

О.М. Сазонець (Дніпропетровський національний
університет імені Олеса Гончара, Україна)

РОЗВИТОК МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ ЗА ДОПОМОГОЮ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПОСЛУГ

У статті досліджено питання розвитку інформаційних послуг у міжнародній торгівлі. За допомогою статистичних методів аналізу виявлено пріоритетні напрями розвитку сфери торгівлі інформаційними послугами.

Ключові слова: інформаційні послуги, міжнародна торгівля, статистичні методи.

Табл. 3. Рис. 4. Літ. 20.

О.Н. Сазонец (Днепропетровский национальный
университет имени Олеса Гончара, Украина)

РАЗВИТИЕ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ С ПОМОЩЬЮ ИНФОРМАЦИОННЫХ УСЛУГ

В статье исследованы вопросы развития информационных услуг в международной торговле. С помощью статистических методов анализа выявлены приоритетные направления развития сферы торговли информационными услугами.

Ключевые слова: информационные услуги, международная торговля, статистические методы.

О.М. Sazonets (Dnipropetrovsk National University of Oles Honchar, Ukraine)

DEVELOPMENT OF INTERNATIONAL TRADE THROUGH INFORMATION SERVICES

The article studies the issues of information services development within international trade. By means of statistical methods of analysis the priority directions for further development of information services trade are outlined.

Keywords: information services; international trade; statistics methods.

Постановка проблеми. Сучасний етап розвитку світової економіки характеризується поширенням інформаційних технологій. Діяльність в інформаційній сфері є одним із дієвих засобів забезпечення зростання суспільного багатства як на рівні країни, так і у світі в цілому. Тенденції функціонування національної економіки переконливо засвідчують необхідність поетапного впровадження інформаційних послуг. Вони розвиваються на основі науково-технічного прогресу, посідаючи особливе місце внаслідок суспільної значимості для розвитку країни, забезпечення інтересів населення. Особливо інтенсивний розвиток інформаційних послуг очікується в таких сферах економіки, як міжнародна торгівля, фінанси, страхування, а також у державному управлінні.

Актуальні проблеми впровадження інформаційних послуг потребують відновлення системного механізму розробки й реалізації стратегії введення цих послуг на державному рівні на базі підвищення ефективності координаційних процесів, залучення на системній основі в процес планування активних груп населення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сучасні наукові дослідження широко розглядають розробку нових видів послуг. Проблеми розвитку послуг та інформаційної економіки висвітлювались як зарубіжними, так і вітчизняними вченими. Різні аспекти інформатизації економіки розглядали такі зарубіжні

вчені, як Д. Белл [16], П. Дракер [17], Б. Куїн [19], А. Тоффлер [20]. Серед вітчизняних вчених цю тематику досліджували О. Чубукова [12], А. Чухно [14], А. Щедрін [15]. Питанням торгівлі послугами присвятили свої праці Я.А. Дубенюк [3], Ю. Мельник [4], А. Олефір [6], О. Пальчук [7], А. Чудновський [13]. На сьогодні особливого значення набувають напрями досліджень, що стосуються розвитку міжнародної торгівлі інформаційними послугами. В статті Г.А. Рижкової [8] проаналізовано роль Інтернет-комунікацій у міжнародній торгівлі послугами. Доведено, що торгівля в Інтернет перетворилась на глобальний супермаркет, що породжує адекватні зміни в традиційних сферах бізнесу й сприяє їх динамічній зміні та зростанню [8]. Разом з тим, у багатьох дослідженнях відмічається тенденція до посилення асиметрії інформації. Це стверджують такі вчені, як У. Вікрі [1], В. Вольчик [2], М. Дженсен [18], В.Д. Норт [5], Дж. Стігліц [9], А. Ткач [10], О. Тоффлер [11].

Невирішені частини проблеми. Однак у вищезгаданих працях не було проведено статистичного аналізу використання інформаційних послуг в міжнародній торгівлі.

