

УДК 339.16

Белозерцев В.С.

*кандидат економічних наук,**доцент кафедри статистики, обліку та економічної інформатики
Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара*

Прохватило О.О.

*магістрант**Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара*

ІНТЕРНЕТ-ТОРГІВЛЯ ЯК ЕЛЕМЕНТ СУЧАСНОЇ РИНКОВОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ

АНОТАЦІЯ

Інтернет-торгівля є частиною електронної комерції, що розвивається занадто швидко. Цей термін належить до комерційної діяльності в мережі, коли процес купівлі-продажу товарів та послуг (весь цикл комерційно-фінансової операції або його частини) здійснюється електронним шляхом з використанням телекомунікаційних мереж і електронних фінансових та економічних інструментів через рекламу, розподіл товарів та послуг в Інтернеті. Торгові операції через Інтернет можуть здійснюватися багатьма організаціями та виробниками товарів і послуг, а також дистриб'юторами та торговими компаніями.

Ключові слова: інтернет-торгівля, електронний ринок, інформаційне суспільство, електронна комерція.

АННОТАЦИЯ

Интернет-торговля является частью электронной коммерции, которая развивается слишком быстро. Этот термин относится к коммерческой деятельности в сети, когда процесс купли-продажи товаров и услуг (весь цикл коммерческо-финансовой операции или его части) осуществляется электронным путем с использованием телекоммуникационных сетей и электронных финансовых и экономических инструментов через рекламу, распределение товаров и услуг в Интернете. Торговые операции через Интернет могут осуществляться многими организациями и производителями товаров и услуг, а также дистрибьюторами и торговыми компаниями.

Ключевые слова: интернет-торговля, электронный рынок, информационное общество, электронная коммерция.

ANNOTATION

Internet commerce is part of an ever-expanding e-commerce industry. This term refers to online business activity when the process of buying and selling goods and services (the whole cycle of a commercial and financial transaction or part thereof) is carried out electronically and using telecommunication networks and electronic financial and economic instruments through advertising and distribution of goods and services in The Internet. Internet transactions can be carried out by many organizations and manufacturers of goods-services, as well as distributors and trading companies.

Key words: Internet commerce, electronic market, information society, electronic commerce.

Постановка проблеми. З піднесенням роздрібною торгівлі в Україні спостерігається значне посилення ролі Інтернету в збуті товарів та послуг. Нині на сайтах безкоштовних оголошень та в інтернет-магазинах можна придбати будь-який товар чи послугу. Споживачі все частіше звертаються до Інтернету, бо це має низку переваг, таких як низька ціна, зручність придбання, економія часу.

На вітчизняному ринку електронної торгівлі функціонують як великі інтернет-магазини, так і власні інтернет-магазини, що відкривають роздрібні мережі. Однак основні показники електронного ринку України відчутно відстають від показників країн Західної Європи як

за обсягами та моделями ведення бізнесу, так і за розвитком інфраструктури. Отже, сьогодні у вітчизняному економічному просторі докладаються зусилля до побудови ефективної взаємодії зі споживачами та відповідної інфраструктури, що дасть змогу ефективно розвивати бізнес в Інтернеті.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Найбільш розвинутим та перспективним напрямом сучасної економіки є інтернет-ресурси у глобальній мережі. Сенс та важливість інтернет-торгівлі досліджено в наукових працях низки зарубіжних учених (Ж. Леудон (2014 рік), А. Чодхурі (2002 рік), М. Грем (2008 рік)) та вітчизняних науковців (Н.М. Тягунова, Д.Д. Євтушенко, О.О. Галочкіна). Варто згадати таких авторів, як О.О. Кавун та М.І. Возний, які останнім часом опублікували цікаві дослідження сучасних тенденцій розвитку інтернет-торгівлі. А.Д. Шемет, С.Д. Цедік та А.С. Михалев висвітлюють юридичні аспекти організації торгівлі в Інтернеті у своїх роботах. Проблеми організації логістики на підприємствах електронної торгівлі в Україні розглядають такі вітчизняні вчені, як Н.Т. Гринів, М.В. Кіндій, М.М. Мага.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Метою статті є дослідження сучасного стану розвитку інтернет-торгівлі в контексті ринкової інфраструктури.

