

Bulletin of Taras Shevchenko National University of Kyiv. Economics, 2014; 161: 93-97  
УДК 339.3  
JEL O 33

О. Мельничук, асп.  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ

## РОЗВИТОК ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ У СТРУКТУРІ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

*Досліджено теоретичні та практичні аспекти розвитку електронної комерції як складової інформаційної економіки в Україні. Визначено стан і перспективи розвитку сектору інформаційно-комунікаційних технологій та ринку електронної комерції. Надано рекомендації щодо стимулювання розвитку ринку електронної комерції в Україні.*

**Ключові слова:** інформаційне суспільство, інформаційна економіка, електронний бізнес, інформаційно-комунікаційні технології, електронна комерція.

**Постановка проблеми.** Трансформація індустріального типу суспільства в постіндустріальне під впливом інформаційно-технологічної революції в останні роки стає основним трендом розвитку світової економіки. Усе більше значення набувають нематеріальні фактори виробництва, зокрема інформація та знання (інноваційні продукти, ліцензії тощо). Водночас розвиток світової економіки відбувається під впливом процесів глобалізації, регіональної інтеграції та кризових явищ у світовому просторі. Тенденції розвитку глобального середовища впливають на формування інформаційного сектору в загальній структурі економіки. Еволюційні процеси становлення інформаційного суспільства набули поширення й у сфері обміну товарами та послугами, унаслідок чого виникла нова форма господарської діяльності – електронна комерція. Тому актуальним є дослідження розвитку сектору електронної комерції у складі інформаційної економіки та визначення тенденцій інформатизації економіки України.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Основні тенденції становлення та розвитку інформаційного суспільства знайшли відображення у працях багатьох науковців. Зокрема, П. Друкер обґрунтовує поняття "інформаційних революцій" та стверджує, що на сучасному етапі розвитку економіки відбувається революція не в технологіях, а концепціях. Е. Тоффлер наголошує на необхідності цілісного дослідження інформаційної діяльності з виробництва, обробки та поширення інформації. Ф. Махлупом розкрито особливості становлення інформаційної економіки, зокрема на прикладі США. М. Поратом було запроваджено у науковий обіг термін "інформаційна економіка", М. Кастельсом сформовані моделі "інформаціональної економіки".

Серед вітчизняних науковців тенденції розвитку електронної комерції у структурі інформаційної економіки досліджували Н. Апатова, І. Балабанов, В. Глушков, Т. Затонацька, А. Маслов, В. Міщенко, В. Плескач, Т. Тадаскіна, О. Чубукова, А. Чухно та ін. Проте особливості розвитку інформаційно-комунікаційних технологій в Україні у контексті підвищення впливу глобалізаційних процесів потребують подальшого поглибленого дослідження. Доцільним також є аналіз сучасних тенденцій розвитку ринку електронної комерції у структурі інформаційної економіки та визначення шляхів подальшого зростання даного ринку.

**Формулювання цілей статті.** Мета роботи – узагальнення підходів до трактування понять "інформаційне суспільство", "інформаційна економіка" та "електронна комерція", визначення основних тенденцій і розробка рекомендацій щодо розвитку інформаційно-комунікаційних технологій та електронної комерції в Україні.

**Викладення основного матеріалу дослідження.** За сучасних умов господарювання спостерігається швидка модифікація продуктивних сил, а інформація перетворюється на один із найважливіших виробничих ресурсів. Дана тенденція сприяє стрімкому розвитку інформаційно-комунікаційних технологій, збільшенню чисельності користувачів мережі Інтернет і стимулює розвиток ринку електронної комерції.

У глобальному масштабі відбувається підвищення темпів продукування інформації, що обумовлено високими темпами науково-технічного прогресу, унаслідок чого виникли такі нові поняття, як "Інтернет", "хмарні технології", "комунікаційні мережі", "електронна комерція" та інші. Зазначене зумовило становлення нового типу суспільства – інформаційного. Основні підходи до трактування поняття "інформаційне суспільство" подані у табл. 1.

