



**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РЕСПУБЛИКИ ТАДЖИКИСТАНА
СОЮЗ «ТАДЖИКМАТЛУБОТ»
ТАДЖИКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ КОММЕРЦИИ
НОУ ВПО ЦЕНТРОСОЮЗА РФ
СИБИРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ
БЕЛГОРОДСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ, ЭКОНОМИКИ И ПРАВА, РФ
БЕЛОРУССКИЙ ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ
ВУЗ УКООПСОЮЗА «ПОЛТАВСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ЭКОНОМИКИ И ТОРГОВЛИ», УКРАИНА
ВАРМИНО-МАЗУРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ, ПОЛЬША
УНИВЕРСИТЕТ КОРДОВЫ (УКО), ИСПАНИЯ
КАРАГАНДИНСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
КАЗПОТРЕБСОЮЗА, КАЗАХСТАН
КООПЕРАТИВНО-ТОРГОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ МОЛДОВЫ**

**МАТЕРИАЛЫ V МЕЖДУНАРОДНОЙ НАУЧНО-
ПРАКТИЧЕСКОЙ ДИСТАНЦИОННОЙ КОНФЕРЕНЦИИ
«ТАДЖИКИСТАН И СОВРЕМЕННЫЙ МИР:
АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ
ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ»**

ЧАСТЬ ПЕРВАЯ

**2-3 июня 2017 г.
г. Душанбе**

ББК -63.3. (точик)+67.99 (2 Точик)+65.9
К-60

ПРОГРАММНЫЙ КОМИТЕТ

Мирбобоев Р.М. – первый зам. министр образования и науки Республики Таджикистан, к.э.н., доцент;
Факеров Х.Н. – ректор Таджикского государственного университета коммерции, д.э.н., профессор;
Степанов В.В. – ректор СибУПК «Сибирский университет потребительской кооперации», д.м.н., профессор;
Нестуля А.О. – ректор ВУЗ Укоопсоюза «Полтавский университет экономики и торговли», д.и.н., профессор;
Теплов В.И. – ректор Белгородского университета кооперации, экономики и права, д.э.н., профессор;
Лебедева С.Н. – ректор Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации, д.э.н., профессор;
Аймагамбетов Е.Б. – ректор Карагандинского экономического университета (Казпотребсоюза), д.э.н., профессор;
Шавга Л.А. – ректор Кооперативно-торгового университета Молдовы, д.э.н., профессор;
Бужко А. – профессор Вармино-Мазурского университета (Польша), д.э.н., профессор

ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ КОМИТЕТ

Раджабов Р.К. – проректор по научной работе ТГУК, д.э.н., профессор;
Толибов К.К. – проректор по инновации ТГУК, к.э.н. доцент;
Акрамов Ф.М. – проректор по учебно-воспитательной работе ТГУК, к.ф.н., доцент;
Кадырова З.Х. – проректор по международным связям ТГУК, к.э.н. доцент;
Салимов Н.С. – декан факультета «Коммерция и таможенное дело», к.ф.м.н., доцент;
Курбонов А.Р. – декан факультета «Банковское дело», к.э.н., доцент;
Шаропов Ф.Р. – декан факультета «Международные экономические отношения и право», к.э.н., доцент;
Мирзоалиев А.А. – декан факультета «Экономика и менеджмент», к.э.н., доцент;
Зубайдов С. – зав. отдела науки, к.т.н., доцент;
Ниёзов И. – начальник компьютерного центра;
Кодиров А.С. – главный специалист отдела науки, к.т.н.

К-60 **Таджикистан и современный мир: актуальные проблемы развития инновационной экономики // Сборник материалов международной научно-практической дистанционной конференции / Под общ. ред. Факерова Х.Н., Раджабова Р.К. – Душанбе: «Сумани Кудрат», 2017. – 308 стр.**

В сборник вошли материалы докладов, в которых представлены результаты исследований: о роли потребительской кооперации в обеспечении экономического роста; формированию инновационной экономики; решения проблем миграции, управление трудовыми ресурсами и персоналом; развитие сферы услуг и предпринимательства; финансовой, кредитной, таможенной и налоговой системы; внедрение новых технологий и методов обучения в образовании.