Виклад основного матеріалу дослідження. Популярність торгівлі товарами через Інтернет постійно зростає. Така торгівля вигідна як для продавців, так і для покупців. Продавці за рахунок заощаджень на торгових майданчиках мають можливість запропонувати покупцям більш вигідні ціни, ніж звичайні магазини, а покупцю навіть не потрібно залишати будинок, щоби здійснити покупку, адже слід просто натиснути комп'ютерну мишу кілька разів на екрані монітора – і вибраний продукт буде доставлений безпосередньо до будинку [1].

За змістом своєї діяльності інтернет-торгівля сильно відрізняється від звичайної роздрібною торгівлі. Їй властиві певні функції та особливості, серед яких основними є [2]:

– віртуальність, тобто відсутність особистого контакту між окремими особами – учасниками процесу купівлі-продажу (роздрібна інтернет-торгівля здійснюється в онлайн-режимі,

а звичайна роздрібна торгівля здійснюється в оффлайн-режимі, де прямий фізичний контакт є обов'язковим);

- інтерактивність, тобто адекватне інформаційне забезпечення покупця (споживача) його запиту у вигляді інтерфейсу (беззвучного діалогу);

- глобальність, тобто відсутність часових, просторових, адміністративних, соціально-демографічних, асортиментних кордонів;

- динамічність, тобто здатність онлайн-торгівлі до моментальних змін та адаптації до нових умов;

- ефективність, тобто здатність забезпечувати прибуток, інші економічні вигоди та соціальний ефект.

Отже, інтернет-торгівля має особливості, яких бракує в конкретних традиційних видах торгівлі [1].

В традиційних магазинах багато часу й зусиль покладаються на операції, пов'язані з транспортуванням товарів, їхнім переведенням на торговий майданчик та викладки на прилавки. В електронному магазині такі операції фактично відсутні. Процес оброблення замовлення покупця повністю автоматизований. В інтернет-магазині зовсім немає процесу обслуговування покупців продавцями. Наявні онлайн-консультації, але вони не займають так багато часу.

В інтернет-магазині випуск товарів супроводжується їх доставкою на дім покупцю, тоді як в традиційному магазині така послуга надається переважно за додаткову плату та під час перевезення громіздких товарів. Відмінності функціонування традиційних та віртуальних магазинів згруповані в табл. 1 [3].

Історію розвитку інтернет-послуг не можна назвати тривалою, оскільки ця галузь в Україні почала розвиватись не так давно. Особливого значення інтернет-торгівля набуває в період нестабільної ситуації в країні, оскільки це дає змогу працювати на віртуальному ринку, що значно знижує витрати підприємств малого бізнесу, дає можливість значно й швидко розширювати доступ потенційних клієнтів, сприяє розвитку мережевих галузей, електро-

них ринків, віртуальних торгових мереж, завдяки чому кількість працівників, що працюють дистанційно на цих електронних сегментах економіки, зростає. В Україні близько 14% населення користується послугами інтернет-торгівлі, тоді як, наприклад, у Німеччині, Великобританії, Сполучених Штатах Америки частка покупців в Інтернеті сягає в середньому 75% [4]. Згідно з керівником проекту "Vcene.ua" Микитою Алферовим, український ринок електронної комерції зараз перебуває на активному етапі розвитку. Незважаючи на економічні коливання в країні, за останні 5 років ринок збільшився на 50–60%. Сьогодні в Україні зареєстровано близько 10 000 електронних магазинів, 70% яких продають електронні прилади та електроніку [5].

Розвиток інформаційного суспільства в Україні вимагає прискорення процесів інформатизації всіх сфер виробництва та економічної діяльності, прискорення темпів створення національної інформаційної інфраструктури ринку електронних послуг, завдяки чому телекомунікації, апаратно-програмне забезпечення, автоматизовані інформаційні системи, глобальна мережа Інтернет, інформація та знання зобов'язані стати головними засобами виробництва. В час високих технологій та поширення Інтернету важко уявити собі життя без всесвітньої мережі, тому інтернет-торгівля набуває дедалі більшого значення.