Таблиця 1. Основні підходи до трактування інформаційного суспільства\*

| Автор та його наукові роботи  | Основні ідеї  |
|---|---|
| Масуда Е.<br>"Комп'ютопія", "Інформаційне суспільство як постіндустріальне суспільство" | Займався дослідженням інформаційного суспільства, акцентуючи увагу на його технологічних характеристиках. Трактуював інформацію в якості економічної категорії та суспільного блага, що в перспективі призведе до трансформації всіх сфер соціокультурного життя  |
| Постер М.<br>"Кібердемократія: Інтернет та публічна сфера"                              | Причиною становлення інформаційного суспільства вважав розвиток комунікацій. Розглядав Інтернет як принципово нову, децентралізовану систему комунікації, що створює віртуальні спільноти, в яких відбувається зародження нових самоорганізованих форм  |
| Робертсон Д.<br>"Інформаційна революція"  | Доводив, що принцип кодування інформації безпосередньо впливає на рівень і якість знання, починаючи від першої комунікаційної революції, пов'язаної з формуванням мови, і закінчуючи останньою – електронною або мережевою, і, по суті, визначає характер домінуючої на певному історичному відрізку культури |
| Ракитов А.<br>"Інформаційна технологія та інформатизація сучасного суспільства"         | Пов'язував між собою історію, інформацію та культуру. Стверджував, що саме характер комунікації, особливості домінуючих знакових систем і тип формалізації знання є основними детермінантами економічного розвитку, соціальної організації і культури   |
| Бжезинський З.<br>"План гри: геостратегічна структура ведення боротьби між США і СРСР"  | Розглядав постіндустріальне суспільство з позиції його залежності від соціальної структури суспільства і сформованої культурного середовища. На перший план висував Людину і "Якість життя споживача". При цьому детермінуючу роль залишав за новими технологіями в "технотронному суспільстві"               |
| Белл Д.<br>"Майбутнє постіндустріальне суспільство: Досвід соціального прогнозування"   | Виділяв інформацію в якості ресурсу суспільного розвитку. Класифікував суспільство на три типи: доіндустріальне, індустріальне та постіндустріальне. Сформулював основні риси постіндустріального суспільства в економічному секторі, структурі зайнятості, сфері прийняття рішень                            |

Закінчення табл. 1

| Автор та його наукові роботи  | Основні ідеї  |
|---|---|
| Тоффлер Е.<br>"Шок майбутнього", "Третя хвиля"                          | Сформулював концепцію "постіндустріального суспільства" (або, згідно з авторським формулюванням, "суперіндустріального суспільства", "надіндустріальної цивілізації"). Оскільки в постіндустріальному суспільстві провідне місце займає задоволення "персональних потреб покупців", то в економіці надалі буде спостерігатись тенденція до диверсифікації та орієнтації на індивідуальність |
| Кастельс М.<br>"Інформаційна епоха: економіка, суспільство і культура"  | Постіндустріальний етап розвитку суспільства відрізняється від "інформаційної стадії", оскільки важливим є не наявність інформації, а методи роботи з нею. "Інформаційна економіка" є надзвичайно політизованою, тому її формування буде залежати від ініціативних державою політичних процесів   |
| Бодрійяр Ж.<br>"Символічний обмін і смерть",<br>"Симулякри і симуляція" | Сучасні засоби масової інформації здатні породжувати і коригувати потреби людини, це системи, що створюють альтернативну реальність, наповнену симулятивними знаками  |

\* Джерело: складено автором на основі [3]

У процесі дослідження причин виникнення інформаційного суспільства можна виділити прихильників різних теорій:

– Ф. Махлуп, М. Порат, Д. Белл вважають, що інформаційне суспільство виникло внаслідок зростання інформаційного сектору в економіці;

– Т. Умесао, Ю. Хаяші, Ю. Іто та інші прихильники теорії "інформаційного вибуху", схиляються до того, що інформаційне суспільство з'явилося внаслідок кількісного зростання інформації, це викликало гостру потребу в появі засобів її обробки, зберігання та передачі;

– Е.С. Дафф, С. Нора та А. Мінк розвивали теорію виникнення інформаційного суспільства за рахунок поширення інформаційно-комунікаційних технологій [3].

