

Кипершляк А. М.
*студентка 2-го курса, факультета адвокатуры,
Национальный университет «Одесская юридическая академия»*

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНОВ

На сегодняшний день влияние интернета можно увидеть в каждой сфере общественной жизни. Не обошел интернет и торговлю, став мощным каналом для реализации самых разнообразных товаров и услуг.

Интернет-магазины, в условиях современного потребительского рынка, широко распространенное и известное понятие. Они развиваются, как в количественном, так и в качественном отношении, побивая все рекорды популярности.

За последние три года количество покупателей, пользующихся услугами интернет-магазинов, выросло на 35-40 % и составило, приблизительно, 870 млн. человек. Согласно общемировым показателям, доля пользователей Интернетом, которые осуществляют покупки в интернет-магазинах составляет около 90 %.

Интернет-магазины уже давно стали конкурентами стандартным магазинам розничной торговли, предлагая аналогичный товар по более низким ценам. Кроме этого, многие покупатели предпочитают интернет-магазины благодаря возможности делать покупки в удобное для них время и в уютной домашней обстановке. Пользуясь услугами интернет-магазинов, пользователи получают возможность приобрести аудио- и видеотехнику, мобильные телефоны, различную бытовую технику, товары повседневного спроса и даже продукты питания.

В Украине постепенно наращивается объем интернет-торговли. В прошедшем 2012 году показатель суммарных интернет-продаж составил около 1,5 млрд. дол. США. Особенно резко (почти на 200 %) возросло число покупок одежды [1].

Основная проблема в Украине на сегодняшний день — это отсутствие местных крупных интернет компаний, которые могут предложить действительно качественный продукт в сфере интернет продаж. Весь украинский рынок в данной сфере представлен одной крупной зарубежной компанией, а все остальные предложения не составляют практически никакой конкуренции, что в итоге

негативно сказывается на конечном потребителе. Также проблема заключается в том, что в Украине почти девяносто процентов товаров, выпущенных якобы ведущими мировыми производителями, при ближайшем рассмотрении являются подделкой или, что ещё хуже, контрабандой.

Контроль интернет-торговли достаточно сложен, так как государственные контролирующие органы занимаются в основном реальной, а не виртуальной розничной торговлей. Осложняет ситуацию и то обстоятельство, что в торговом обороте очень много импортных товаров, не подлежащих лицензированию.

Кабинет Министров Украины собирается ввести меры по ужесточению государственного контроля в этой сфере.

Еще одной проблемой развития интернет-магазинов является незнание и недоверие населения к ним. Проблему незнания можно решить внедрением базового оборудования, компьютеров и телекоммуникаций, в том числе и в сельской местности, что обеспечит расширение компьютерной грамотности, а также обучение профессиональным и общим навыкам работы в Интернете на всех уровнях образовательной системы, включая госслужащих. В современных условиях важной задачей владельцев интернет-магазинов должно стать завоевание доверия населения Украины путем ведения честного бизнеса и обеспечение конкурентоспособных цен на товары и услуги, которые реализуются через сеть Интернет [2].

В Украине практически не развита торговля электронными туристическими путевками и авиационными билетами, проблема заключается в недостаточном развитии современных платежных систем и в высоком уровне мошенничества, так как формой оплаты таких покупок являются он-лайн платёжные карточки. В Украине потенциальные покупатели просто боятся вводить данные своих платежных карт [2].

Для развития интернет-магазинов как одной из составляющих экономики необходима поддержка государства. В Украине государство только начало обращать внимание на торговлю в Интернете, интерес законодательной власти к электронной коммерции все возрастает, и сейчас на рассмотрении находятся законопроекты, призванные регламентировать интернет-коммерцию. С одной стороны, вмешательство государства в бизнес в Украине обычно чревато для этого бизнеса неприятностями, с другой — «дикий» характер электронной торговли не позволяет в полной мере защи-

тити права покупця, і залишає значительную частину ризику угоди, як для продавця, так і для покупця.

Як відомо, електронна комерція несе в собі величезний потенціал для зниження ціни товару. Вона дозволяє організувати торгівлю якісними товарами при мінімальних операційних витратах. Організація електронної комерції не потребує величезних капіталовкладень в будівництво магазинів, створення величезних товарних запасів. Електронна комерція полегшує доступ споживачів до товарів і вдосконалює ланцюг постачальник—споживач в цілому.

За останні роки в Україні склалися сприятливі умови для розвитку електронної комерції. В той же час існують ряд проблем, які можуть стати серйозними перешкодами для розвитку цього виду бізнесу. Вивчення і розв'язання цих проблем, безсумнісно, необхідно для впровадження і розвитку електронної комерції як актуального і перспективного напрямку бізнесу в Україні.

Література

1. Український ринок інтернет-торгівлі виріс // [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://rus.newsru.ua/finance/12jan2012/inet.html>
2. Вивчення Яндекс: поведінка споживачів і розвиток електронної комерції в Україні // [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://ain.ua/2011/11/04/63820>.

Малькут О. М.,

*студентка 2 курсу факультету адвокатури,
Національний університет «Одеська юридична академія»*

РОЛЬ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ПРИ СТВОРЕННІ МЕХАНІЗМУ ПАРТНЕРСТВА ВЛАДИ, БІЗНЕСУ І СУСПІЛЬСТВА

У минулі роки склалася певна система взаємин між бізнесом, владою і суспільством, яку можна характеризувати як культуру підприємництва.

Взаємодія бізнесу і влади, що відображає інтереси суспільства, є найважливішим чинником сталого розвитку країни. Сучасний етап соціально-економічного розвитку нашої держави України характеризується недостатньою ефективністю системи зв'язків