

*prof. dr. hab. Yuriy Pachkovsky*¹

Katedra Socjologii Pracy i Gospodarki, WZPiNoS w Stalowej Woli
Katolicki Uniwersytet Lubelski im. Jana Pawła II

Spółeczeństwo informacyjne: nowe wyzwania dla rozwoju e-commerce na Ukrainie

WPROWADZENIE

Spółeczeństwo informacyjne to nowy, jakościowy postęp postindustrialnego rozwoju ludzkości, określony przez Alvina Tofflera jako trzecia fala technologii innowacyjnych, która nastąpiła po rewolucjach rolniczej i przemysłowej. Ta trzecia fala reprezentuje rewolucję informacyjną, opartą na najnowszych technologiach i postmaterialistycznym systemie wartości. Zdaniem Michaiła Werszynina [Вершинин, 2001, s. 9–10], w historii rozwoju cywilizacji, w wyniku zajścia kardynalnych zmian w sferze opracowywania informacji miało miejsce kilka rewolucji informacyjnych: pierwsza z nich wystąpiła około 25 tysięcy lat temu i była powiązana z powstaniem języka jako środka obcowania i działania wzajemnego w społeczeństwie; druga rewolucja powiązana z wynalezieniem pisma, przy pomocy którego pojawiła się możliwość przekazywania informacji wśród ludzi z pokolenia na pokolenie; początek trzeciej rewolucji przypada na połowę XVI w., czyli na okres wynalazku drukarstwa; czwarta rewolucja datowana jest na koniec XIX w. i związana jest z wynalezieniem elektryczności, dzięki czemu pojawiła się możliwość technologicznego wykorzystania nowych sposobów przekazywania informacji, takich jak: telegraf, telefon, radio, i wreszcie piąta rewolucja informacyjna (lata 50.–70. XX w.) powiązana jest z wynalezieniem mikroprocesora i komputera, co umożliwiło przekazywanie ogromnych ilości informacji i wyprowadziło społeczeństwo na poziom informacyjny². Rewolucja w organizacji i przetwarzaniu informacji i wiedzy, w której podstawową rolę odgrywa komputer, zdaniem Daniela Bella [Белл, 1999, s. 503] przybiera cechy rewolucji tele-

¹ Adres korespondencyjny: Katedra Socjologii Pracy i Gospodarki, WZPiNoS w Stalowej Woli, Katolicki Uniwersytet Lubelski im. Jana Pawła II, ul. Kwiatkowskiego 2a, 37-450 Stalowa Wola, e-mail: pachk@ukr.net.

² „W październiku 1972 roku w Waszyngtonie odbyła się międzynarodowa konferencja łączności internetowej. Był to milowy krok w rozwoju tej nowej technologii komunikowania się” [Daszkowska, 2012, s. 82].

komunikacyjnej, której podstawę tworzą: przejście od społeczeństwa postindustrialnego do usługowego, w którym większość zatrudnionych osób pracuje w sferze informacyjnej; decydujące znaczenie kodyfikowanej wiedzy teoretycznej w celu dokonania innowacji technologicznych; przekształcenia nowej „technologii intelektualnej” na narzędzie kluczowe analizy systemowej oraz teorii podejmowania decyzji.

Wraz z tym w badaniu społeczeństwa informacyjnego pozostaje mnóstwo otwartych kwestii. Wśród nich na przykład pytania dotyczące rozumienia istoty społeczeństwa informacyjnego i dróg jego dalszej ewolucji. Ważna pod względem metodologicznym pozostaje też kwestia rozwoju pojedynczych społeczeństw i określenia indyktorów, wyznaczających ich postęp i miejsce w rankingach światowych.

KWESTIA CECH MERYTORYCZNYCH SPOŁECZEŃSTWA INFORMACYJNEGO

Celem głębszego zrozumienia definicji społeczeństwa informacyjnego, naszym zdaniem, jest określenie wielu jego cech merytorycznych, do których zostały zaliczone następujące z nich:

- *sieciowość społeczeństwa*, w którym sieci informacyjne przenikają całą strukturę technologiczną, społeczną oraz gospodarczą. Jak to określa Manuel Castells [Кастельс, 1999, s. 503], główna cecha epoki informacyjnej to sieci, łączące wzajemnie ludzi, instytucje i państwa, a to z kolei zakłada obecność odpowiedniej infrastruktury informacyjnej, składającej się na transgraniczne sieci informacyjno-telekomunikacyjne i zasoby, rozdzielone między nimi, jak zaopatrzenie we wiedzę;
- *globalność społeczeństwa*. Społeczeństwo informacyjne jest produktem globalizacji, jako wszechobejmującego procesu o skali planetarnej, tworzącego przesłanki ku połączeniu gospodarek i państw na podstawie jednolitej przestrzeni informacyjnej. W globalnym społeczeństwie informacyjnym wymiana informacji nie posiada ani czasowych, ani politycznych granic. Usunięcie barier nie tylko na poziomie międzypaństwowym, ale też na poziomie dostępu do obiektywnych i adekwatnych informacji to droga, która czyni świat społeczną jednolitym i odpowiedzialnym za każdy podmiot w dziedzinie informacyjnej, w tym również w zakresie stosunków informacyjnych;
- *wirtualność społeczeństwa*. Formowanie umownego, irrealistycznego środowiska, powstającego w światowej sieci Internetu, jest ważną cechą współczesnego społeczeństwa informacyjnego, funkcjonującego według własnego prawa, powodującego powstawanie zarówno wspólnot użytkowników (na przykład na podstawie sieci społecznych), jak i segmentów użytkowników, zorientowanych na nabycie tych bądź innych towarów i usług w sieci globalnej;

- *otwartość społeczeństwa* oznacza, że społeczeństwo informacyjne przede wszystkim orientuje się na człowieka, jego interesy i potrzeby. Jest ono otwartym, ponieważ każda pojedyncza osoba wraz z pozostałymi ludźmi ma jednakowe uprawnienia do tworzenia informacji i wiedzy, posiadania do nich dostępu, korzystania z nich i wymienia się nimi;
- *innowacyjność społeczeństwa* przewiduje wzrost udziału własnego technologii informacyjno-komunikacyjnych, produktów informacyjnych i usług w produkcie krajowym brutto, a także przejście na jakościowo nowy poziom postępu naukowo-technologicznego;
- *nowa jakość społeczeństwa* jest odbierana, przede wszystkim, jako nowa jakość życia, rodząca jakościowo nową strukturę społeczeństwa i jakościowo nowy system wartości kulturowych, których podstawą jest dominacja elementu socjohumanistycznego, ponieważ ludzkie życie staje się mniej zdeterminowanym przez warunki społeczno-ekonomiczne.

Nawiązując do takiego pojmowania cech merytorycznych społeczeństwa informacyjnego, dane zjawisko należy odbierać jak zglobalizowane społeczeństwo innowacyjnych przekształceń społecznych, obejmujących dziedzinę wiedzy i informacji, będących podstawą tworzenia większości dochodu narodowego oraz jakościowo nowej struktury społecznej.

We współczesnych realiach rozwój społeczeństwa informacyjnego koreluje z rozwojem społeczeństwa obywatelskiego, w którym będą dominowały: wysoki poziom kultury informacyjno-prawnej, poszanowanie prawa i wolności każdego człowieka, zapewnienie wolności słowa i wsparcie wolnego dostępu do ważnych dla społeczeństwa informacji, otwartość i przejrzystość władz publicznych i samorządów lokalnych, ochrona danych osobowych, różnorodności kulturowej i językowej. Szczególnie aktualne jest to dla społeczeństwa ukraińskiego, które broni swojego prawa do europejskości w okrutnej walce z zestarzałymi, ideologicznymi (konserwatywnymi, biurokratycznymi) systemami wartości na tle agresywnej i zaborczej polityki swojego najbliższego sąsiada – Rosji.

Dla Ukrainy tworzenie społeczeństwa informacyjnego jest procesem bezpowrotnym, ponieważ rozwój wolności demokratycznych i dalszych przekształceń demokratycznych ogłoszone zostały priorytetem polityki państwowej w sferze unowocześnienia stosunków społecznych i produkcyjnych. Zatem w kontekście dalszego tworzenia społeczeństwa informacyjnego, jak też społeczeństwa wiedzy, przewiduje to proces dalszej decentralizacji instytucji publicznych, aktywne wprowadzenie systemu świadczenia usług w urzędach drogą elektroniczną, powołanie rynku informacji i wiedzy przez poszerzenie dostępu do nich; utworzenie skutecznego systemu zabezpieczenia uprawnień obywateli i instytucji społecznych z tytułu wolnego uzyskiwania, upowszechniania i wykorzystywania informacji etc.