Метою дослідження є виявлення статистичних характеристик стану міжнародної торгівлі за допомогою інформаційних послуг.

Основні результати дослідження. Для виявлення переваг і недоліків використання інформаційних послуг у торгівлі нами було проведено анкетування. Дослідницьку вибірку склали випускники ВНЗ економічних спеціальностей м. Дніпропетровська. Вік досліджуваних – від 23 до 28 років. Усі респонденти працевлаштовані й працюють в економічній сфері. Всього у дослідженні взяло участь 160 осіб. Докладнішу структуру вибірки наведено в табл. 1.

Таблиця 1. Структура досліджуваної вибірки, авторська розробка

Спеціальність	чоловіки	жінки	Всього
Менеджмент ЗЕД	24	20	44
Міжнародні економічні відносини	19	17	36
Управління персоналом та економіка праці	26	19	45
Інформатика (з основами економіки)	28	11	39
Всього	98	67	160

Респондентам потрібно було відповісти на таке питання: оцініть, будь ласка, в якій мірі наступні явища заважають поширенню міжнародної торгівлі за допомогою інформаційних послуг такі явища:

1. Недостатня відкритість і прозорість бізнесу через міжнародні інформаційні системи.

2. Недорозвиненість законодавчої бази в цій сфері.

3. Відсутність дешевого доступу в міжнародних інформаційних мережах.

4. Недостатній рівень комп'ютеризації.

Варіанти відповідей на всі запитання такі:

- зовсім не заважають;

- майже не заважають;

- відчутно заважають;

- дуже заважають.

Оцінку відповідей на запитання анкети було проведено за допомогою програми Статистика 6.0.

Результати статистичної обробки пункту анкет, в якому проводиться оцінка міри, в якій означені явища заважають поширенню міжнародного бізнесу за допомогою інформаційних послуг, наведено в табл. 2 та рис. 1 та 2.

Таблиця 2. Статистичні показники оцінок явищ, що заважають поширенню бізнесу за допомогою інформаційних систем, авторська розробка

	Середнє	Minimum	Maximum	Стандартне відхилення	Асиметрія	Ексіцес
1. Недостатня відкритість і прозорість бізнесу через міжнародні інформаційні системи:	2,9341	1	4	0,7772	0,4303	0,0826
2. Недорозвиненість законодавчої бази	3,1078	1	4	0,7917	0,7108	0,2457
3. Відсутність дешевого доступу в міжнародних інформаційних мережах:	2,9102	1	4	0,8769	0,2575	0,8520
4. Недостатній рівень комп'ютеризації.	3,2952	1	4	0,8035	0,9413	0,2319