Сборник рассчитан на студентов, магистрантов, аспирантов, докторантов, преподавателей вузов, специалистов и руководителей различных сфер экономики и образования

**Материалы публикуются в авторской редакции.
Организаторы не несут ответственность за их содержание.**

К $\frac{3801000000-60}{M501 (12)}$ -2016

© Коллектив авторов, 2017 г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ТАДЖИКИСТАН И СОВРЕМЕННЫЙ МИР: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ

1.	Фақеров Х.Н. Нақши Донишгоҳи давлатии тичорати Тоҷикистон дар тарбияи кадрҳои баландхатисосӣ ба талаботи бозори ҷаҳонӣ рақобатпазир	6
2.	Азимов П.Х., Хабибуллоев Х.Х. Значение и место транспортно-логистической системы Таджикистана в геополитическом развитии стран Центральной Азии	12
3.	Коробкин А.З. Эффективность использования оборотного капитала организаций потребительской кооперации и система показателей ее оценки	16
4.	Даниярова М.М., Саидова С.Н. Устойчивое развитие, молодёжь и экологические инновации в экономике	20
5.	Бушуева А.И. Развитие молодёжного предпринимательства в России	25
6.	Аликулов А.Р. Инновационная активность региона как источник его экономического роста	27
7.	Абдуллоев У.Х. Основные направления государственной поддержки формирования и развития строительного кластера	31
8.	Қунайдуллозода Х., Мирзоев М.Д. Тартиби ҳалли баҳсҳои сармоягузорӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон	35
9.	Қунайдуллозода Х., Салимов М.М., Мирзоев М.Д. Мафҳум, мазмун, мақсад ва ҷалби сармоягузорӣ ба иқтисодиёти миллӣ	38
10.	Lapitski V.V., Kniazkova E.V. Taxation as a driver of innovative economy	40
11.	Балабан П.Ю., Балабан Н.П. Потребительская кооперация в глобализованной мировой экономике: проблемы и перспективы	43
12.	Доленко Г.Н., Абдулова И.Г. Перспективы развития Таджикистана	45
13.	Гафуров Э.А. Сущность и значение продовольственной безопасности в развитии экономики	49
14.	Сеидов А.И. Геоэкономическое положение Республики Беларусь	54
15.	Andrzej B. Innovation and Innovativeness in the Framework of Shadow Economy	57
16.	Karol W. Role of soft commodities in portfolio diversification	63
17.	Пулодова Х.Ш. Детерминизм интерпретаций экономической эффективности в новых условиях	70
18.	Миразизов А.Х., Расулов Н.С., Раджабова И.Р. Финансовый механизм как важнейший фактор обеспечения экономического роста	77
19.	Ходжаева Р.Х. Системный анализ регионального потребительского комплекса в контексте его воздействия на темпы и качество впр Республики Таджикистан	82
20.	Борисова Л.И., Миразизов А.Х. Экономические последствия бюджетного дефицита и проблема его финансирования	86
21.	Зафарчон Р. Масъалаҳои муҳоҷирати беруна дар мисоли Ҷумҳурии Тоҷикистон ва Федератсияи Русия	89
22.	Дустбоев Ш. О некоторых проблемах развития внешнеэкономической деятельности Республики Таджикистан	92
23.	Стрельникова И. Привлечение в экономику Республики Таджикистан инвестиций из стран Шанхайской Организации Сотрудничества	95
24.	Стрельникова И. Социальная защита населения и ее обеспечение	100
25.	Гаврилова Т.В., Волкова Е.Н. «Новая экономика» - новые условия развития	104
26.	Мухаммадраҳими Р., Мухаммадхусайни Х., Мирмухаммадфоруғ Х. Мудирияти бозаргонӣ	108
27.	Мирзоев С.А. Қонунгузори Ҷумҳурии Тоҷикистон дар соҳаи энергетика	111