Jednocześnie nadal pozostaje nierozwiązany cały kompleks nader ważnych dla społeczeństwa ukraińskiego problemów [Доповідь, 2014]:

- baza normatywno-prawna sfery informacyjnej, która nie w pełnym zasięgu zapewnia jej rozwój, powolnie wprowadzane są odpowiednie europejskie regulacje prawne i standardy informacyjne;
- mechanizm instytucjonalny formowania, koordynacji i kontroli nad wykonaniem zadań w zakresie rozwoju społeczeństwa informacyjnego jest niedoskonały, niezależnie od reformy administracyjnej,
- poziom reprezentacyjności informacyjnej Ukrainy w przestrzeni internetowej jest niski, a obecność ukraińskojęzycznych zasobów informacyjnych jest niedostateczna;
- brak systemowych rozwiązań państwowych, ukierunkowanych na powołanie innowacyjnych struktur narodowych w zakresie opracowania konkurencyjnych krajowych technologii informacyjno-komunikacyjnych (ICT);
- na szczeblach lokalnych i na poziomie ogólnokrajowym nie wypracowano mechanizmów skutecznego uczestnictwa społecznego i kontroli społecznej nad realizacją priorytetu dalszego tworzenia społeczeństwa informacyjnego;
- powolna i niedostateczna koordynacja wprowadzenia systemu świadczenia usług w urzędach drogą elektroniczną;
- niski poziom znajomości komputera wśród urzędników i ludności;
- zachowanie znacznego „dystansu cyfrowego” w wykorzystaniu ICT;
- narastające problemy dotyczące bezpieczeństwa informacyjnego etc.

UKRAINA I JEJ MIEJSCE W ŚWIATOWYCH RANKINGACH DOTYCZĄCYCH ROZWOJU SPOŁECZEŃSTWA INFORMACYJNEGO

Społeczeństwo informacyjne na Ukrainie, jak zaznaczają eksperci, znajduje się dopiero na początku swojego powstawania i rozwoju. Świadczy o tym wiele wskaźników rozwoju informacyjno-technologicznego i rankingi światowe. W praktyce światowej w celu pomiaru stopnia rozwoju społeczeństwa informacyjnego stosuje się dwadzieścia e-indeksów. Za najbardziej rozpowszechnione uznawane są następujące indeksy: indeks rozwoju technologii informacyjno-komunikacyjnych (*ICT Development Index*), obliczany przez Międzynarodowy Związek Telekomunikacyjny (ITU); indeks możliwości cyfrowych (*Digital Opportunity Index – DOI*), opracowany przez ITU w ramach WPIIS; indeks dostępu cyfrowego (*Digital Access Index – DAI*) również opracowany przez ITU; indeks gotowości sieciowej (*Networked Readiness Index – NRI*) publikowany przez Światowe Forum Ekonomiczne; indeks społeczeństwa informacyjnego (*Information Society Index – ISI*) opracowany przez IDC [Кирилова, 2013, s. 111–112].

Jednym ze znaczących wskaźników stanu społeczeństwa informacyjnego jest indeks gotowości sieciowej (*NRI – The Networked Readiness Index*), określający stopień gotowości technologicznej i odpowiedniej infrastruktury. Jak wynika

z tabeli 1, Ukraina w ciągu jednego roku przesunęła się z 75. na 73. miejsce. Wśród krajów pierwszej dziesiątki najwyższe tempo rozwoju odnotowano w: Finlandii, Singapurze i Holandii. Miejsce Ukrainy w niniejszym rankingu wskazuje na opóźnienie w tempie rozwoju społeczeństwa informacyjnego i konieczność dokonania zmian w polityce państwowej.

**Tabela 1. Indeks gotowości sieciowej NRI (*Networked Readiness Index*)
– Ukraina na tle innych państw**

Ranking	Kraj	2013	2012
1.	Finlandia	5,98	5,81
2.	Singapur	5,96	5,86
3.	Szwecja	5,91	5,94
4.	Holandia	5,81	5,60
5.	Norwegia	5,66	5,59
6.	Szwajcaria	5,66	5,61
7.	Wielka Brytania	5,64	5,50
8.	Dania	5,58	5,70
9.	Stany Zjednoczone	5,57	5,56
10.	Tajwan	5,47	5,48
49.	Polska	4,19	4,16
54.	Rosja	4,13	4,02
73.	Ukraina	3,87	3,85

Źródło: [The Networked].

