

2. Компанії розвиваються під зростаючим тиском інновацій. У світі формуються дві групи компаній – одні компанії є технологічно залежними, а інші сектори бізнесу безпосередньо не пов'язані з сектором інформаційно-комунікаційних технологій. З позицій корпоративного управління слід говорити про рівень випередження чи відставання інноваційного потенціалу компаній від світових чи галузевих тенденцій.

3. Останніми роками інформаційні фактори є визначальними чинниками формування споживчого попиту. У науковій літературі говорять про новий феномен під назвою «цифрова популяція», що визначає віртуальні чи мережеві спільноти. Такого роду соціальні феномени не підпорядковуються законодавчим чи іншим національним системам норм та цінностей. Фактично відбувається формування світового «віртуального» співтовариства, яке характеризується новими універсальними цінностями та правилами споживчої поведінки.

Разом з перевагами України для розвитку ІТ підприємництва слід згадати і про окремі негативні параметри національного бізнес-середовища чи перешкоди у його розвитку. Сюди слід віднести, перш за все, військовий конфлікт на сході України. У контексті інформаційної інфраструктури доцільно згадати бурхливий розвиток систем захисту та кібер-безпеки, перехід від послуг російських ІТ компаній до розробок вітчизняних підприємств, розвиток систем обробки геоінформації, інформаційні рішення у сфері медіа та підготовки медійного контенту тощо. Досить важливою проблемою для розвитку ІТ підприємництва в Україні виступає низький рівень юридичної захищеності вітчизняних розробок. Невисокий рівень патентного захисту спонукає вітчизняних підприємців організовувати розробки в Україні, але оформлювати їх поза межами держави [1].

Незважаючи на значний відсоток внутрішнього споживання ІТ послуг, слід нагадати, що Україна вже сьогодні є локацією до понад 90 дослідницьких центрів світових компаній, як от: Samsung, Ericsson, Boeing, Oracle, Siemens, Wargaming, ABBYY та інших.

Перелік посилань:

1. Ханін І. Г. *Формування міжнародної системи інформаційної безпеки: економічні орієнтири для України [Електронний ресурс] / І. Г. Ханін // Ефективна економіка. – Дніпропетровськ : ДДАЕУ, 2015. – № 4. – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4457>.*

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РИНКУ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ

К.Ю. Величко, к.е.н.

О.І. Печенка

Харківський державний університет харчування та торгівлі

Електронна комерція виступає сьогодні специфічною формою організації бізнесу, коли головні бізнес-процеси використовують можливості глобальної мережі Інтернет, що дозволяє суттєво оптимізувати ділові взаємовідносини, підвищити їх продуктивність та ефективність.

Взагалі, електронна комерція – це ділова активність з купівлі-продажу товарів та послуг, що передбачає взаємодію сторін на основі інформаційної глобальної мережі Інтернет (без безпосереднього фізичного контакту). Кажучи про Інтернет-комерцію, слід зазначити ще ряд переваг, які вона дає потенційним покупцям і продавцям. Тут слід виділити три чинники – ціна, час і прямиий контакт [3]. Відповідно до трактування Комісією ООН з права міжнародної торгівлі (UNCITRAL), електронна комерція є більш ширшим поняттям, що узагальнює усі види комерційної діяльності, які здійснюються через обмін «інформацією, створеною, надісланою, отриманою чи збереженою електронними, оптичними чи схожими засобами, включаючи, але не обмежуючись, електронний обмін даними, електронну пошту, телеграму або телефакс»[5]. Електронна комерція розвивається за такими напрямками [2]:

- B2B (business-to-business) ;
- B2C (business-to-customer) ;
- G2B (government-to-business) ;
- G2C (government-to-customer);
- C2C (customer-to-customer) ;
- C2B, G2G, C2G, G2B – включають тих самих учасників, лише відрізняються характером їхньої взаємодії.

Динамічне зростання електронної торгівлі демонструє Китай. За підсумками 2016 року саме на Китай припадає майже половина всіх продажів у електронному вигляді (47 %). У грошовому

еквіваленті це складає близько 900 млрд. дол. США. Таким чином, Китай посідає перше місце в світі за рівнем продажів в інтернет-комерції, посунавши США. Другий за величиною регіональний ринок у сфері інтернет-торгівлі – це, безумовно, Північна Америка. У 2017 році обсяг продажів у США та інших країнах цього регіону прогнозується на рівні 423 млрд. дол. США, показавши зростання на 15,6%. За прогнозами фахівців, азіатсько-тихоокеанський регіон залишатиметься найбільшим регіональним ринком інтернет-торгівлі, який може досягнути обороту від 2,5 до 2,7 трлн. дол. США до 2020 року.

