

МІЖРЕГІОНАЛЬНА
АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ



ПРОБЛЕМИ МОДЕРНІЗАЦІЇ УКРАЇНИ

Випуск 2

Матеріали

*Міжнародної науково-практичної конференції
“Правова держава та демократичне суспільство:
фактори розвитку та взаємодії”
м. Київ, МАУП, 14 квітня 2016 р.*

Київ
ДП “Видавничий дім “Персонал”
2016

*Схвалено Вченою радою Міжрегіональної Академії управління персоналом
(протокол № 3 від 30.03.16)*

Редакційна колегія:

*М. Н. Курко (голова), д-р юрид. наук, проф.;
М. Ф. Головатий (заступник голови), д-р політ. наук, проф.;
А. А. Ігнатченко (відповідальний редактор), канд. техн. наук;
О. В. Баєва, д-р біол. наук, проф.;
І. П. Бідзюра, д-р політ. наук, проф.;
В. М. Воронін, д-р іст. наук;
М. Л. Головка, д-р іст. наук, проф.;
В. Б. Захожай, д-р екон. наук, проф.;
В. І. Литвиненко, канд. юрид. наук, доц.;
В. В. Рябцев, канд. техн. наук, доц.*

*Матеріали подано в авторській редакції.
Відповідальність за зміст та орфографію матеріалів несуть автори.*

Проблеми модернізації України : [зб. наук. пр.] / МАУП. — К.: ДП
“Видавничий дім “Персонал”, 2008 —

С76 Вип. 2: Матеріали Міжнародної наук.-практ. конф. “Правова держава
та демократичне суспільство: фактори розвитку та взаємодії”, 14 квітня
2016 р. / редкол.: М. Н. Курко (голова) [та ін.]. — 2016. — 448 с. : іл. — Бі-
бліогр. у кінці ст.

У пропонованому збірнику подано тези учасників науково-практичних
конференцій з проблематики широкого кола аспектів процесу системної модерніза-
ції України.

Для науковців, громадсько-політичних діячів, студентів, а також усіх, хто
цікавиться розвитком Української держави і світовим досвідом проведення модер-
нізаційних процесів.

ББК 63.3(4УКР)я43+67.9(4УКР)301я43

Пеньков С. В. Теоретичний генезис проблеми використання службових тварин в оперативно-розшуковій діяльності.....	177
Погорєлова І. С. Політична культура українського суспільства у вимірі європейських цінностей	179
Севрук В. Г. Проблеми дослідження етнічних мотивів вчинення злочинів.....	182
Стасюк С. В. Зміни податкового законодавства 2016 року як запорука демократизації суспільства	184
Трембіцький А. М. Схилення до розголошення комерційної таємниці: проблеми визначення меж відповідальності.....	187
Утвенко В. В. Правове регулювання соціального захисту окремих категорій непрацездатних громадян України.....	191
Kharchenko O. V. Logic bomb as a rhetorical means of humor.....	195
Чмир О. Б. До проблеми становлення правового демократичного суспільства в Україні	197
Чупрій Л. В. Аксіологічні та гуманітарні аспекти формування правової держави в Україні	200
Шклярук С. Г. Трастові послуги як інструмент виведення активів з України.....	203
Шусть В. В. Ціннісні системи українського суспільства – ідеологічний хаос	205
Якубенко Н. В. Українське дисидентство другої половини 1950-х – 1960-х рр. – зародкова форма громадянського суспільства.....	209
Авсієвич А. В. Правовий характер ознак міжнародного арбітражу	212
Берестецька Л. М. Тенденції розвитку електронного бізнесу в Україні.....	215
Бігдаш В. Д. Особливості формування принципів менеджменту страхової діяльності в Україні.....	218
Гавловська А. В. Оптимальні податки як складова частина іміджу держави та як спосіб подолання правового нігілізму громадян	221
Гончаренко Є. Ю. Сучасна “правова лінгвістика” як питання семантико-стилістичних особливостей перекладу юридичних текстів з німецької мови	224
Григор’єва М. І. Міжнародний досвід взаємодії держави і суспільства щодо профорієнтаційної роботи та довузівської підготовки молоді.....	227

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Поява глобальних мереж зв'язку і, в першу чергу, Інтернету призвела до кардинальних змін в сфері організації і ведення комерційної діяльності. Сформувався новий напрямок бізнесу — електронна комерція (e-commerce).