Незважаючи на різні підходи, дослідники вважають, що однією з умов існування і розвитку інформаційного суспільства є інформаційно-комунікаційні технології.

У працях П. Друкера технології розглядаються як вирішальний фактор процесу формування тієї чи іншої соціально-економічної системи [2]. Процес автоматизації та інформатизації призвів до заміни фізичної праці розумовою, пролетаріат індустріального типу на пра-

цівників розумової праці. Таке перетворення неможливо без застосування інформаційних технологій

Прихильники теорії "інформаційного вибуху" стверджують, що кількісне зростання інформації призвело до появи індустрії переробки інформації на базі комп'ютерних та інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ).

Отже, основою існування інформаційного суспільства, поряд із знаннями та інформацією, є інформаційно-комунікаційні технології та здійснення господарської діяльності в мережі Інтернет. ІКТ визначили перехід економіки на інформаційний етап свого розвитку та спрямування економічної діяльності на виробництво і споживання інформації, що зумовило розвиток інформаційного суспільства.

Перехід до інформаційного типу суспільства суттєво змінює економічні відносини, процес виробництва, обміну, розподілу та споживання і впливає на економічну політику уряду, розробку стратегії економічного розвитку держави. Велика кількість науковців розглядають поняття "інформаційна економіка" у контексті концепції інформаційного суспільства (табл. 2).

Таблиця 2. Підходи до визначення поняття "інформаційна економіка"

| Автор                            | Сутність поняття "інформаційна економіка"   |
|----------------------------------|---|
| Ф. Махлуп                        | Інформаційна економіка – це такий тип економіки, де переважна частка валового внутрішнього продукту забезпечується діяльністю з виробництва, обробки, зберігання та передачі інформації і знань |
| А. І. Ракітов                    | Економіка є інформаційною, якщо в ній витрати з пошуку інформації прямують до нуля.   |
| А.О. Маслов                      | Це економіка, що утворилась на поєднанні і охоплює елементи традиційної, мережевої та економіки знань, і утворила свої особливі змістові елементи, заснована на інформації та знаннях           |
| В.Л. Плєскач,<br>Т.Г. Затонацька | Це електронна економічна діяльність, де переважає господарська діяльність у сфері інформаційних послуг, їх виробництва та обміну, де основними ресурсами є інформація та знання                 |

\* Джерело: складено автором на основі [4; 6; 7]

Отже, узагальнюючи наведені підходи, можна сформулювати визначення поняття "інформаційна економіка" з урахуванням підвищення значення глобалізації та інформатизації комерційної діяльності. Інформаційна економіка – це інноваційний тип господарської діяльності, де основними ресурсами є інформація та знання, що забезпечують функціонування електронного бізнесу та надання електронних послуг державою за умов мінімізації витрат на пошук інформації.

У глобальному масштабі загалом та в Україні зокрема, формування інформаційної економіки відбувається на основі таких процесів [5, с. 147]:

1) створення мережевих інституційних структур (допомагає досягти ефекту економії на приміщеннях та часі, створити єдиний економічний простір);

2) розширення масштабів економічної діяльності за рахунок перенесення у віртуальне середовище різних видів економічної діяльності;

3) розвиток і поширення інформаційно-комунікаційних технологій, що є основою формування інформаційної економіки.

Важливим елементом інституційної ієрархії інформаційної економіки є електронний бізнес – один з основних атрибутів єдиного національного електронного простору. Інтернет-технології все частіше використовуються для оптимізації системи ведення комерційної діяльності. У світовому масштабі електронна комерційна діяльність набула широкого поширення завдяки своїм безумовним перевагам порівняно з традиційною: скорочення витрат для бізнес-одиниць та забезпечення максимальної зручності й економії часу для покупця.

В останніх дослідженнях українських науковців, зокрема Т.М. Тардаскіної, Є.М. Стрельчук, Ю.В. Терешко, дається наступне визначення електронної комерції: "це вид електронної комерційної діяльності з використанням інформаційних та комунікаційних технологій" [12, с. 24]. Л.А. Злупко (компанія eBay) стверджує, що елек-

тронна комерція – ведення бізнесу за допомогою Інтернету та на основі телекомунікаційних інструментів.