28.	Ширинджонов Ф.И., Алиев Ф.Ш. Основные задачи налоговой политики Республики Таджикистан	114
29.	Юнусова М.М. Таъсири таркиби низоми иҷтимоӣ ба сифати рушди иқтисоди миллӣ	115
30.	Сайфидинов Б.С., Абдуганиев Ш.К. Инвестиционная стратегия развития интеллектуального капитала	118
31.	Алиева Р.Р. Установление и развитие Российско-Таджикских отношений: состояние и перспективы	121
32.	Машокиров Дж.Н. Развития туризм в Таджикистане достижение и бареры	126
33.	Абдуллоев Б.Р., Шарипов Б.К. Таҳлили воридоти андозҳо ба буҷети давлатии Ҷумҳурии Тоҷикистон дар солҳои 2010-2015	130
34.	Протасова Н.Я. Проблемы совершенствования бухгалтерского баланса в условиях инновационной экономики Республики Беларусь	135
35.	Коросташов А.М., Ищейкин Т.Е. Современное состояние и тенденции развития электронной коммерции в украине и мире	137
36.	Вонберг Т.В. Проблемы развития инновационной экономики Украины в условиях глобальных социально-экономических изменений	141
37.	Буйлашова Г.Д. Пенсионная система в Кыргызской Республике	144
38.	Киселева В.А., Ночевная Ю.А. Мировой и украинский опыт применения международных стандартов финансовой отчетности	148
39.	Кодиров А.С., Шохамдамова А.Н., Саторова Н.И. Рекреационный потенциал бассейна реки Пяндж	151
40.	Деньга С.Н. Инновационное информационное обеспечение управления инвестиционной деятельностью холдингов	154
41.	Мамадҷусупова М.А. Развития глобальной промышленности алюминия	159
42.	Ясакиева С.А. Роль приграничной торговли в социально-экономическом развитии территории (на примере ГБАО)	161
43.	Sharifa Sh.M. Develop sustainable livelihood in Republic Tajikistan (focus on fuel energy complex)	164
44.	Комилов Д.С. Основные направленные совершенствование организационно экономического механизма развития электронной коммерции	166
45.	Ҳакимзода А., Раҳмонова Г.Т., Шарифов Ф.Ф. Сармоягузорӣ - омили муҳимтарини рушди минтақаҳои озоди иқтисодӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон	173
46.	Фатҳиев Б.М., Ҳакимзода А. Таҳлили вазъи нархҳо дар бозори истеъмолии Ҷумҳурии Тоҷикистон	177
47.	Раҳмонов Л.С., Наботова П.Д. Лизинг как инновационный финансовый продукт	181
48.	Рахимов Ш.М., Базаров Ш.Ш. Учет и эффективность аграрного производства	190
49.	Газибекова М.Х., Газибеков Ф.С. Системный подход к оценке современного климата инвестирования в экономику Республики Таджикистан	195
50.	Хабибов С.Х., Джамshedов М.Дж. Стратегия инновационного развития предпринимательской деятельности в Республике Таджикистан	200
51.	Ҷамshedов М.Ҷ. Идоракунии иҷтимоии рушди бозори истеъмолии тоҷикистон: ҳолати муосир ва муаммоҳои он	202
52.	Ходжаев Г.Х., Нуралиев И. Организация «альтернативного земледелия» особые направление нового АПК	205
53.	Шлык Н.Л., Титова С.Ю. Участие Таджикистана в современном инновационном пространстве мирового хозяйства	208
54.	Артеменко Т.В. Роль внешнеэкономической деятельности Российского бизнеса в развитии инновационной экономики Таджикистана	212

Литература

1. Национальный стандарт бухгалтерского учета и отчетности «Индивидуальная бухгалтерская отчетность: утв. постановлением М-ва финансов Респ. Беларусь от 12 декабря 2016 г., № 104. // КонсультантПлюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО "ЮрСпектр". – Мн., 2017.
2. О бухгалтерском учете и отчетности: Закон Респ. Беларусь от 12 июля 2013 г., № 57-3 (в ред. Закона от 4 июня 2015 г., № 268-3). [Электронный ресурс] URL: <http://www.pravo.by/main.aspx?guid=3871&p2=2/2055>.