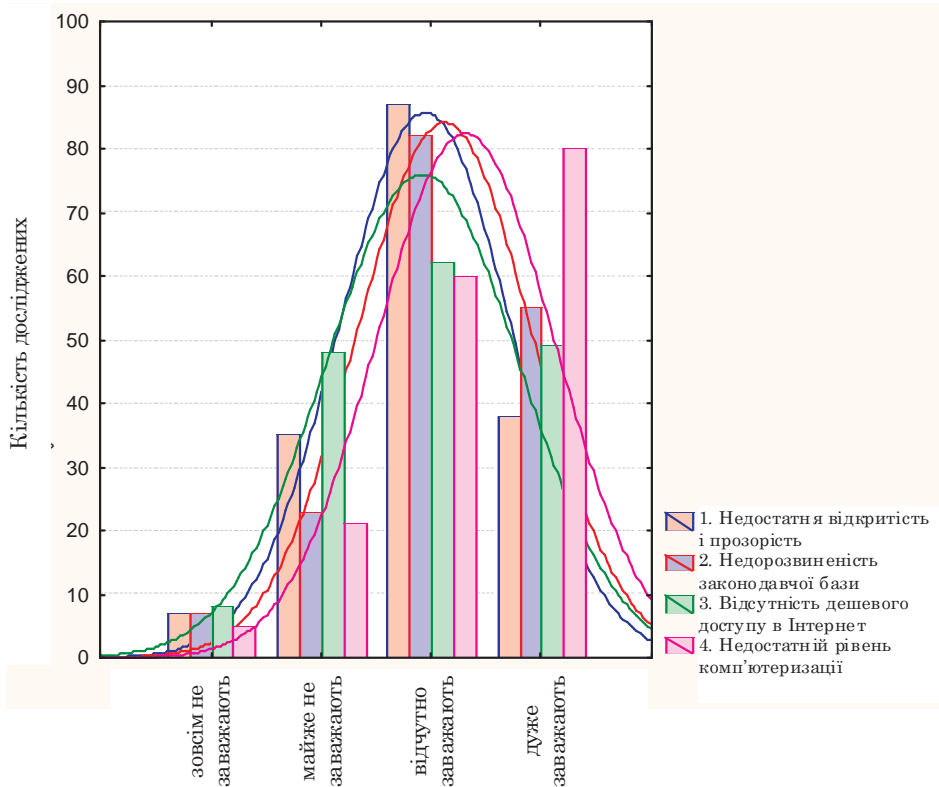


Рис. 1. Гістограма розподілу оцінок явищ, що заважають поширенню міжнародного бізнесу за допомогою інформаційних послуг, авторська розробка

З рис. 1 видно, що респонденти оцінюють недостатній рівень комп'ютеризації як найбільш значиму перешкоду на шляху поширення міжнародного бізнесу за допомогою інформаційних систем, а недостатню прозорість – як

найменш значиму. Проведене порівняння оцінок за допомогою дисперсійного аналізу за Фрідменом показало, що відмінності у ставленні респондентів є статистично достовірними. Значення критерію χ^2 та рівень значимості наведено на діаграмі розмаху (рис. 2).