Електронна комерція — це будь-які форми ділових угод, при яких взаємодія сторін здійснюється електронним способом замість фізичного обміну і в результаті якої право власності на товар чи послугу передається від однієї особи до іншої.

Глобальний ринок електронної комерції щорічно зростає. Цьому сприяє все глибше проникнення інтернету, широке поширення 3G, смартфонів, планшетів, зростання онлайн — продажів на існуючих ринках. За даними Світового банку, проникнення інтернету в Україні щорічно зростає на 5 %. В 2015 році цей показник становив 49 %. Частка онлайн-покупців в роздрібній торгівлі щорічно зростає в середньому на 4 %. В 2015 році вона становила 2,6 %. За цим показником Україна значно поступається європейським країнам (Німеччина — 11,6 %, Великобританія — 15,2 %, в середньому по європейських країнах — 8,4 %).

Український ринок електронної комерції перебуває лише на етапі становлення, водночас має значний потенціал для розвитку. За даними Ekos Global у 2014 році він становив 19 млрд. грн., а в 2015 — 25 млрд. грн. Для порівняння, весь обсяг роздрібною торгівлі України в 2014 за даними Держкомстату складав 903 млрд. грн.

За прогнозами фахівців Української асоціації директ-маркетингу, до 2018 року очікується зростання обсягу ринку e-commerce вдвічі. Цьому буде сприяти прийняття в кінці 2015 р. довгоочікуваного Закону України “Про електронну комерцію”. Україна прийняла цей закон однією з останніх в європейській зоні.

Головне досягнення для бізнесу в прийнятті цього закону полягає в тому, що угоди в електронній формі прирівнюються до угод в письмовій формі. Крім цього, документ врегульовує порядок укладання угод в електронній формі.

Зростання обсягів електронної комерції найближчими роками буде супроводжуватись посиленням конкурентної боротьби між інтернет-торгівцями за якість сервісу. Середні і великі гравці з недостатнім рівнем сервісу будуть втрачати частку ринку. Натомість рівень сервісу малих компаній буде підвищуватись завдяки зорієнтованості на лідерів ринку.

Важливим напрямком для електронної комерції є розвиток інфраструктури, зокрема, логістики, платежів, технологій інтеграції з побічними додатковими сервісами. За прогнозами фахівців, частка продажів з мобільних пристроїв зросте до 30–40 %. Сьогодні кожен п'ятий онлайн-покупець в Україні використовує мобільний при виборі та замовленні товару. Наступні два роки очікується, що кожен другий покупець буде здійснювати купівлю товару з мобільного. І це не тільки український, але і світовий тренд. Глобальне зростання транзакцій з мобільних пристроїв становить 42 % щорічно. На жаль, за оцінками аналітиків Prom. ua на початку 2015 р.

тільки 2 % інтернет-магазинів в Україні були адаптовані для відвідувань і купівлі з мобільних і оснащені мобільним додатком для управління.

Посприяли розвитку електронної торгівлі в Україні може розширення способів оплати для покупців, зокрема можливість платити карткою. Сьогодні українці за допомогою карток купують більше за кордоном, ніж усередині країни. Резервом для збільшення обсягів продажів онлайн-торгівлі є активна співпраця інтернет-магазинів з установами, які можуть надати покупцям кредит.

Серед тенденцій розвитку електронної комерції в Україні слід зазначити персоналізацію, тобто адаптацію інтернет-магазину, товарних пропозицій, цін під конкретного користувача, який в даний момент зайшов на сайт. Інтернет-магазин, маючи інформацію про предмет купівлі, може запропонувати клієнту купити аксесуари до нього, надішле каталог з новими надходженнями або лист-нагадування.

За оцінками фахівців персоналізація дозволяє на 20 % збільшити відсоток конверсії в покупку, збільшити розмір замовлення і підвищити лояльність покупців.

Одним з найвигідніших інструментів збільшення продажів в інтернет-магазинах є E-mail- маркетинг. За деякими оцінками в категорії “Одяг” розсилки можуть приносити до 50 % покупок. Світова статистика засвідчує, що 2014 році E-mail-маркетинг генерував 26,7 % продажів через мобільні телефони порівняно з 20,9 % через ПК та 23,1 % — на планшетах. На жаль, українські інтернет-магазини в своїй більшості розглядають E-mail-маркетинг як канал реклами, а не як засіб комунікацій з відвідувачем.