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В УКРАИНЕ И МИРЕ

*Коросташов А.М., к.ю.н., доцент кафедры коммерческой деятельности
и предпринимательства Высшего учебного заведения Укоопсоюза
«Полтавский университет экономики и торговли»
Ищейкин Т.Е., к.э.н., доцент кафедры коммерческой деятельности
и предпринимательства Высшего учебного заведения Укоопсоюза
«Полтавский университет экономики и торговли»*

В статье раскрыты состояние и тенденции развития электронной коммерции в Украине и мире. На основе объяснения сути, значения, функций и категорий электронной коммерции, определены ее теоретические основы. Осуществлено типологию онлайн покупателей и предприятий относительно электронного бизнеса. Сформировано значение электронной коммерции как составляющей информационного бизнеса. Рассмотрены лидеры отечественного рынка и основные тенденции развития электронной коммерции в Украине и мире. Оценены перспективы развития электронной коммерции в Украине.

Ключевые слова: *электронная коммерция, электронный бизнес, инструмент продвижения товаров, тенденции развития, сферы электронной коммерции.*

The article deals with the problem of e-commerce as a tool of product promotion. Based on the explanation of the nature, value, features and categories of e-commerce, to its theoretical foundations. Done typology of online shoppers and businesses in relation to e-business. Formed importance of e-commerce as part of an information business. Considered the leaders of the domestic market and major trends in development of e-commerce in Ukraine and in a world. The prospects of e-commerce in Ukraine.

Keywords: *e-commerce, e-business, tool promotion, development trends, spheres of e-commerce.*

В наше время электронная коммерция развивается скоростными темпами. По последним прогнозам в ближайшем будущем она будет наиболее используемым инструментом продвижения товаров. Развитие электронной коммерции происходит в двух направлениях:

- 1) во-первых, растет количество интернет-пользователей, которые заинтересованы покупкой товаров указанным способом (увеличение спроса);
- 2) во-вторых, растет количество интернет-магазинов, а лидеры рынка расширяют деятельность, внедряют новые технологии, совершенствуют ассортимент (увеличение предложения).

Вопреки стремительному росту данного явления в мире, в Украине этот процесс замедлен следующими факторами:

1) проблемы с доступом к высокоскоростному Интернету в малых населенных пунктах;

2) отсутствие доверия пользователей, связанного со значительными количествами мошенничества, пренебрежением права покупателя на возврат товара в течение 14 дней согласно действующего законодательства и тому подобное;

3) значительными затратами на развитие веб-ресурса, которые поддаются риску быть неоправданными в результате непредвиденных внешних обстоятельств;

4) лидеры рынка завоевали ведущую нишу потребителей, потому новички не в состоянии конкурировать с ними [1].

Электронная коммерция - это коммерческое взаимодействие субъектов бизнеса по поводу покупки-продажи товаров и услуг (материальных и информационных) с использованием информационных сетей (Internet, сеть сотовой связи, внутренние локальные сети фирм) [7]. То есть, это ведение бизнеса в он-лайн режиме, которое сегодня присутствует в четырех следующих сферах:

1) прямые продажи товаров и услуг (B2C);

2) банковское дело и платежные системы (G2B);

3) безопасное размещение информации (B2B);

4) корпоративные закупки (B2G).

Прямые продажи - самый давний вид электронной коммерции, который стал первой ступенькой к более сложным коммерческим операциям для многих компаний. Потребители и представители малого бизнеса могут сэкономить время и средства, проводя банковские операции через Интернет. Уплата счетов, проведения транзакций между счетами, покупка-продажа акций, облигаций, - все это может выполняться с помощью Интернета.

Выделяют 4 основных группы субъектов электронной коммерции:

- Потребители (C-consumer) - физические лица.