Інтернет-магазини в Україні мають деякі особливості, які відрізняють їх від іноземних аналогів. На відміну від Сполучених Штатів Америки та Європи, де список провідних інтернет-магазинів часто включає філії, в Україні популярністю користуються повноцінні віртуальні ресурси електронної комерції [6]. Клієнти інтернет-магазинів переважно мешкають у великих містах. У Києві перебуває близько 40% всіх покупців, далі йдуть Одеса (7%), Харків та Дніпропетровськ (6%), Львів (5%). Аудиторія всіх інших міст та регіонів є скромною та не перевищує 30%. Ця ситуація пояснюється тим, що представництва інтернет-магазинів поки що присутні лише у великих містах, а доставка по Україні впливає на вартість покупки, що авто-

Таблиця 1

Порівняльна характеристика звичайної торгівлі та інтернет-торгівлі

Звичайний магазин	Віртуальний магазин
Торгова зала.	Віртуальний магазин.
Ходьба покупця торговельною залом, огляд товарів на полицях магазину.	Перегляд покупцем сторінок сервера.
Особистий контакт покупця з продавцем (консультація), вибір покупцем товару, замовлення товару.	Консультація у продавця (за необхідності) по комп'ютерній мережі або по телефону.
Виписка продавцем та вручення покупцю рахунку на оплату замовленого товару.	Вибір покупцем товару.
	Замовлення товару через сервер.
	Пересилання продавцем по комп'ютерних мережах покупцю рахунку на оплату замовленого товару.
Оплата покупцем рахунку на товар в касі магазину готівкою або банківською картою.	Оплата покупцем рахунку за якоюсь системою електронних платежів (банківська карта, електронний чек, цифрові гроші, електронні гроші).

матично робить покупки в Інтернеті менш привабливими [6].

Основними завданнями розвитку національної складової Інтернету та забезпечення широкого доступу до неї в Україні є створення відповідних економічних, правових, технічних та інших умов для забезпечення широкого доступу громадян до Інтернету; забезпечення конституційних прав громадян для вільного збирання, зберігання, використання та поширення інформації, свободи думки та слова, вільного вираження поглядів та переконань, державної підтримки розвитку інфраструктури забезпечення інформації, надання послуг через Інтернет; створення умов для розвитку підприємницької діяльності та конкуренції у використанні каналів електронного зв'язку; створення можливостей для задоволення на пільгових умовах потреб послуг освітніх установ, наукових установ та організацій, громадських організацій, закладів охорони здоров'я; вдосконалення правового регулювання суб'єктів електронної економічної діяльності, виробництва, використання, поширення та зберігання електронних інформаційних продуктів.

Повному входженню електронної комерції України до світової системи заважають певні проблеми. Ми розглянемо їх та знайдемо можливі шляхи їх вирішення [7].

Проблема недостатнього економічного потенціалу.

За роки незалежності України її економіка ще не змогла зміцнити себе. Вона деяким чином залежить від інших країн. Консервативна структура економіки, досить низький щабель впровадження інновацій, недостатній рівень зовнішніх та внутрішніх інвестицій, низький рівень та якість індивідуальних послуг населенню не створюють підходящих підвалин для розвитку електронної комерції та інтернет-технологій загалом.

Як відомо, для вдалого розвитку електронної торгівлі товарами та послугами необхідні відповідні умови:

1) присутність потенційної купівельної публіки, тобто критичної маси користувачів Інтернету (від 10–12% кількості населення країни);

2) наявність у громадян електронних грошей, тобто наявність грошових засобів на банківських рахунках (картки, що перебувають під керівництвом найпоширеніших світових платіжних систем);

3) значно дешевші системи доставки товарів покупцям.

Так, в Україні користувачів Інтернету не так і багато: лише 10–15% кількості всього населення. В обігу безготівкових грошей участь населення незначна. Кількість власників кредитних карток ще менша за кількість активних користувачів Інтернету. Системи ж доставки матеріальних цінностей або дуже дорогі, або ненадійні [8].

Цю проблему варто вирішувати комплексно. Немає підстави завзято вкладати кошти в розвиток цього сектору, доки не буде зміцнена економіка України загалом. Уряду необхідно вживати комплексних заходів, щоби досягти макроекономічної стабілізації:

1) оптимізація відносин у податково-бюджетній галузі та здійснення переходу від фіскальної до стимулюючої функції податкової системи, запобігання збільшенню податкової тисняви на суб'єктів ринку; підготовка системи податкових пільг щодо розвитку інтернет-технологій та стимулювання інтернет-комерції;

2) активізація інвестиційної діяльності, сприяння припливу прямих іноземних інвестицій у сектор електронної комерції; активізація взаємодій органів виконавчої влади, органів місцевого самоврядування та суб'єктів господарської діяльності задля покращення інвестиційного клімату в Україні;

3) створення придатних умов для розвитку малого та середнього бізнесу, спрощення процедури отримання дозволу; застосування пільгових ставок для оренди державного та комунального майна для суб'єктів малого підприємства, незважаючи на вид його господарської діяльності.