Економічна криза в Україні, падіння купівельної спроможності населення підштовхнуло українців до пошуку шляхів економії грошей та оптимізації свого часу. Відповіддю на ці запити в e-commerce стала ніша онлайн-замовлення послуг. Більшість замовлень виконуються в категоріях “Доставка”, “Клінінг”, “Домашній майстер”. Користується попитом також приватні послуги дизайнерів, програмістів, копірайтерів. Завдяки цим сервісам українці виконують одноразові доручення один для одного в обхід спеціалізованих фірм.

Новітнім напрямком розвитку в e-commerce в Україні є електронні держзакупівлі. Новий ринок електронних послуг для державних структур з’явився в 2014 році. Сьогодні його обсяг перевищує 250 млрд. грн. на рік. Впровадження електронної системи Prozorro дало змогу тисячам українських малих та середніх підприємств приймати участь в тендерах по держзакупівлях. Всі торги проходять через приватні торговельні майданчики, такі як e-tender.biz, DZ. prom.ua, smarttender. Це забезпечує прозорість участі та проходження торгів, громадський контроль за ними та виключає корупційну складову.

Важливою і перспективною тенденцією розвитку електронної комерції є перехід найбільших ритейл-мереж в онлайн. Вони розвивають свої сайти, вибудовують комунікації зі своїми покупцями в онлайн-каналі.

Найбільшу активність в онлайні виявляють мережі з продажу техніки та електроніки: Ельдорадо, Comfy і Фокстрот. В категорії “Одяг, взяття та аксесуари” лідерами в онлайн-продажу є Інтертоп, Carlo Pazoni, Helen Marlen. Ці компанії розвивають власні інтернет-магазини, а також налагоджують співпрацю з іншими торговельними майданчиками. Наприклад, товари мережі Інтертоп можна знайти як у власному інтернет-магазині, так і на Rozetka.ua.

Ті категорії продавців, які не мають інтернет-магазинів, використовують інтернет майданчики, такі як Prom. ua та All. biz.

Український торговельний майданчик Prom. ua є одним з каналів продажу продукції малого та середнього бізнесу кінцевим споживачам. Сьогодні на майданчику

zareєстровано понад 543 тис. компаній та 58 млн. товарів та послуг. Щоденно торгівельний майданчик відвідує понад 1 млн. користувачів.

З допомогою міжнародного торговельного майданчика All. biz малий та середній бізнес з 90 країн світу продає один одному товари та послуги. Сьогодні на ресурсі zareєстровано 1,4 млн. компаній та 22 млн. товарів та послуг. За добу ресурс відвідують понад 700 тис. чол., а щомісячно реєструється 350 тис. заявок на поставку товарів чи надання послуг.

Інтернет-комерція створила широкі можливості для зовнішньої економічної діяльності малого та середнього бізнесу.

Незважаючи на зниження ділової активності в Україні (за даними Держкомстату з 2013 по 2015 рр. індекс промислового виробництва впав на 20 %), на All. biz зростає кількість заявок на експорт товарів (за 2015 р. порівняно з 2014 р. — на 75 %). Найбільшими запитами серед зарубіжних країн стали українські продукти харчування та напої. На другому місці — продукція сільського господарства, на третьому — ліс та пиломатеріали.

В експортному e-commerce першість тримає пшениця, на яку в 2015 році було подано на 1200 % більше заявок, ніж в 2014 році.

Серед країн, які найбільше купують українську продукцію через інтернет- Німеччина, США, Білорусія, Румунія, Казахстан.

Серед регіонів України в експорті через інтернет лідерами є Київ, Дніпропетровськ, Харків.

За прогнозами фахівців в 2016 році буде відбуватися подальша “інтернетизація” B2B бізнесу, зростання експорту в країни Західної Європи та Північної Америки, а також торговельних відносин з найближчими сусідами (Польща, Білорусія, Румунія) на існуючому рівні.

Джерела

1. Закон України “Про електронну комерцію” від 3 вересня 2015 року № 675-ХІІІ-ВВР, 2015 р., № 45, с. 410.
2. Калужский М. Л. Електронная комерция: маркетинговые сети и инфраструктура рынка. — М.: Экономика, 2014 г. — 328 с.
3. Плєскач В. Л. Електронна комерція. — К.: Знання, 2007 р. — 535 с.