- Бизнес организации (B-business).

- Государственные органы (G-government, иногда A-administration).

- Финансовые учреждения, которые обеспечивают расчеты между другими субъектами электронной коммерции [1].

Выявление современных мировых тенденций развития электронного бизнеса и анализ возможностей и перспектив участия Украины во всемирной электронной торговле возможно путем:

- определение глобальных тенденций в сфере Интернет-технологий, используя опыт США как мирового лидера в электронной торговле;

- изучение возможностей европейского рынка информационных технологий и его развитие в ближайшие годы;

- рассмотрению современного состояния украинского сегмента Интернета и перспектив развития электронной коммерции в нашей стране;

- выявление необходимых условий для более быстрого включения Украины в международную систему электронной торговли.

Теоретические основы электронной коммерции сформировала Шалева О. И. Особенностями развития отечественной электронной коммерции интересовались Гармидер Л.Д., Орлова А. В., Палеха Ю.И., Горбун Ю.И. Роль последних двух ученых в отмеченной проблематике является ведущей. Они раскрыли суть, значение, содержание электронной коммерции, исследовали развитие основных сфер электронной коммерции в мире и влияние мировых тенденций на развитие Интернет-коммерции, а также детально описали процесс развития электронной коммерции как составляющей информационного бизнеса.

Роль электронной коммерции в экономическом развитии стран мира трудно недооценивать, так ВВП Европы составил около 17.6 триллионов евро в 2015 году, где часть ЕС-28 была почти 14,6 триллионы евро. По оценкам E-commerce Europe часть европей-

ской интернет-экономики в ВВП составляет 2,59 % с потенциалом увеличиться почти в два раза до 2020 года.

Количество рабочих мест, созданных прямо или косвенно благодаря сектору B2C ("business to consumer") электронной коммерции в Европе оценивается почти в 2,5 миллиона, и эта цифра будет расти в контексте все большего проникновения Интернета в европейском обществе, а также прогнозируемого роста электронной коммерции.

Рынок украинской электронной коммерции стремительно развивается, и все больше людей становятся постоянными пользователями сети Интернет. Так, согласно исследований компании "GemiusAudience" размер аудитории Uanet в июле 2015 года составил 18,2 миллионов пользователей в возрасте от 14 лет и старше. Что же касается гендерного состава среди пользователей Интернет-сетей, то преобладают, хотя и не на много, но все же женщины - 51%, мужчин - 49%.

По социальнодемографическим характеристикам Интернет-аудитории Украины, как отмечает "" GemiusAudience", 51% занимает работающая аудитория, в то время, когда 36% пользователей Глобальной Сети - безработные. По типу занятости : 6% топ-менеджеры; 25% специалисты; 3% офисные работники; 11% рабочие; 18% студенты; пенсионеры – 7%, домохозяйки – 4%, безработные – 6%, інші – 21%. Одновременно с динамическим ростом интернет-аудитории Украины, активно растет количество интернет-ресурсов разных тематик и конфигураций.

Сайты-лидеры на просторах Интернет сети остаются уже долгое время неизменными, к ним относятся: Google, Vk, Mail, Youtube, Yandex, Facebook, Ok, Olx, Rozetka, Wikipedia [3].

Сейчас в Украине насчитывается 21,9 млн пользователей Интернета, что составляет около 58% населения. Такой показатель является очень слабым для Европейской страны. Аналогичное значение для стран ЕС-28 составляет 81,5%. Стоит также отметить, что среди украинцев все еще достаточно мало покупателей онлайн. По данным UADM и Ecommerce Foundation в 2015 году насчитывалось лишь 3,7 млн таких покупателей, что составляет 8,4% всего населения и средние расходы на одного составили 286 евро. Аналогичное среднее значение для Европы составило 43% , а расходы - 1 540 евро [2].