Недовіра користувача до інтернет-ресурсів.

Однією з гострих проблем ведення електронного бізнесу є захист інформації. Користувач зобов'язаний пильнувати за тим, щоб онлайн-платежі в мережі Інтернет, як інформація про утримувача картки, передавалися тільки за допомогою захищених протоколів зв'язку. Також важливу роль відіграють безпеки, які виникають з переходом до інтернет-шопінгу, а саме ризик крадіжки даних кредитної картки під час здійснення за її допомогою електронної покупки, ризик шахрайства продавця через неналежну захищеність інтернет-покупців.

Напрями вирішення проблеми:

1) внесення змін до Закону України «Про захист прав споживачів» щодо загальних вимог до порядку купівлі-продажу товарів та послуг через Інтернет;

2) забезпечення належного рівня захисту прав споживачів, тобто інтернет-покупців, шляхом розроблення плану дій щодо державного ринкового нагляду та захисту прав споживачів на засадах кращого міжнародного досвіду.

Недостатній рівень державних гарантій та правових норм.

Закон про комерцію досі не прийнято. Це не сприяє становленню та розвитку електронної комерції в Україні. Відсутність законодавчо врегульованих механізмів реалізації державної політики у сфері внутрішньої торгівлі, зокрема відсутність порядку організації та правил здійснення нових форм торгівлі (інтернет-магазини, телемагазини, мережевий маркетинг тощо) та взаємодії між різними гілками влади (обласними, районними, міськими державними адміністраціями, органами місцевого самовря-

дування), стримує розвиток галузі внутрішньої торгівлі. Питання правового регулювання електронного обігу грошей є чи не найзлободеннішими для українських інтернет-комерсантів.

Українське законодавство зробило великі кроки щодо врегулювання відносин у сфері електронного документообігу. Першим кроком було прийняття у травні 2001 року Закону «Про платіжні системи та переказ грошей в Україні», яким визначено загальні засади функціонування платіжних систем у нашій країні, поняття та загальний порядок проведення переказу грошей в межах України, а також встановлено відповідальність суб'єктів переказу.

Наступною значною подією було прийняття Законів України «Про електронні документи та електронний документообіг», «Про електронний цифровий підпис».

Технологічна відсталість доставки товарів та рівня надання послуг.

Швидкість роботи українських сайтів та зручність використання здебільшого залишають бажати кращого. Причинами цього негативного фактору є застарілість та низька якість устаткування, що використовує компанія в своїй роботі. Також досить важливим фактором є недосконалість програмного забезпечення.

Розвиток сфери інтернет-торгівлі потребує запровадження останніх технічних розробок, проте це вимагає значних витрат власників інтернет-магазинів та інтернет-аукціонів. Необхідно створити програму підтримки технологічного оснащення суб'єктів ринку інтернет-торгівлі, яка включатиме заходи з надання довгострокових пільгових кредитів під технологічне переоснащення. Таким чином, інтернет-магазини отримають можливість покращити власний бізнес, а галузь загалом зможе підвищити конкурентоспроможність цього сектору на світовій арені.

Низький рівень розвитку інфраструктури доставки товарів по Україні.

Транспортна інфраструктура України потребує значних капіталовкладень для її переоснащення та розширення. Автомобільні та залізничні шляхи здебільшого перебувають в аварійному стані, що аж ніяк не стимулює розвиток економіки України. Розвиток бізнесу потребує постійного розширення географії сервісу, проте низький рівень модернізації транспортної інфраструктури України значно ускладнює можливість доставки товарів до віддаленої місцевості.

Шляхи вирішення проблеми:

1) подальший розвиток інфраструктури за рахунок розширення мережі автомобільних доріг, залізничних шляхів, повітряних сполучень перш за все за напрямками міжнародних транспортних коридорів, підвищення якості та безпеки національної транспортної мережі, що допоможе інтернет-магазинам підвищити якість і швидкість доставки товарів та послуг;

2) вдосконалення тарифної політики у сферах надання загальнодоступних телекомуніка-

ційних послуг, універсальних послуг поштового зв'язку, створення державної кур'єрської служби (вартість послуг доставки по Україні повинна відповідати рівню її собівартості, тобто рентабельність має бути нульовою).