Із наведених визначень можна зробити висновок, що базою для функціонування ринку електронної комерції є інформаційно-комунікаційні технології. Тому доці-

льним є визначення проблем та перспектив розвитку сектору ІКТ України у контексті глобалізації.

Згідно з даними Глобального звіту з інформаційних технологій [14, с. 276], станом на 2013 р. Україна займає середню позицію за розвитком ІКТ (загалом у рейтингу – 144 країни), див. табл. 3.

Таблиця 3. Стан розвитку сектору ІКТ України\*

| Показник   | Місце у рейтингу (усього 144 країни) | Оцінка (від 1 до 7) |
|--|--------------------------------------|---------------------|
| <b>Індекс мережевої готовності, 2013 р.</b>  | <b>73</b>                            | <b>3,9</b>          |
| Індекс мережевої готовності, 2012 р. (у рейтингу – 142 країни)                           | 75                                   | 3,8                 |
| <b>1. Субіндекс зовнішнього оточення</b>   | <b>105</b>                           | <b>3,5</b>          |
| 1.1. Політичне та правове оточення   | 124                                  | 3,0                 |
| 1.2. Бізнес-оточення та інноваційний клімат  | 78                                   | 4,1                 |
| <b>2. Субіндекс готовності</b>   | <b>29</b>                            | <b>5,3</b>          |
| 2.1. Стан розвитку цифрових технологій та інфраструктури                                 | 74                                   | 3,8                 |
| 2.2. Доступність мережевих технологій  | 2                                    | 6,9                 |
| 2.3. Електронна грамотність  | 35                                   | 5,3                 |
| <b>3. Субіндекс використання</b>   | <b>95</b>                            | <b>3,3</b>          |
| 3.1. Використання інформаційно-комунікаційних технологій індивідуальними користувачами   | 74                                   | 3,2                 |
| 3.2. Використання інформаційно-комунікаційних технологій у бізнесі                       | 84                                   | 3,3                 |
| 3.3. Використання інформаційно-комунікаційних технологій органами державного регулювання | 121                                  | 3,3                 |
| <b>4. Субіндекс впливу</b>   | <b>81</b>                            | <b>3,3</b>          |
| 4.1. Вплив економічних факторів  | 74                                   | 3,2                 |
| 4.2. Вплив соціальних факторів   | 87                                   | 3,4                 |

\* Джерело: розроблено автором на основі [14]

Отже, прослідковуються наступні позитивні тенденції розвитку сектору ІКТ в Україні:

1. Інтернет-технології є доступними для широкого загалу (2 місце у рейтингу).
2. Населення має високий рівень електронної грамотності.
3. Інноваційний клімат відносно сприятливий для розвитку ІКТ.
4. ІКТ достатньо широко використовуються населенням.

Варто відмітити і негативні тенденції розвитку ІКТ:

1. Несприятливе для розвитку ІКТ політичне та правове середовище, у тому числі і недостатнє нормативно-правове регулювання сектору.
  2. Низький рівень використання ІКТ органами державного регулювання.
  3. Недостатньо високий розвиток інфраструктури сектору.
- Зазначені тенденції та їх характеристики проілюстровано на рис. 1.



Рис. 1. Характеристики розвитку ІКТ в Україні\*

\* Джерело: розроблено автором на основі [14]

Аналізуючи стан розвитку Інтернет-технологій в Україні, варто зазначити, що кількість Інтернет-користувачів в Україні, згідно з дослідженням компанії Gemius [9], склала близько 16 млн осіб (користувачі віком

14 років і більше). Порівняно з 2012 р., кількість Інтернет-користувачів збільшилась на 11 %. У 2014 р. очікується зростання чисельності кількості Інтернет користувачів до рівня 17,5 млн осіб, тобто ще на 9% (рис. 2).