Z punktu widzenia oceny ogólnego stanu technologii informacyjno-komunikacyjnych ważny jest również indeks rozwoju technologii informacyjno-komunikacyjnych (*ICT Development Index*), obejmujący 157 krajów i zależny od trzech grup wskaźników (ogółem 11). Pierwsza grupa to dostęp do technologii informacyjno-komunikacyjnych, czyli liczba stałych łączy telefonicznych na 100 mieszkańców; liczba abonentów telefonii komórkowej na 100 mieszkańców, szybkość międzynarodowych łączy internetowych na 1 użytkownika Internetu, odsetek gospodarstw domowych wyposażonych w komputer, odsetek gospodarstw domowych posiadających dostęp do Internetu.

Druga grupa wskaźników dotyczy wykorzystania ICT (odsetek mieszkańców korzystających z Internetu, liczba abonentów stałych szerokopasmowych łączy internetowych na 100 mieszkańców, liczba abonentów bezprzewodowych łączy szerokopasmowych na 100 mieszkańców), a trzecią grupę stanowią umiejętności w zakresie wykorzystania ICT (poziom znajomości komputera wśród ludności).

Zgodnie ze sprawozdaniem o nazwie „Wymiary społeczeństwa informacyjnego” Międzynarodowego Związku Telekomunikacji – agendy ONZ na podstawie wyników 2012 r. Ukraina z wartością wskaźnika 4,64 zajęła 68. miejsce w światowym rankingu (zob. tabela 2). W porównaniu z 2011 r. pozycja Ukrainy

wzrosła o jeden stopień – uplasowała się na 69. miejscu. Liderem tego rankingu już od trzech lat jest Korea Południowa (8,57). Wśród krajów UE liderami są: Szwecja (8,45) na 2. miejscu, Islandia (8,36) na 3. miejscu. W tym rankingu Polska z wartością wskaźnika 6,31 znalazła się na 37 pozycji [Rewera, 2013, s. 107–124]. USA zajęły 17. miejsce (7,53), a Chiny – 78. (4,18). Zamyka tę listę Nigeria ze wskaźnikiem 0,99. Należy zaznaczyć, że zgodnie z badaniami pn. „Stan łączności szerokopasmowej 2013” Międzynarodowego Związku Telekomunikacji Ukraina znajduje się na 109. miejscu według liczby użytkowników internetu. Dla porównania w Islandii (lider rankingu) ten wskaźnik wynosi 96%, w USA – 81%, a w Rosji – 53%. Według poziomu upowszechnienia szerokopasmowego Internetu Ukraina zajmuje 79. miejsce, a według upowszechnienia telefonii komórkowej jest na 101. miejscu.

Ponadto zgodnie z badaniem, 30% młodych mieszkańców Ziemi (w wieku od 15 do 24 lat) to osoby określane jako *digital natives* (cyfrowi tubylcy), czyli nosiciele kultury społeczeństwa informacyjnego. To są młodzi ludzie urodzeni już w epoce społeczeństwa informacyjnego, których rozwój przebiega wraz z technologiami informacyjnymi i komunikacyjnymi. Najwięcej *digital natives* jest w Korei – 99,6%, Islandii – 95,9% oraz USA – 95,6%. Na Ukrainie *digital natives* stanowią 21,4% młodych mieszkańców kraju.

Tabela 2. Indeks rozwoju technologii informacyjno-komunikatywnych (ICT Development Index) – Ukraina na tle innych państw

Ranking	Kraj	2012
1.	Korea Płd	8,57
2.	Szwecja	8,45
3.	Islandia	8,36
4.	Dania	8,35
5.	Finlandia	8,24
6.	Norwegia	8,13
7.	Holandia	8,00
8.	Wielka Brytania	7,98
9.	Luksemburg	7,93
10.	Hongkong	7,92
37.	Polska	6,31
40.	Rosja	6,19
68.	Ukraina	4,64

Źródło: [Measuring..., 2014].