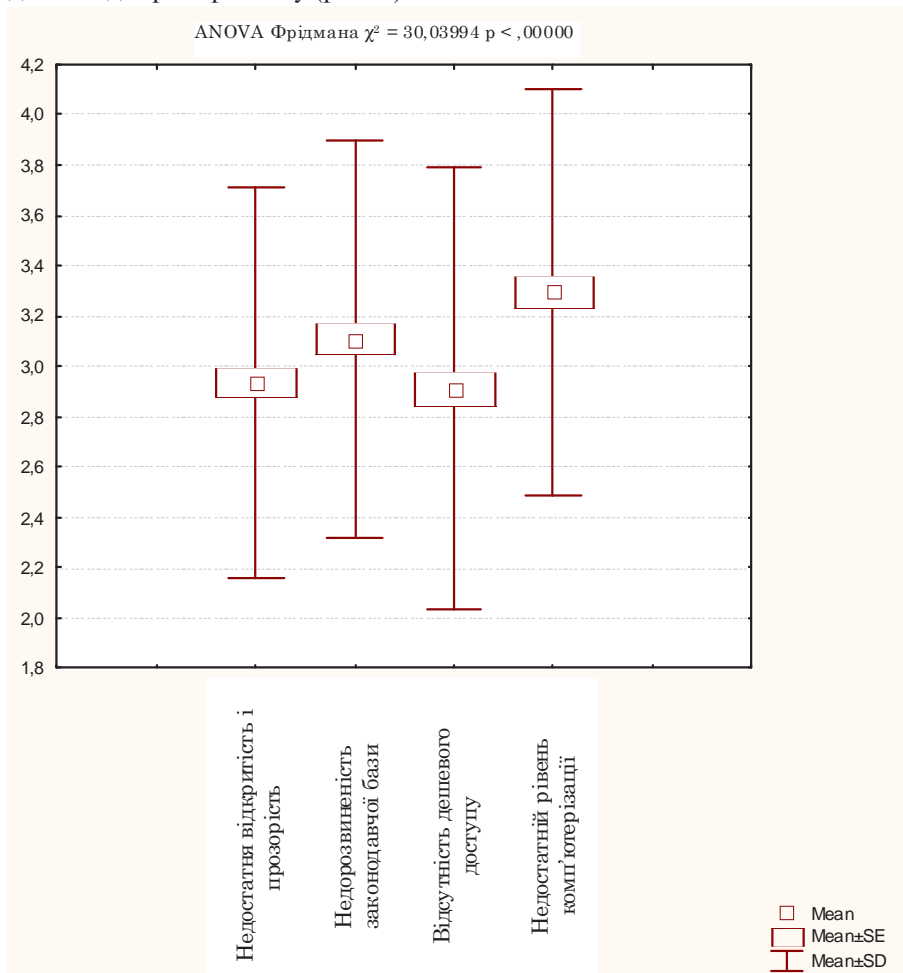


Рис. 2. Діаграма розмаху: Порівняння оцінок явищ, що заважають поширенню міжнародного бізнесу за допомогою інформаційних систем, авторська розробка

Для оцінювання ступеня використання міжнародних інформаційних систем для отримання послуг і купівлі товару експертам треба було відповісти на таке запитання: як Ви вважаєте, в якій мірі міжнародні інформаційні мережі використовуються для отримання таких послуг і купівлі товарів?:

1. Авіаквитки.
2. Комп'ютери і частини до них.
3. Резервування готельних номерів.
4. Побутова техніка.

5. Компакт-диски.

Варіанти відповідей на всі запитання такі:

- часто використовуються;
- помірно використовуються;
- рідко використовуються;
- практично не використовуються;

Результати статистичної обробки пункту анкети 2 наведено у табл. 3, рис. 3 та 4.

Таблиця 3. Статистичні показники оцінок ступеня використання міжнародних інформаційних систем для отримання послуг і купівлі товару, авторська розробка

	Середнє	Minimum	Maximum	Стандартне відхилення	Асиметрія	Екцес
1. Авіаквитки	2,9760	2	4	0,8846	0,0470	-1,7285
2. Комп'ютери	3,0479	2	4	0,8126	-0,0883	-1,4797
3. Резервування готельних номерів	3,1566	2	4	0,8805	-0,3122	-1,6455
4. Побутова техніка	2,3234	1	4	0,8935	0,1349	-0,5016
5. Компакт-диски	2,7844	1	4	1,0983	-0,2800	-1,2893