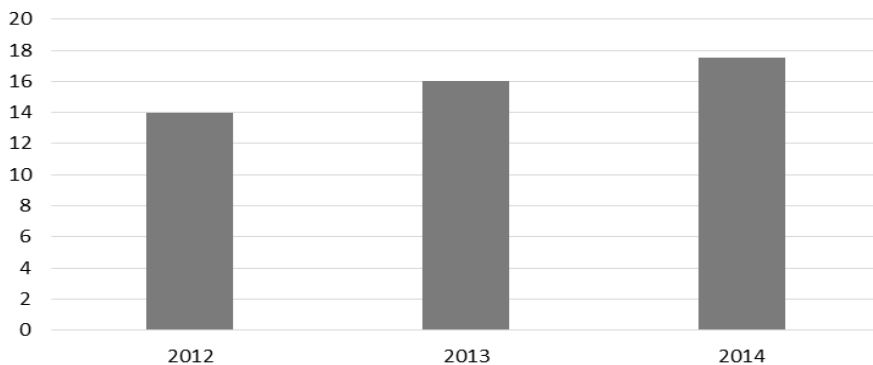


Рис. 2. Чисельність Інтернет-користувачів в Україні, млн осіб\*

\* Джерело: розроблено автором на основі [9]

Фактори доступності Інтернет-технологій, високого рівня освіченості у даній сфері та широке використання ІКТ як бізнес-одинацями, так і населенням створили передумови для розвитку ринку електронної комерції в Україні. Електронна комерція охоплює 57 % Інтернет-

аудиторії країни або близько 9,3 млн осіб (рис. 3). Обсяг ринку електронної комерції склав 0,9 % загального обсягу ВВП країни. Витрати на ринку е-комерції на одного покупця у 2012 р. склали 510 євро [10, с. 49].

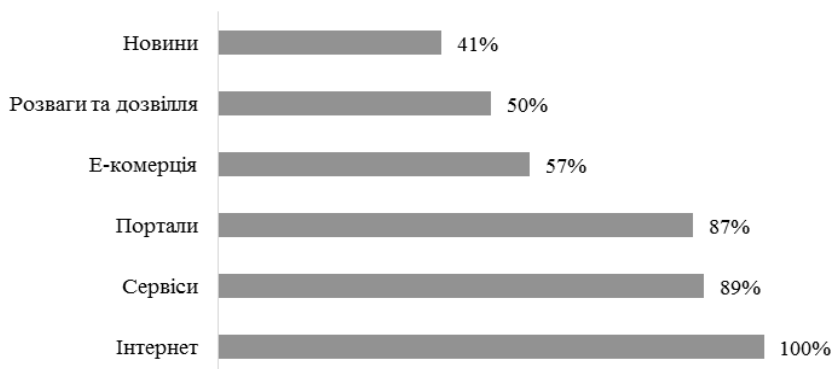


Рис. 3. Топ-5 секторів за рівнем охоплення Інтернет-аудиторії в Україні\*

\* Джерело: розроблено автором на основі [4]

Обсяг ринку електронної комерції у грошовому вираженні станом на 2013 р. досягнув 2 млрд дол. США, а зростання ринку за цей період склав близько 50 %. Проте частка в загальному обсязі роздрібних продажів складає 1,5 %. В Україні працює понад 8 тис. Інтернет-магазинів. За перше півріччя 2013 р. в Україні зареєстровано 1 508 підприємств, які відзначили роздрібну торгівлю через Інтернет основним видом своєї діяльно-

сті. Це свідчить про підвищення темпів розвитку ринку електронної комерції в Україні.

Лідери ринку – Інтернет-магазини, що спеціалізуються на продажу побутової техніки та електроніки, хоча більшість з них намагається диверсифікувати асортимент продукції [11]. За обсягом продажів лідерами є наступні Інтернет-магазини: rozetka.ua, allo.ua, fotos.ua, mobilluck.ua, fotomag.ua (рис. 5).