Do znaczących elementów składowych indeksu *ICT Development Index* należy odsetek osób regularnie korzystających z Internetu. Gdy popatrzymy na dynamikę wzrostu, to w 2009 r. liczba użytkowników Internetu na Ukrainie wyniosła średnio 5,7 milionów osób, w 2013 r. było ich już 17,7 milionów, co stanowiło

38,9% dorosłej populacji Ukrainy w wieku od 15 lat (dane firm GFK Ukraine, InMind). Oznacza to, że doszło do trzykrotnego wzrostu liczby internautów. Warto zaznaczyć, że wymienione dane są przybliżone, ponieważ nie uwzględniają użytkowników korzystających z Internetu przez telefon komórkowy (według szacunków firmy InMind, wskaźnik mierzący dostęp do Internetu z uwzględnieniem dostępu przez telefon komórkowy wynosi 57%). W 2014 roku na Ukrainie istniało około 3,5 tys. dostawców i operatorów telekomunikacyjnych.

Ukraińcy w ciągu tygodnia spędzają około 20 godzin online, podczas gdy w Unii Europejskiej ten wskaźnik średnio wynosi 14,8 godzin. Wśród użytkowników Internetu mężczyźni stanowią 52,2%, zaś kobiety 47,8%. Wyższe wykształcenie posiada 41% internautów. Według wyników badań, na początku 2013 r. na Ukrainie liderem wśród systemów wyszukiwania treści internetowych był Google: 60% korzystało z tej wyszukiwarki internetowej, przy czym 9 milionów Ukraińców czyniło to regularnie. Na drugim miejscu znalazł się Yandex (30%), dalej – mail.ru (7%). Najczęściej użytkownicy sieci korzystali z: portali społecznościowych – 63%, poczty elektronicznej – 50%, pobierania z Internetu filmów i muzyki – 40%, poszukiwania informacji – 38%, stron informacyjnych – wiadomości, czytania gazet w wersji elektronicznej – 31%, rozmów telefonicznych odbywających się w sieci – 30% [Ilopmpem..., 2014].

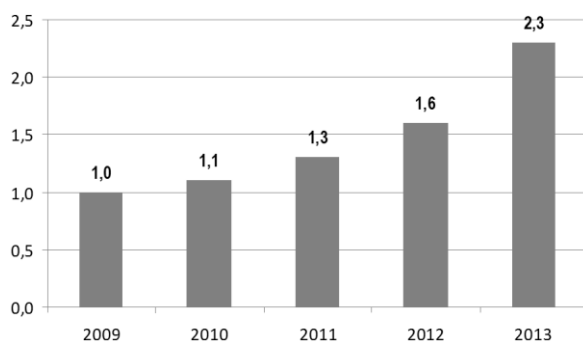
Pojedyncze wskaźniki upowszechnienia Internetu w 2013 r. zgodnie z danymi Krajowego Urzędu Statystyki Ukrainy były następujące [Oficjalna...]:

- szerokopasmowym dostępem do Internetu objęto 6,6 milionów gospodarstw domowych (według stanu na dzień 1 stycznia 2014 r. na Ukrainie było 16,9 milionów gospodarstw domowych). W 2012 r. takich gospodarstw było 5,53 mln.;
- prywatni użytkownicy Internetu stanowili 89%, a korporacyjni – 11%;
- odsetek korzystających z Internetu przedsiębiorstw/firm wyniósł 95,1%, spośród których 38% korzystało z szerokopasmowego dostępu do sieci;
- własną stronę internetową posiadało 62% zbadanych firm;
- własne produkty/artykuły przez Internet sprzedawało jedynie 12% firm.

Indeks intensywności wykorzystania możliwości Internetu na Ukrainie wynosi 25 (według skali od 0 do 100), co wskazuje na jego dalszy rozwój.

E-COMMERCE NA UKRAINIE: STAN I PERSPEKTYWY ROZWOJU

Informatyzacja społeczeństwa jest ściśle powiązana z rozwojem i stanowaniem „nowej gospodarki”, zgłębiającej zasady oddziaływania informacji i wiedzy na wzrost gospodarczy. Jako ważny indikator takiego wpływu należy rozpatrzyć handel elektroniczny (e-commerce), który we współczesnych warunkach zyskuje na znaczeniu, stwarzając niemal nieograniczone możliwości korzystania zarówno ludności, jak i biznesu z zalet technologii informacyjnych w sferze gospodarki i konsumpcji.



Rysunek 1. Poziom penetracji e-commerce na Ukrainie (w %)

Źródło: opracowanie własne.