За даними Eurostat, у Європейському Союзі на онлайн-торгівлю припадає більше 15% всіх роздрібних продажів у сегменті B2C (бізнес для споживача). [5] При цьому центром інтернет-торгівлі є Великобританія. Обсяг онлайн-продажів у сфері B2C тут втричі вищий, ніж на другому за величиною ринку ЄС – Німеччині. Провідний майданчик тут – Amazon.com (54% всіх продажів). Найбільш прогресуючим ринком інтернет-торгівлі є ринок Індії. І з урахуванням того, що проникнення Інтернету в країні зараз становить трохи більше 10%, обсяги онлайн-торгівлі будуть зростати, але повільно [4].

Розвивається інтернет-торгівля і в Україні, як найбільшому споживчому ринку у Центральній та Східній Європі за кількістю населення (приблизно 45 млн осіб) та зростаючим рівнем підключення до системи Інтернет. Проте, це зростання не є задовільним. Основною причиною є недосконалість законодавчої бази (незважаючи на прийняття «Закону про електронну комерцію»), яка не допускає проникнення глобальних платіжних систем (таких як PayPal, Apple Pay, Google Wallet та ін.). За приблизними оцінками, в Україні працює від 7 до 10 тисяч інтернет-магазинів. Дослідження компанії Appleton Mayer свідчать, що найбільш популярні сегменти інтернет-торгівлі в Україні – це комп'ютери та оргтехніка (включаючи комплектуючі), побутова техніка та книги. Крім того, із загального масиву опитаних компанією споживачів 27% купували через «всесвітню павутину» мобільні телефони та аксесуари, 22% – різні квитки, 16% – сувенірно-подарункові товари, 12% – їжу та напої, 11% – товари для дітей, 9% – канцтовари, 8% – фото- та аудіотехніку [1]. Лідерами українського ринку інтернет-торгівлі є такі ритейли, як «Сокіл» (Sokol.ua) «Розетка», «Алло», «Modnakasta», «Мобілочка», «Фокстрот», «Ельдорадо», «Comfy» та ін. Найбільш динамічними секторами інтернет-торгівлі в Україні є B2C (бізнес-споживач) та B2B (бізнес-бізнес).

Ринок електронної комерції України перебуває на стадії становлення та має значний потенціал для зростання. Саме активний розвиток електронної комерції суттєво впливає не лише на технологічний, але й на соціальний прогрес країни, на її місце в світовій економіці та міжнародному поділі праці, на, навіть, її здатність розвивати демократичні інститути.

Перелік посилань:

1. Боярунець А. Інтернет-магазини: Попереду торгівлі усієї [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ua.for-ua.com/analytics/2012/10/23/080012.html>
2. Плєскач В. Л. Електронна комерція : підр. для студ. вищ. навч. закл. /В. Л. Плєскач, Т. Г. Затонацька. – К. : Знання, 2007. – 535с.
3. Пиріг С. О. Дослідження ринку електронної комерції в Україні [Електронний ресурс] / С. О. Пиріг // Економічні науки. Серія: Облік і фінанси. – 2014. – Вип. 11(1). – С. 164-170. – Режим доступу : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecnof_2014_11\(1\)_23](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecnof_2014_11(1)_23).
4. Федоричак В. Цікаві факти про інтернет-торгівлю [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://lemarbet.com/ua/razvitie-internet-magazina/>
5. Eurostat [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ec.europa.eu/eurostat>
6. UNCITRAL Model Law on Electronic Commerce [Електронний ресурс] // Art. 1 & 2(a). – Режим доступу: <http://www.uncitral.org/pdf/english/texts/>

МІЖНАРОДНІ ПРОФЕСІЙНІ СТАНДАРТИ У ПІДГОТОВЦІ СПЕЦІАЛІСТІВ З ЕКОНОМІЧНИХ СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ В КОНТЕКСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ЄВРОПЕЙСЬКОГО ВЕКТОРУ РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

М.В. Грабіліна

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Дослідження аналітичних даних, що відбивають динаміку економічного зростання провідних країн і показники розвитку в них вищої освіти, виявило нове важливе явище – посилення професійного компонента у підготовці фахівців у ВНЗ на всіх рівнях – від бакалаврату до докторантури [1].

Один з напрямів процесу інформатизації сучасного суспільства є інформатизація освіти – процес забезпечення сфери освіти методологією та практикою від розробки та оптимального використання сучасних інформаційних технологій. Процес інформатизації торкнувся й економічної