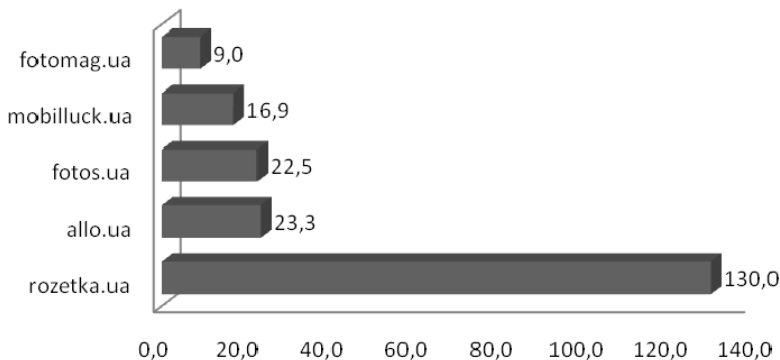


Рис. 5. Лідери ринку е-комерції в Україні за доходом (млн дол. США)\*

\* Джерело: розроблено автором на основі [11]

Функціонування ринку електронної комерції в Україні характеризується наступними тенденціями:

1. Більшість покупок здійснюється мешканцями великих міст з доходом вище середнього.

2. Оплата здійснюється переважно за допомогою готівки (85 % усіх операцій), і тільки 4 % за допомогою платіжних карток, що спричинено низьким рівнем довіри до Інтернет-магазинів.

3. Найбільш затребуваними групами товарів на ринку електронної комерції в Україні є побутова техніка, книги, одяг, косметика, товари для дітей. Обсяг продажів інтелектуальних продуктів на даному ринку незначний [9].

Підсумовуючи вищевикладене, зазначимо, що у структурі інформаційної економіки ринок електронної комерції – один із найбільш динамічних та перспективних. Для подальшого розвитку інформаційного сектору економіки та ринку електронної комерції рекомендовано:

1. Здійснення повної інформатизації державного сектору економіки з метою зниження рівня корупції.

2. Заохочення інвестиційних потоків у розвиток ІКТ та інформаційної інфраструктури шляхом надання податкових стимулів у вигляді податкових інвестиційних кредитів.

3. Прийняття закону "Про електронну комерцію", що дасть змогу виділити електронну комерцію в окремий сектор економіки та забезпечити його розвиток, зокрема шляхом:

- зменшення обсягів паперового документообороту;
- легалізації правил користування сайтами;
- визначення прав та обов'язків продавця і покупця на ринку електронної комерції.

4. Стимулювання розвитку інноваційної діяльності на державному рівні, оскільки забезпечення розвитку інформаційного суспільства має прямий вплив на збільшення продажів інтелектуальних продуктів у сфері електронної комерції.

**Висновки.** Отже, в Україні спостерігається стрімкий розвиток інформаційно-комунікаційних технологій та ринку електронної комерції. Зокрема, зростання ринку е-комерції у 2013 р. склало 50 %, що зумовлено такими факторами, як: збільшення чисельності Інтернет-користувачів та е-покупців під впливом фактору доступності інформаційно-комунікаційних технологій, кількісне збільшення Інтернет-магазинів та розширення їх діяльності. Проте, при розгляді стану розвитку ІКТ у глобальному розрізі, прослідковується низка проблем, зумовлених несприятливим політичним та правовим середовищем, а також недостатнім розвитком інфраструктури сектору. Зазначені фактори призвели до виникнення негативних тенденцій розвитку е-комерції в Україні: низький регіональний розвиток ринку, переважно готівковий розрахунок, низький обсяг продажу інтелектуальних продуктів. Впровадження заходів щодо

подальшого розвитку сектору ІКТ та ринку електронної комерції дасть змогу створити сприятливе середовище для діяльності суб'єктів ринку е-комерції та призведе до мінімізації негативних тенденцій на даному ринку. У глобальному вимірі, створення режиму найбільшого сприяння розвитку електронної комерції в Україні – фундамент для підвищення конкурентоспроможності українських суб'єктів на світовому ринку.

**Перспективи подальших досліджень у цьому напрямі.** Подальші дослідження будуть спрямовані на детальне обґрунтування державних інструментів регулювання електронної комерції в Україні; також є необхідним з'ясування перспектив розвитку ринку електронної комерції України в контексті тенденцій глобалізації.