Rozwój rynku e-commerce na Ukrainie jest oceniany przez ekspertów jako najbardziej perspektywiczny segment „nowej” lub „informacyjnej” gospodarki, który z każdym rokiem wykazuje wzrost o 40–50%, a nawet o 60%. W 2012 roku wielkość tego rynku wyniosła 1,5 miliardów USD. W 2013 roku powiększyła się o 49% – do 2,4 miliardów USD. Szacuje się, że w 2016 roku upowszechnienie handlu internetowego na Ukrainie osiągnie 4,5%, a w ekwiwalencie pieniężnym wielkość branży wyniesie 5,65 miliardów USD. W 2012 r. konsumentów internetowych w tej dziedzinie było 2,1 milionów osób (1,6%). W tym samym roku 14% mieszkańców Ukrainy dokonało przynajmniej jednego zakupu w Internecie. Rok później odsetek konsumentów internetowych wzrósł do 2,3%, co stanowiło 5,1 milionów Ukraińców [Интернет-торгівля, 2013]. Uogólnione wskaźniki poziomu penetracji rynku handlu elektronicznego na Ukrainie przedstawione zostały na rys. 1.

Spoleczno-behawioralny wizerunek typowej osoby robiącej zakupy online wygląda następująco [www.e-commerce]:

- średni wiek wynosi 32 lata;
- mieszkaniec miasta (według danych badań Gemius Ukraina (2013 r.)). W dużych miastach zamieszkuje 44,6% internautów robiących zakupy w sieci, podczas gdy internauci z miejscowości do 100 tys. mieszkańców stanowią 21%, a ci z obszarów wiejskich – 13%);
- średnia pensja wynosi 2,5–3 tys. UAH;
- wykształcenie wyższe posiada co drugi kupujący online;
- zazwyczaj pracuje na stanowisku specjalisty wykwalifikowanego;
- średnie wydatki na zakupy zależą od kategorii towarów. Jeżeli w segmencie elektroniki oscylują one w granicach \$ 250, to dla odzieży kwota ta wynosi tylko około \$ 60. Ogółem, według oszacowań Allegro Group na Ukrainie, średnia wysokość transakcji kupna wynosi prawie \$ 150;
- ponad 60% kupujących online dokonuje każdego dnia zakupów w domu, wieczorem, przy czym prawie 10% transakcji dokonywano przez smartfony;

- najbardziej popularnym sposobem płatności wśród Ukraińców za zakupy internetowe jest gotówka (85%). Wykorzystanie kart płatniczych nie przekracza 4%.

Według danych GFK Ukraine (2013 r.) [Карпенко, 2014] liderem sprzedaży internetowej jest kategoria elektroniki i sprzętu domowego (około 35% wielkości rynku). Artykuły z tej kategorii nabyło 73% osób, które realizowały zakupy online. Na drugim miejscu znalazła się odzież (blisko 30%), na trzecim – kosmetyki i perfumy, a także artykuły dla dzieci (około 15%). Ponad połowę uczestników całego rynku internetowego, stanowiły osoby zamieszkałe w Kijowie, nieco mniej pochodziło z miast zlokalizowanych we wschodniej części kraju. Udział południowych i zachodnich regionów w łącznej wielkości transakcji kupna nie przekracza 15%. Ukraińscy internauci na chwilę obecną nie kupują online masowo lekarstw i artykułów żywnościowych. Co czwarty Ukrainiec, który kupował przez Internet, próbował robić zakupy za granicą. Głównym towarem poszukiwanym w sklepach zagranicznych jest odzież (w 2013 roku 26% osób nabyło odzież przez Internet, a w 2012 roku – 18%).

Równoległe ze zwiększającą się liczbą użytkowników Internetu zwiększa się także liczba zasobów internetowych, stron, portali, oferujących artykuły i usługi. Znaczna część takich zasobów to sklepy internetowe. W pierwszym półroczu 2013 r. w Internecie na Ukrainie pojawiło się 1500 nowych sklepów internetowych. To o 1,5 raza więcej niż w roku 2012. Ogólnie rzecz biorąc, pod koniec 2013 roku sklepów internetowych na Ukrainie było ponad 8 tys. Obserwuje się przy tym tendencję do monopolizacji w sferze e-handlu – 4% sklepów internetowych skupia w sobie 80% całego budżetu rynku.

Najbardziej dochodowymi (na podstawie łącznych oszacowań w 2013 r.) okazały się sklepy oferujące sprzęt domowy i elektronikę, np. sklep internetowy Rozetka.ua. w 2012 r. osiągnął dochód 217 milionów USD (21,8% odbiorców). Na drugim miejscu znalazła się tabela ogłoszeń Slando (19% odbiorców), a trzecią pozycję zajęło główne centrum handlowe w Internecie Prom.ua (18,7% odbiorców) [Чи загрожує, 2013].