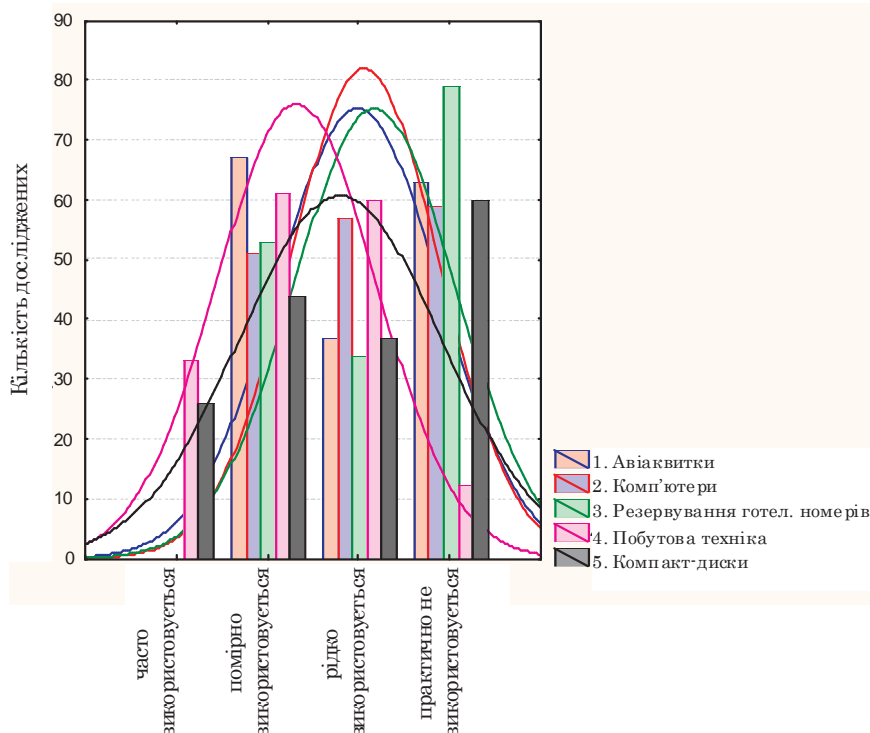


Рис. 3. Гістограма розподілу оцінок ступеня використання міжнародних інформаційних систем для отримання послуг і купівлі товару, авторська розробка

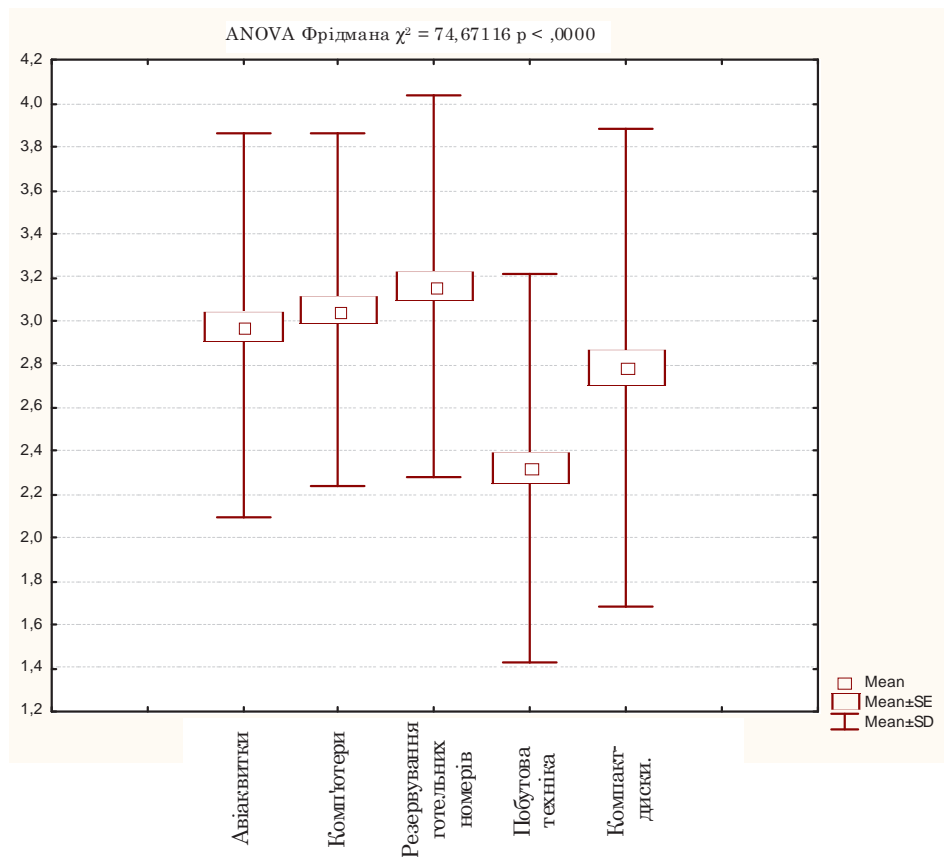


Рис. 4. Діаграма розмаху. Порівняння оцінок ступеня використання міжнародних інформаційних систем для отримання послуг і купівлі товару, авторська розробка

Із рис. 4 видно, що респонденти вважають, що найчастіше міжнародні інформаційні системи використовуються для резервування готельних номерів, і зовсім рідко – для купівлі побутової техніки. Проведене порівняння оцінок за допомогою дисперсійного аналізу за Фрідменом показало, що відмінності в оцінках респондентів є статистично достовірними. Значення критерію χ^2 та рівень значимості наведено на діаграмі розмаху.

