

Література.

1. Офіційний сайт Національного банку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua/>.
2. Методологічні основи розробки платіжного балансу та зовнішнього боргу України // Платіжний баланс і зовнішній борг України за 2009 р. – К.: НБУ. – 2010. – С. 89–90.
3. Офіційний сайт Міністерства фінансів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.minfin.gov.ua/>.

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНТЕРНЕТ-ТОРГІВЛІ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ

Горячка А. І., студентка

*Науковий керівник: Пирог О. В., д.е.н., доцент
Національний університет «Львівська політехніка»*

Інтернет-торгівля – це організація і технологія процесу купівлі-продажу товарів, в якому весь цикл комерційної транзакції або її частина відбувається електронним способом з використанням телекомунікаційних мереж та електронних фінансово-економічних інструментів за допомогою реклами та розповсюдження товарів та послуг в мережі Інтернет [1]. Інтернет-торгівля найбільш розповсюджена у країнах, які мають найвищий рівень готовності до електронного бізнесу: США, Гонконг, Сінгапур, країни ЄС.

Готовність країн до електронного бізнесу залежить від:

- стану базової інфраструктури та технологій (доступ до об'єктів інфраструктури, швидкість функціонування, ціни, надійність, забезпеченість обладнанням для доступу до Інтернету, стан ринку інформаційно-телекомунікаційного обладнання);
- доступу до необхідної інфраструктури;
- каналів розповсюдження та доставки;
- поточного рівня використання мережі Інтернет приватним сектором та бізнесом;
- доступності консалтингових послуг;
- якості людських ресурсів;
- державного регулювання електронної комерції.

Сфера електронної комерції в Україні на сьогодні знаходиться на етапі розвитку. Сфера Інтернет-комерції розвивається не так швидко, як інші сегменти вітчизняного Інтернет-ринку, і має більш скромні інвестиції, тому що Інтернет-магазини ще не одержали масового визнання українськими покупцями [2, с. 26].

Перспективним в Україні є така форма організації інформаційної та торговельної взаємодії між компаніями через Інтернет, як електронна комерція «бізнес-бізнес», перевагами якої є:

- оперативність отримання інформації, особливо при міжнародних операціях;

- зниження невиробничих витрат (торгових витрат, витрат на рекламу, витрат пов'язаних з сервісним обслуговуванням та інформаційною підтримкою споживачів);

- скорочення циклу виробництва та продажі, оскільки відпадає потреба повторного підтвердження інформації і знижується вірогідність помилок при введенні інформації;

- значно знижуються затрати пов'язані з обміном інформацією, за рахунок використання більш дешевих засобів телекомунікації;

- більша відкритість компаній до споживачів.

Вважаємо, що перспективним для України є створення електронних ринків, систем управління ланцюжком комплектації, систем управління взаємовідносинами з клієнтами. Важливим кроком у напрямі впровадження будь-яких систем «бізнес-бізнес» є використання відкритих міжнародних стандартів. В Україні вже існують технічні умови застосування цих технологій - створено національний електронний каталог товарів.

На жаль, українська Інтернет-торгівля має проблему, яка з часом може істотно перешкодити нормальному розвитку цього сегмента торгівлі, - відсутність інтеграції з Інтернет-платежами. В Україні прийнято розраховуватися готівкою і в Інтернет-магазинах, а у Швеції, де через Інтернет-торгівлю продають близько 82% всіх товарів, розраховуються тільки за допомогою Інтернет-платежів. Те ж саме спостерігається і в США, і в інших розвинених країнах світу. Отже, не може розвиватися Інтернет-торгівля, якщо вона не буде базуватися на Інтернет-платежах. Тому велика кількість українських Інтернет-магазинів приречені на провал, незважаючи на всю привабливість цього бізнесу.

Збільшення використання платіжних систем неминуче. На сьогодні для здійснення платіжних операцій у мережі Інтернет можна скористатися такими платіжними системами:

- українські: Інтернет.Гроші, ГлобалМані, LiqPay, iPay.ua;

- міжнародні: E-Gold, LibertyReserve, PayPal, Perfect Money, Moneybookers, Fethard, EasyPay, ChronoPay, WebMoney, CyberPlat, e-Port, Assist, RBK Money, PayCash, MoneyMail, Z-Payment, Яндекс.Деньги, КредитПилот, Рапида.

У Інтернет-торгівлі дійсно існує великий потенціал для розвитку. І хоча кількість Інтернет-магазинів зростає, але залишається ще багато незайнятих ніш на цьому ринку, і конкуренція дозволяє стартувати новачкам. Дуже часто стартапи базуються на Інтернет-торгівлі як майданчику для реалізації амбітних проектів.

Розвиток Інтернет-комерції в Україні дозволить вийти на світовий ринок багатьом українським компаніям, у першу чергу, фірмам, що надають комерційні послуги, і фірмам-розробникам програмного забезпечення. У кінцевому підсумку, електронна комерція дасть поштовх до подальшого розвитку в нашій країні як Інтернет-технологій, так і всій фінансовій інфраструктурі.

Література.

1. Кавун О.О. Ринки Інтернет-торгівлі країн світу: структурні характеристики і тенденції розвитку [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_05/18.pdf
2. Дубовик Т. Інтернет - торгівля в Україні // Вісник КНТЕУ. – 2013. – № 1. – С. 20-28.

ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ФОРМИРОВАНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ КОНКУРЕНТНОЙ ПОЛИТИКИ

*Инишина И. В., Купенко Е. А., студенты
Научный руководитель: Филоныч В. С., к.э.н, доцент
Харьковский торгово-экономический институт
Киевского национального торгово-экономического университета*

Конкурентная политика - это составная часть экономической политики государства. В Украине с первых лет независимости конкурентную политику было отнесено к приоритетным направлениям государства.

Сложность процесса функционирования и развития конкурентных отношений предопределяет необходимость формирования государственной конкурентной политики как отдельного целостного направления экономической политики. Благодаря конкурентной политике формируются основные правила конкурентного поведения субъектов хозяйствования.

Конкурентная политика содержит определенные объективно обусловленные меры и действия, которые характеризуются качественным и количественным своеобразием. Государственная конкурентная политика реализуется с помощью системы инструментов (средств, регуляторов).

Конкурентная политика - это система государственных мер правового, экономического и организационно-административного характера, которые направлены на формирование конкурентной среды, защиту и поддержку конкуренции и борьбе со злоупотреблениями монопольным положением в экономике. Конкурентная политика направлена на создание оптимальной конкурентной среды деятельности субъектов хозяйствования, обеспечение их взаимодействия на условиях недопущения проявлений дискриминации одних субъектов другими прежде всего в сфере монопольного ценообразования.

Сущность конкурентной политики:

- политика защиты экономической конкуренции в предпринимательской деятельности является государственной политикой;
- политика защиты экономической конкуренции является обязательной для всех ветвей власти (законодательной, исполнительной, судебной);
- требования конкурентной политики должны соблюдаться и выполняться все без исключения субъекты хозяйствования;
- законодательная власть принимает соответствующие законы по реализации конкурентной политики;
- исполнительная власть осуществляет меры по выполнению принятых