Perspektywy rozwoju handlu elektronicznego na Ukrainie będą zależały od rozstrzygnięcia pilnych problemów, powiązanych z koniecznością:

- dalszego poszerzenia wykorzystania najnowszych technologii informacyjnych w życiu społeczeństwa. Jak wskazują światowe rankingi, Ukraina zajmuje niską, ale wyższą od średniej pozycję i ma dobre perspektywy do powiększenia potencjału informacyjnego. Przy tym poziom upowszechnienia Internetu zbliża się do 40% (odsetek korzystających z dostępu do sieci). Szacuje się, że wzrost upowszechnienia Internetu w najbliższym czasie będzie się nasilał, głównie w dużych miastach, kosztem jednak niewielkich miast i związany będzie z wykluczaniem cyfrowym osób starszych, których udział w ogólnej liczbie internautów co prawda zwiększa się, jednak nie jest to wzrost tak duży, jak wśród młodszych użytkowników sieci;

- prawnej regulacji rynku handlu elektronicznego. Rozwój elektronicznego rynku na Ukrainie w przyszłości będzie zależał w wielu przypadkach od podjęcia przez Radę Najwyższą ustawy o handlu elektronicznym, która powinna zinstytucjonalizować tę branżę nowej gospodarki, utrwalić cywilizowane reguły gry, co ograniczy udział przypadkowych osób w sferze handlu elektronicznego, zmniejszy ryzyko oszustw i kradzieży internetowych, zwiększy konkurencyjność oraz przyciągnie inwestorów zagranicznych na Ukrainę, by poprawić jej klimat inwestycyjny;
- pokonanie braku zaufania ludności do komercyjnych działań online, a także przełamanie zachowawczych postaw (40% Ukraińców). Prawie 7 milionów internautów kupuje towary drogą tradycyjną. Nie chcą oni powiększyć rzeszy klientów sklepów online. Dotyczy to też przedstawicieli małego i średniego biznesu. Wśród nich sprzedają swoich towarów przez Internet zajmuje się tylko 12% z ogólnej liczby wszystkich firm;
- demonopolizacja rynku handlu elektronicznego kosztem rozwoju niewielkich wyspecjalizowanych sklepów internetowych, a także zwiększenie liczby sklepów online w miastach liczących mniej niż pół miliona mieszkańców (regionalizacja rynku handlu elektronicznego);
- stabilizacji procesów polityczno-ekonomicznych na Ukrainie (niestabilność spowodowanych nie tylko procesami inflacyjnymi, ale także agresją wojskową ze strony Rosji). Z związku z powyższym, do końca 2014 roku prognozowano spowolnienia tempa rozwoju rynku handlu elektronicznego o około 15–20%. Czas pokaże, czy te przypuszczenia okazały się trafne.

PODSUMOWANIE

Dalszy rozwój społeczeństwa informacyjnego na Ukrainie związany jest przede wszystkim z poszerzaniem sfery usług informacyjnych. Ukraina stanowczo podąża w kierunku rozwoju społeczeństwa informacyjnego, dalszego upowszechniania i wykorzystania technologii informacyjnych w życiu społeczeństwa. Ukraina zajmuje niskie, ale wyższe od średniego miejsce w światowych rankingach. W znacznej mierze rozwój społeczeństwa informacyjnego będzie zależał od dostępu do Internetu, a także od pokonania różnego rodzaju uprzedzeń i braku zaufania przeciętnych obywateli do najnowszych technologii informacyjno-komunikacyjnych.

Warto zaznaczyć, że na Ukrainie na sile przybiera „nowa ekonomia”, szczególnie w sferze najnowszych praktyk konsumpcyjnych, powiązanych z e-commerce. W znacznym stopniu postęp tego segmentu gospodarki będzie zależał od pokonania ryzyka oszustwa i uchwalenia odpowiednich ustaw oraz aktów prawnych, które uregulują w sposób cywilizowany stosunki w sferze handlu elektronicznego.