По данным национальных ассоциаций электронной коммерции и оценок Ecommerce Europe количество B2C веб-сайтов в Европе выросло приблизительно до 750 тысяч в конце 2015 года, при этом темпы роста поднялись с 1% до 15% в год. Это значение будет расти и в дальнейшем, учитывая ожидаемый рост будущих рынков Южной и Восточной Европы, где B2C электронная коммерция быстро догоняет более развитые рынки Западной и Центральной Европы.

Почтовые и частные операторы отмечают поразительный рост B2C электронной коммерции в течение последних лет. По оценкам EcommerceEurope ежегодное число B2C посылок, которые отправляются клиентам на внутреннем рынке и за границу в другие страны Европы составляет 4,2 млрд.

Европейский оборот электронной коммерции неуклонно растет, с ежегодным темпом около 12-13% . Ожидается, что этот рост будет продолжаться и в следующие годы, в результате чего в европейской электронной коммерции продажи составят 510 миллиардов евро в 2016, 598 миллиардов евро в 2017 и 660 миллиардов евро в 2018 году.

Важной тенденцией на данный момент является то, что темпы роста развитых рынков спадают в то время как значительных темпов набирают Юго- и Восточно-европейские рынки. Украина занимает первое место по росту в 2015 году по сравнению с 2014 среди всех Европейских стран с показателем в 34,9 % Кроме того, средний темп прироста с 2011 по 2015 годы составил 37,2% , что является самым высоким показателем среди стран Восточной Европы.

Невзирая на то, есть ли бизнес исключительно в онлайн или в физических магазинах, все предприятия розничной торговли сталкиваются с аналогичными проблемами.

Они должны удовлетворять потребительские потребности на каждой точке взаимодействия с покупателем, максимально увеличивая объемы продаж через каждый канал и устройство, а также выполнять свои обязательства относительно доступности продукта и доставки.

Для того, чтобы создать сильный розничный бренд, к которому потребители будут возвращаться, покупатели должны получать товары или услуги в легкий и необременительный способ. Решением таких заданий является принцип омниканальности, что объединяет в согласованную интегрированную систему все каналы продаж, оплаты и доставки товаров и услуг.

Для удовлетворения потребностей потребителей важным элементом является удобная оплата. Компании должны понимать, что потребительские запросы и поведение на каждом рынке разные. Для успешных трансграничных продаж важно создать подход оформления заказа, который будет локализован для каждого рынка. Именно поэтому важно выбрать поставщика услуг оплаты, который будет покрывать запросы широкой массы потребителей, или предложит отдельного поставщика для каждого рынка, который может значительно усложнить процесс обработки платежей.

Одним из таких унифицированных провайдеров есть PayPal, который уже имеет широкое мировое покрытие и репутацию и является понятным потребителю. К сожалению, в Украине PayPal официально не представлен.

Способы оплаты должны быть адаптированы к местному рынку, розничные цены должны быть указаны в местной валюте. Цены на заказ должны включать в себя все налоги и сборы. Кроме того, любая дополнительная информация обслуживания клиентов должна быть предоставлена на местном либо английском языках.

Кроме того, для обеспечения успеха, онлайн торговке должны предлагать гибкие решения распределения, бесплатные возвраты и четкую информацию о местонахождении отправления и сроках доставки.

В условиях анонсированного Единого Цифрового Рынка Европы, где Украина может стать потенциальным участником, предприниматели должны быть готовы к удовлетворению потребностей требовательного иностранного потребителя. Сегодня конкурентные позиции Украины согласно международных рейтингов находятся на низком уровне, но уже существует понимание проблемных вопросов и необходимых шагов для их решения. В комплексе они будут способствовать имиджу Украины как торгового партнера, и увеличению потока товаров и услуг через границу.

Экономический кризис, начавшийся в 2014 году, привел к значительному падению курса национальной валюты, снижению покупательной способности и потери части рынка. Объемы онлайн продаж, еще в 2014 году выросли на 19% в гривне, но упали приблизительно на 20% в долларовом эквиваленте, главным образом из-за падения курса гривни [4].