Отже, розвиток електронного бізнесу в Україні значною мірою буде залежати від політики держави у цій сфері діяльності, насамперед від залучення інвестицій у цей сектор, підвищення рівня транспортної інфраструктури, інвестування технічного переоснащення та встановлення нормативно-правової бази [9].

Розбудова інформаційного суспільства в Україні вимагає прискорення процесів інформатизації всіх сфер виробничо-господарської діяльності, пришвидшення темпів створення національної інформаційної інфраструктури ринку електронних послуг, завдяки чому телекомунікації, апаратно-програмне забезпечення, автоматизовані інформаційні системи, глобальна мережа Інтернет, інформація та знання повинні стати основними засобами виробництва.

Електронна комерція здійснює суттєвий вплив на всі види економічної діяльності. Основними завданнями щодо розвитку національної складової Інтернету та забезпечення широкого доступу до нього є [10]:

- створення в найкоротші терміни належних економічних, правових, технічних та інших умов для забезпечення широкого доступу громадян, навчальних закладів, наукових та інших установ й організацій всіх форм власності до Інтернету;

- розширення та вдосконалення надання в Інтернеті об'єктивної політичної, економічної, правової, екологічної, науково-технічної, культурної та іншої інформації про Україну, її бізнес, постійне вдосконалення способів подання такої інформації;

- забезпечення конституційних прав людини та громадянина на вільне збирання, зберігання, використання та поширення інформації, свободу думки й слова, вільне вираження своїх поглядів і переконань;

- забезпечення державної підтримки розвитку інфраструктури надання інформаційних послуг через Інтернет;

- створення умов для розвитку підприємницької діяльності та конкуренції у сфері використання каналів електронного зв'язку, створення можливостей для задоволення на пільгових умовах потреб у послугах навчальних закладів, наукових установ та організацій, установ охорони здоров'я;

- розвиток та впровадження сучасних ІКТ у систему державного управління, фінансову сферу, підприємницьку діяльність, освіту;

- розв'язання завдань гарантування інформаційної безпеки держави, недопущення поширення інформації, забороненої законодавством;

- вдосконалення правового регулювання діяльності суб'єктів електронної економічної діяльності, виробництва, використання, по-

ширення та зберігання електронних інформаційних продуктів, захисту прав на інтелектуальну власність, посилення відповідальності за порушення встановленого порядку доступу до інформаційних ресурсів всіх форм власності та навмисне поширення комп'ютерних вірусів.

Найвні державні заходи щодо просування розбудови інформаційного суспільства, прикладом яких є проект «Україна – розвиток через Інтернет» за підтримки Міжнародного банку реконструкції і розвитку [11].

Основною метою цього проекту є підтримка уряду України в підвищенні ефективності прийняття рішень, стимулювання розвитку інформаційного сектору економіки та зміцнення громадянського суспільства з використанням ІКТ.

Реалізація проекту передбачає такі етапи:

1) електронний уряд (впровадження моделей електронної закупівлі товарів/послуг та електронного документообігу на центральному й регіональному рівнях);

2) електронний бізнес (створення технологічної інфраструктури та нормативно-правової бази, що дасть змогу легалізувати інтерактивні операції в Інтернеті в Україні);

3) електронна взаємодія держави та громадськості (розроблення моделей та інструментів для залучення громадськості в процеси управління державою).

Висновки. Ринок електронної комерції має великий потенціал в Україні. Важлива роль у зв'язку з цим покладається на виконання державної програми «Електронна Україна», яка здебільшого має декларативний характер. Залучення інвестицій та наявність сприятливого інвестиційного клімату, підвищена увага уряду до інтелектуального та наукового потенціалу мають сприяти розвитку ІКТ та становленню інформаційної економіки. ІКТ-модернізація українських підприємств є безповоротним процесом, пов'язаним з переходом промислової економіки на електронні способи взаємодії. Розвиток електронної комерції необхідно підтримувати за допомогою впровадження державної програми «Електронна комерція» на базі діалогу бізнесу, влади та громадськості. Ефективне використання переваг електронної комерції є можливим тільки за умови задіяння автоматизованих систем управління ресурсами на підприємствах.

