, оскільки для здійснення будь-якої покупки не потрібно бути поряд з комп'ютером, а достатньо лише мобільного телефону. При цьому важливим фактором, який позитивно впливає на зростання онлайн-покупців, є поширення доступу до 3G, 4G;

- локалізація, що надає можливість отримати доступ до інформації, яка стосується придбання товару у певному заданому регіоні;

- персоналізація, надає можливість ідентифікувати власника та побудувати відносини з кожним окремим клієнтом.

Нині m-commerce виступає як серйозна конкурентна перевага, що дозволяє залучати нових клієнтів та завойовувати більшу долю ринку. Слід зазначити, що мобільна комерція має і негативні риси, серед яких відсутність належної безпеки, конфіденційності операцій, оскільки система обслуговування за допомогою мережі Інтернет може бути піддана атаці. Недостатній захист інформації, що передається через Інтернет може призвести як до шахрайства, так і до порушення таємниці особистого життя в умовах можливості чіткої фіксації хто, що, коли і в кого купував. Крім того, необхідно зазначити і про низький рівень довіри покупців до вітчизняних платіжних систем. Даний аспект потребує посиленої уваги як від розробників комплексного банківського програмного забезпечення, так і від самих банківських установ. Так, у 2014 р. понад 20% усіх шахрайських операцій були пов'язані з мобільними каналами, у зв'язку з чим збитки торговців, які працюють в сфері мобільної комерції, склали близько 1,36% загального обсягу виручки [12].

Наступним недоліком мобільної комерції є обмеження, які пов'язані із спроможністю та швидкістю мереж – відсутність покриття 3G(4G) по всій території України, а іноді мала пропускна спроможність каналів та низька швидкість передачі інформації. До недоліків віднести можна розмір екрану мобільного телефону, який не є зручним при наборі тексту.

Однією з найсуттєвіших проблем є законодавче та державне регулювання господарської діяльності в Інтернеті та захист прав інтернет-споживачів, продуктів інтелектуальної власності. У зв'язку з цим необхідно привести законодавчу базу у сфері здійснення електронних трансакцій в Інтернеті у відповідність до світових стандартів[13].

Таким чином, можна зробити висновок, що мобільна комерція успішно розвивається не лише у світі, а й в Україні, завдяки доступності без територіальних та часових обмежень до послуг (товарів). Проте залишається актуальним запровадження належної технологічної, законодавчої та організаційної підтримки мобільної комерції.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ:

1. *Електронна комерція: теоретико-правові засади та сучасний стан в Україні* / В. М. Полях, Н. М. Кривошеєва, В. М. Клочко, О. М. Шарапова, Н. В. Чуйко // ScienceRise. 2017. № 5. С. 11-17. URL: Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/texc_2017_5_4 (дата звернення 10.11.2018).
2. *E-COMMERCE IN UKRAINE 2013-2015: From troubled times to future growth* Sept. 2015. URL: Режим доступу : http://uadn.net/files/ua_ecommerce.pdf (дата звернення 11.11.2018).
3. *Шалева О. І. Електронна комерція* / Шалева О. І. Навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2011. 216 с.
4. *Особливості електронної комерції та перспективи її розвитку в Україні* / Одарченко А. М, Сподар К. І. // Інформаційні технології в економіці БІЗНЕСІНФОРМ. № 1. 2015.
5. *Особливості розвитку вітчизняної електронної комерції* / Л. Д. Гармідер, А. В. Орлова URL: Режим доступу: <http://eurodev.duan.edu.ua/images/stories/Files/2015/ABSTRACTS.pdf> (дата звернення 01.11.2018).
6. *E-COMMERCE INDEX 2016* , United Nations Conference on Trade and Development UNCTAD Technical Notes on ICT for Development N°7 UNCTAD, URL: Режим доступу: http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/tn_unctad_ict4d07_en.pdf (дата звернення 01.11.2018).
7. *Факти та цифри ІКТ: прес-реліз МСЕ за 2014 р.* URL: Режим доступу: <http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/facts/ICTFactsFigures2014-e.pdf> (дата звернення 01.11.2018).
8. *Галузь зв'язку: цифри та факти.* URL: Режим доступу: <http://nkrzi.gov.ua/index.php?r=site/index&pg=138&language=uk> (дата звернення 01.11.2018).
9. *Юрасов А. В. Электронная коммерция: учеб. пособ.* / А.В. Юрасов. М.: Дело, 2003. 480 с.
10. *Шалева О. І. Організація і розвиток мобільної комерції в умовах становлення глобального інформаційного простору.* URL: Режим доступу: <http://global-national.in.ua/archive/7-2015/194.pdf> (дата звернення 01.11.2018р.).
11. *Перекосова Д. Исследования онлайн-торговли: как и где Интернет-пользователи покупают товары.* URL: Режим доступа: <http://shopconf.com.ua/> (дата звернення 01.10.2018).
12. *Мобільна комерція приносить торговцям все більше збитків* URL: Режим доступу: <http://news.finance.ua/ua/news/-/343539/> (дата звернення 05.10.2018).
13. *Буй Т. Г., Гаврилів І. Я. Розвиток електронної комерції як інструмент підвищення конкурентоспроможності українських компаній.* URL: Режим доступу: <http://ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/handle/> (дата звернення 05.10.2018).

DEVELOPMENT PROSPECTS M-COMMERCE IN UKRAINE

Chernenko O. A., Candidate of Legal Sciences, Senior Researcher of the department of legal support of a market economy of the Academician F. H. Burchak Scientific Research Institute of Private Law and Entrepreneurship of NALS of Ukraine (Kyiv)

Keywords: e-commerce, m-commerce, smartphone, tablet-PC, mobile payments.

One of the most common telecommunication networks is the international Internet network. Today, the proportion of those who use the Internet from mobile devices is also actively growing. Mobile devices, that is, mobile phones and tablets with gsm-modules, today are far more popular than personal computers or laptops. High indicators of technical and technological support objectively contribute to the active formation and development of the mobile commerce system in the world as well as in Ukraine.

Mobile commerce is the sale of goods, the provision of services using mobile electronic devices: mobile phones, smartphones and tablets. Modern mobile devices are not only a mobile device but also feature a wide range of functional applications that allow you to connect to electronic networks at any time. Mobile commerce has significant potential and a number of additional business opportunities. Now m-commerce is a serious competitive advantage, which allows you to attract new customers and win a bigger market share. Household appliances, computers and electronics are the most popular products that customers buy with mobile devices; clothing; accessories and presents; cosmetics and perfumes, as well as rail, bus and air tickets.

Mobile commerce also has negative features, including lack of proper security and confidentiality of operations. The next disadvantage of mobile commerce is the limitations associated with the ability and speed of networks - the lack of coverage of 3G (4 G) throughout the territory of Ukraine. Also, the disadvantages include the size of the screen of a mobile phone, which is not convenient when typing.

Mobile commerce is successfully developing not only in the world but also in Ukraine, due to availability without territorial and time limits to services (goods). However, the introduction of proper technological, legislative and organizational support for mobile commerce remains relevant.