Несмотря на столь неблагоприятные условия, электронная коммерция продолжает развиваться, на рынок заходят новые зарубежные магазины (например британский магазин одежды NEXT), законодательно упрощается регулирование электронной коммерции (Закон №4496 относительно устранения административных барьеров для экспорта услуг), продолжается инвестирование в торговые онлайн проекты (Zakaz.ua было проинвестировано на сумму 2.5 млн. долларов США).

С нашей точки зрения, дальнейшему развитию электронной торговли в Украине будет содействовать закрепление основ государственного регулирования электронной коммерции в законодательстве Украины, дальнейшее развитие ее правового регулирования в специальных законах, внесение соответствующих изменений к действующему законодательству относительно электронного обмена данными, заключение договоров в электронной форме - это те вопросы, которые ожидают дальнейшего решения.

Ведь создание режима максимального правового содействия развитию электронной коммерции - фундамент для успешной конкуренции украинских субъектов на мировом рынке. Инициаторами этих изменений должны быть такие игроки рынка как Rozetka, Allo, Modnakasta, Comfy и другие, которые являются самыми популярными на рынке электронной торговли [6].

Именно такие компании за счет своего расширения подтягивают до надлежащего уровня инфраструктуру, стимулируют необходимость унифицированных провайдеров электронных платежей, поднимают качество и доступность процесса покупки от первого "клика" до момента получения товара, задают общий тренд развития онлайн торговли. Такие преимущества в конечном случае распространяются и на малые и средние предприятия, которые стремятся развивать свой бизнес в том числе за счет B2C электронной торговли.

Литература

1. Гармидер Л. Д. Особенности развития отечественной электронной коммерции / Л. Д. Гармидер, А. В. Орлова. [Электронный ресурс]. - Режим доступа : <http://duan.edu.ua/uploads/vidavnistvo14-15/12126.pdf>. - Название из экрана.
2. Электронная коммерция в Украине. Статистика за 2015-2016 годы. [Электронный ресурс]. - Режим доступа : <http://nuigde.biz/uk/blog/elektronnaya-kommerciya-v-ukraine-statistika-za-2015-2016-goda.html>. - Название из экрана.
3. Карпенко С. Объемы рынка электронной коммерции в Украине. [Электронный ресурс]. - Режим доступа : <http://www.reclamare.ua/blog/obemu-gynkaelektronnoj-kommercii-v-ukraine/>. - Название из экрана.
4. Маловичко С. В. Анализ современных тенденций и динамики развития электронной торговли на предприятиях Украины / С. В. Маловичко [Электронный ресурс]. - Режим доступа : <http://www.problecon.com/export-pdf/problems-of-economy-2015-2016-pages-71-77.pdf>. - Название из экрана.
5. Палеха О. Информационный бизнес. Киевский нац. ун-т культуры и искусств / Палеха О. И., Горбун Ю.И. - Киев : Ліра-К, 2015. - 340 с.
6. Рейтинг украинских интернетовских магазинов за категориями. [Электронный ресурс]. - Режим доступа : commerce.com.ua/2014/11/рейтинг-украинских-интернет-магазинов/. - Название из экрана.
7. Шалева О. И. Электронная коммерция / Шалева О. И. Навч. посіб. - К.: Центр учебной литературы, 2011. - 216 с.
8. Яковенко Р. В. Технологии продажи товаров / Яковенко Р. В. М-во образования и науки Украины, Кировоградский ин-т регион. упр. по экономике, КДГУ. Кировоград, 2003. - 207 с.

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ УКРАИНЫ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНЫХ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ИЗМЕНЕНИЙ

*Вонберг Т.В. – к.э.н., доцент
Доцент кафедры управления персоналом
и экономики труда ГВУЗ «КНЭУ
имени Вадима Гетьмана»*

Обоснована актуальность исследования проблем развития инновационной экономики. Обозначены основные проблемы развития инновационной экономики Украины. Определены перспективы в развитии инновационной экономики Украины.

Ключевые слова: глобальные изменения, инновационная экономика, конкурентоспособность.