Для того щоби повсюдно впроваджувати системи електронної комерції, необхідно підвищити рівень автоматизації виробничих та торговельних підприємств, а також якість телекомунікацій, посилити безпеку передачі та оброблення даних, створити прийнятну нормативно-правову базу електронних операцій.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Апопій В.В. Інтернет-торгівля: проблеми і перспективи розвитку, Львів, 2013.
2. Біржовий лідер. Новини України. URL: <http://www.profi-forex.org/novosti-mira/novosti-sng/ukraine>.
3. Heckmann P. Cross-Channel Integration in Retail Creating a Seamless Customer Experience. 2014. URL: <http://www.booz.com>.
4. Дослідження ринку електронної комерції в Україні. URL: <http://ain.ua>.
5. Алферов М.В. Актуальні тенденції онлайн-торгівлі в Україні. URL: <http://korrespondent.net>.
6. Кравець В.М. Інтернет-комерція в Україні. Вісник НБУ. 2015.
7. Кобелев О.О. Актуальні проблеми електронної комерції, Київ, 2010.
8. Переваги електронної комерції. URL: <http://helpiks.org>.
9. Апопій В.В., Міщук І.П., Ребицький В.М. та ін. Організація торгівлі: підручник / за ред. В.В. Апопія. 2-ге вид., перероб. та доп. Київ: Центр навчальної літератури, 2015.
10. Gemius Audience. 2014. URL: <http://www.audience.com.ua>.
11. Законодавство України. URL: <http://zakon.rada.gov.ua>.

REFERENCES:

1. Apopi V.V. (2013), "E-commerce: problems and prospects".
2. Exchange leader. News of Ukraine (2018). URL: <http://www.profi-forex.org/novosti-mira/novosti-sng/ukraine>.
3. Heckmann P. (2014) "Cross-Channel Integration in Retail Creating a Seamless Customer Experience". URL: <http://www.booz.com>.
4. Research of the e-commerce market in Ukraine. URL: <http://ain.ua>.
5. Alferov M.V. (2014), Current trends of online trade in Ukraine. URL: <http://korrespondent.net>.
6. Kravets V.M. (2004), "E-Commerce in Ukraine" Visnyk NBU.
7. Kobelev O.O. (2010) Topical problems of e-commerce of Ukraine.
8. The Benefits of E-Commerce. URL: <http://helpiks.org>.
9. Apopi V.V., Rebitsky V.M., Mischuk I.P. (2015) Trade organization, 2nd ed, Center for Educational Literature, Kyiv, Ukraine.
10. Gemius Audience (2014). URL: <http://www.audience.com.ua>.
11. The legislation of Ukraine (2018). URL: <http://zakon.rada.gov.ua>.

Bieloziertsev V.S.
*Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Statistics, Accounting,
and Economic Informatics
Oles Honchar Dnipro National University*

Prokhvatylo O.O.
*Graduate Student,
Oles Honchar Dnipro National University*

INTERNET COMMERCE AS AN ELEMENT OF MODERN MARKET INFRASTRUCTURE

At the same time, with the rise of retail trade in Ukraine, there is a significant strengthening of the role of the Internet in the sale of goods and services. At the moment, free merchandise and online stores can buy any product or service. Consumers are increasingly turning to the Internet because it has a number of advantages: low cost, convenience in the purchase, saving time.

The main tasks of the development of the national component of the Internet and ensuring wide access to it in Ukraine are: the creation of appropriate economic, legal, technical, and other conditions for ensuring wide access of citizens to the Internet.

The development of e-business in Ukraine will depend to a large extent on the state's policy in this area of activity, in particular, from attracting investments in this sector, raising the level of transport infrastructure, investing in technical re-equipment, and establishing a regulatory framework.

The development of e-commerce needs to be supported through the implementation of the state-owned e-commerce program, based on a dialogue between business, government, and the public. Effective use of e-commerce benefits is possible only with the use of automated resource management systems at enterprises. In order to implement e-commerce everywhere, it is necessary to increase the level of automation of production and trade enterprises, as well as the quality of telecommunications, to enhance the security of transmission and processing of data, to create an acceptable regulatory framework for electronic transactions.