#### Список використаних джерел

1. Безуглая Л. А. Электронный бизнес как базовый институт информационной экономики / Л. А. Безуглая // Journal of Economic Regulation (Вопросы регулирования экономики). – 2013. – № 1. – Т. 4. – С. 69–79.
2. Друкер П. Посткапиталистическое общество. Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология / [под ред. В. Л. Иноземцева]. – Москва: Academia, 1999. – 71 с.
3. Плескач В. Л. Электронная коммерция / В. Л. Плескач, Т. Г. Затонца. – К.: Знання, 2007. – 535 с.
4. Костина А. В. Тенденции развития культуры информационного общества: анализ современных информационных и постиндустриальных концепций [Электронный ресурс] / А. В. Костина // Информационный гуманитарный портал "Знание. Понимание. Умение". – 2009. – № 4. – Режим доступа: [http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2009/4/Kostina\\_Information\\_Society/](http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2009/4/Kostina_Information_Society/).
5. Маслов А. О. Теория информационной экономики как альтернативная парадигма современной ортодоксии [Электронный ресурс] / А. О. Маслов // Парадигмальні зрушення в економічній теорії XXI ст.: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, 15–16 листопада 2012 р., Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ. – К.: Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 2012. – С. 115–119. – Режим доступу: [http://econom.univ.kiev.ua/paradigm\\_et/conf\\_materials.pdf](http://econom.univ.kiev.ua/paradigm_et/conf_materials.pdf).
6. Плескач В. Л. Формування ринку інформаційних послуг в Україні: дис... д-ра екон. наук: 08.02.03 / Плескач Валентина Леонідівна; Науково-дослідний фінансовий ін-т при Міністерстві фінансів України. – К., 2006. – 446 с.
7. Ракитов А. И. Информация, наука, технология в глобальных исторических изменениях / А. И. Ракитов. – М., 1998. – 104 с.
8. Рынок e-commerce в Украине [Электронный ресурс] / Кредитпромбанк: [сайт]. – Режим доступа: [http://www.kreditprombank.com/upload/content/512/E-commerce\\_Market\\_in\\_Ukraine.pdf](http://www.kreditprombank.com/upload/content/512/E-commerce_Market_in_Ukraine.pdf).
9. [Электронный ресурс] / Сайт агентства онлайн-исследований региона Центральной и Восточной Европы "Gemius". – Режим доступа: <http://www.gemius.com.ua/>.
10. [Электронный ресурс] / Сайт асоціації "Ecommerce Europe". – Режим доступу: <http://www.ecommerce-europe.eu/home>.
11. [Электронный ресурс] / Сайт он-лайн видання ain.ua. – Режим доступу: <http://ain.ua/>.
12. Тардаскіна Т. М. Електронна комерція: навч. посіб. / Т. М. Тардаскіна, Є. М. Стрельчук, Ю. В. Терешко. – Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2011. – 244 с.
13. Machlup F. The Production and Distribution of Knowledge in the United States / F. Machlup. – NJ.: Princeton, 1962. – 283 p.
14. [Electronic source] / The Global Information Technology Report 2013. – Access mode to a resource: <http://www3.weforum.org/maintenance/public.htm>.

Надійшла до редколегії 21.04.14

Е. Мельничук, асп.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ

#### РАЗВИТИЕ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В СТРУКТУРЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ УКРАИНЫ

*В статье исследованы теоретические и практические аспекты развития электронной коммерции как составной информационной экономики в Украине. Определено состояние и перспективы развития сектору информационно-коммуникационных технологий и рынка электронной коммерции. Даны рекомендации по стимулированию развития рынка электронной коммерции в Украине.*

*Ключевые слова: информационное общество, информационная экономика, электронный бизнес; информационно-коммуникационные технологии, электронная коммерция.*

O. Melnychuk, PhD Student

Taras Shevchenko National University of Kiev

#### E-COMMERCE DEVELOPMENT IN THE STRUCTURE OF THE INFORMATION ECONOMY OF UKRAINE

*The paper examines theoretical and practical aspects of emerging information economy in Ukraine. The study elucidates the essence of concepts of "information society", "information economy", "information and communication technologies", "e-commerce". Main trends are highlighted in establishment of the e-commerce market in Ukraine. A package of measures is suggested to improve the situation and processes in the market of electronic commerce.*

*Keywords: information society, information economy, e-business, information and communication technologies, e-commerce.*