Z drugiej zaś strony odnotowuje się znaczący dystans między odsetkiem korzystającym z Internetu a odsetkiem dokonujących zakupów w sieci. W 2013 r. było 2,3% aktywnych klientów internetowych, czyli 5,1 milionów Ukraińców, podczas gdy w Polsce ten wskaźnik wynosił 23%. Dziedzinę e-commerce na Ukrainie należałoby zatem rozpatrywać nie tylko jako branżę gospodarki o corocznym wysokim tempie wzrostu, ale także jako znaczący wskaźnik rozwoju społeczeństwa informacyjnego, do którego kraj ten aspiruje.

BIBLIOGRAFIA

- Вершинин М.С., 2001, *Политическая коммуникация в информационном обществе*, Изд-во Михайлова, СПб.
- Чи загрожує Україні монополія на ринку електронної комерції з боку інтернет-магазинів, <http://minfin.com.ua/blogs/pcshop/38333> (dostęp: 23.12.2013).
- Daszykowska J., 2012, *Problem tolerancji w internecie*, „Społeczność i Rodzina”, nr 32.
- Доповідь про стан інформатизації та розвиток інформаційного суспільства в Україні за 2013 рік*, red. Семенченко А.І., <http://www.dknii.gov.ua/?q=node/1469>.
- Белл Д., 1988, *Социальные рамки информационного общества [w:] Новая технократическая волна на Западе*, red. П.С. Гуревич, Прогресс, Москва.
- Интернет-торгівля стала лідером української економіки за темпами зростання, <http://www.ua.korrespondent.net/journal/1576449-korrespondent-dodali-v-koshik-internet-torgivlya-stala-liderom-ukrayinskoyi-ekonomiki-za-tempami-zros> (dostęp: 02.07.2013).
- Кастельс М., 1999, *Становление общества сетевых структур [w:] Новая пост-индустриальная волна на Западе. Антология*, red. В.Л.Иноземцева, Academia, Москва.
- Карпенко О., *Как украинские интернет-пользователи выбирают и покупают товары* (Karpenko O., *Jak ukraińskie internauty wybierają i kupują towary*), <http://www.minfin.com.ua> (dostęp: 01.04.2014).
- Кирилова О.В., 2013, *Інформаційні технології як показник інтеграції в інформаційне суспільство: українські реалії [w:] Світ соціальних комунікацій, Київ*, т. 10.
- Measuring the Information Society. The ICT Development Index, ITU 2013*, http://www.itu.int/en/ITU/Statistics/Documents/publications/mis2013/MIS2013_without_Anne_x_4.pdf (dostęp: 10.09.2014).
- Oficjalna strona Komitetu Statystyki Ukrainy, <http://www.ukrstat.gov.ua>.
- Портрет українського інтернету в цифрах*, <http://webawards.com.ua/portret-ukrainskogo-interneta-v-cifrax> (dostęp: 25.04.2014).
- Rewera M., 2013, *Using the Internet and Web Activity of Poles*, “Economics and Culture” (Łotwa), t. 8.

The Networked Readiness Index 2013, World Economic Forum, http://www3.weforum.org/docs/GITR/2013/GITR_OverallRankings_2013.pdf.

www.e-commerce.com.ua.

Streszczenie

Artykuł dotyczy aktualnych wyzwań dla społeczeństwa ukraińskiego pod wpływem „nowej gospodarki”, która zapewnia intensywne wdrażanie technologii informatycznych i Internetu, zwłaszcza w biznesie, zarządzaniu i konsumpcji. Szczególną uwagę zwrócono na rozwój e-commerce, która to branża na Ukrainie zyskuje na znaczeniu. W artykule zaprezentowano interdyscyplinarne podejście do badanego zjawiska na podstawie najnowszych danych statystycznych i analiz społeczno-ekonomicznych z ostatnich 5 lat.

Słowa kluczowe: społeczeństwo informacyjne, technologie informacyjno-komunikacyjne, Internet, e-commerce, dynamika rozwoju

The Information Society: New Challenges for the Development of E-Commerce in Ukraine

Summary

This article refers to the current challenges for the Ukrainian society under the influence of the “new economy”, which provides intensive implementation of information technology and the Internet, especially in business, management and consumption. Particular attention has been paid to the development of e-commerce, which is becoming an increasingly important industry in Ukraine. The article presents an interdisciplinary approach to the studied phenomenon on the basis of the latest statistical data and socio-economic analysis of the last five years.

Keywords: information society, information and communication technologies, the Internet, e-commerce, the dynamics of development

JEL: L86, H59, M15, L86