Висновки. В статті виявлено переваги та недоліки використання інформаційних послуг у торгівлі, визначено ступінь використання міжнародних інформаційних систем для отримання послуг і купівлі товару. При дослідженні використовувалася метод статистичного аналізу. Статистична достовірність відмінності в оцінках респондентів перевірялась за допомогою дисперсійного аналізу за Фрідменом. Рівень значимості перевірявся за допомогою критерію χ^2 .

1. Викир У. Экономика общественной сферы. – М., 1994. – 580 с.

2. *Вольчик В.В.* Эффективность рыночного процесса и эволюция институтов. – Ростов-на Дону, 2003. – 280 с.
3. *Дубенюк Я.А.* Оцінка сучасних тенденцій міжнародної торгівлі послугами // Вісник Донецького національного університету. – Серія В: Економіка і право. – 2009. – Вип. 1. – С. 84–91.
4. *Мельник Ю.* Міжнародний ринок послуг в умовах транснаціоналізації економіки // Вісник КНЕУ. – 2007. – №3. – С. 84–94.
5. *Норт Д.* Институції, інституційні зміни та функціонування економіки / Пер. з англ. І. Дзюби. – К.: Основи, 2000. – 198 с.
6. *Олефір А., Тіанов В.* Тенденції розвитку міжнародної торгівлі послугами в умовах динамізації конкурентного середовища // Міжнародна економічна політика. – 2009. – №8–9. – С. 171–204.
7. *Пальчук О.* Значення та роль світової торгівлі послугами в сучасній економіці // Дослідження міжнародної економіки: Збірник наук. праць. – 2010. – Вип. 1(66). – С. 72–78.
8. *Рижкова Г.А.* Інтернет-комунікація як інструмент міжнародного маркетингу // Бюлетень Міжнародного Нобелівського економічного форуму. – 2009. – №1. – С. 138–139.
9. *Стиглиц Дж.Ю.* Экономика государственного сектора. – М., 1997. – 410 с.
10. *Ткач А.А.* Інституціональні основи ринкової інфраструктури. – К.: НАН України. Об'єднаний інститут економіки, 2005. – 295 с.
11. *Тоффлер О.* Проблемы власти на пороге XXI столетия // Свободная мысль. – 1992. – №2. – С. 118–120.
12. *Чубукова О.* Про формування національного ринку інформаційних продуктів та послуг // Економіка України. – 1999. – №9. – С. 86–88.
13. *Чудновский А.Д., Жукова М.А.* Менеджмент туризма: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 351 с.
14. *Чухно А.А.* Твори: У 3-х т. / НАН України, Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, Наук.-дослід. фін. ін-т при М-ві фін. України. – К., 2006. – Т. 2: Інформаційна постіндустріальна економіка: теорія і практика. – 512 с.
15. *Шедрин А.Н.* Электронные информационные ресурсы в информационной экономике. – Донецк: Ин-т экономики пром-сти, 2003. – 232 с.
16. *Bell, D.* (1973). The Coming of a Post-Industrial Society. New York. 368 p.
17. *Drucker, P.F.* (1993). Post-Capitalist Society. Harper Business. New York. 232 p.
18. *Jensen, M., Mekling, W.* (1976). Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure. Journal of Financial Economics, 3(4): 305.
19. *Quinn, J.B.* (1992). Intelligent Enterprise: A Knowledge and Service Based Paradigm for Industry. New York: The Free Press. 640 p.
20. *Toffler, A.* (1990). Powershift: Knowledge, Wealth and Violence at the Edge of the 21st Century. New York, Bantam Books. 512 p.

Стаття надійшла до редакції 24.07.2012.