

УДК 658.89:347.71(13)

□ Решетило Н.В.

Львівський національний технічний університет

РОЗВИТОК ЕКОНОМІКИ ІНФОРМАЦІЙНОГО ТИПУ В ГАЛУЗЯХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Статтю присвячено дослідженню теоретичних і практичних аспектів електронної комерції у економічному середовищі. Виявлено тенденції та масштаби електронної торгівлі у світі і в Україні. Визначено стан і перспективи, а також проблеми розвитку електронної комерції в Україні і світі.

Ключові слова: електронна торгівля, електронна комерція, Інтернет.

Н.В. Решетило

РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИКИ ИНФОРМАЦИОННОГО ТИПА В ОТРАСЛЯХ ВЕДЕНИЯ ХАЗЯЙСТВА

Статья посвящена исследованию теоретических и практических аспектов электронной коммерции в экономической среде. Выявлены тенденции и масштабы электронной торговли в мире и в Украине. Определено состояние и перспективы, а также проблемы развития электронной коммерции в Украине и мире.

Ключевые слова: электронная торговля, электронная коммерция, Интернет.

N.V. Reshetylo

ECONOMIC DEVELOPMENT IN AREAS SUCH AS INFORMATION MANAGEMENT

The article investigates the theoretical and practical aspects of electronic commerce in the business environment. Tendencies and extent of e-commerce in the world and in Ukraine. The condition, prospects and the problems of e-commerce in Ukraine and abroad.

Key words: e-commerce, e-commerce, the Internet.

Актуальність проблеми. Протягом останнього десятиліття у світовій економіці усе більше окреслюється тенденція зсуву грошового потоку зі сфери традиційної економіки у електронну сферу, що підтверджує факт надзвичайного впливу Інтернет-технологій на глобальні економічні процеси. Саме із появою Всесвітньої мережі більшість спеціалістів і науковців пов'язують

□ Решетило Н.В.

революційний ефект, спричинений використанням інформаційно-комп'ютерних технологій у всіх сферах життя суспільства. З початку 90-х років ХХ ст. у світовому господарстві простежується стрімкий розвиток нової галузі економіки, що являє собою широкий набір інтерактивних методів ведення діяльності з надання споживачам товарів та послуг. Основною світовою тенденцією є все більше поширення та проникнення мережі Інтернет і мобільного зв'язку у життя людей, навіть з найменш розвинутих країн.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Наукові праці вітчизняних та зарубіжних авторів, серед яких М.В. Макарова, А.М. Береза, І.Т. Балабанов, В.В. Царьов, А.А. Кантарович, Д. Козьє, І. Успенський та ін., створили значний теоретичний потенціал для організації та управління підприємствами електронної торгівлі в умовах ринкової економіки. Економічним аспектам функціонування торговельних підприємств у середовищі Інтернет присвячено праці Т. Хофмана, А. Саммера, М. Мак-Нілла, К. Коллі, Гр. Дункана, В. Кисельова та деяких інших авторів. Вони аналізують нові сфери підприємницької діяльності, які розвиваються в світі та Україні. Аналізуючи сучасний стан телекомунікаційних систем, поєднаних із розвиненими інформаційними технологіями.

Літературний огляд досліджуваної проблеми вказує на недостатність наукової інформації щодо забезпечення ефективного розвитку вітчизняної електронної комерції.

Постановка завдання. Метою даної статті є виявлення сучасних тенденцій розвитку електронної комерції в Україні та аналіз можливостей і перспектив участі країни у глобальних електронних торговельних процесах.

Виклад основного матеріалу дослідження. Електронна комерція почала поширюватись в Україні наприкінці 90-х років ХХ ст. Її поява та становлення припадають на період розвитку ринкової економіки. Цей етап також співпадає із кардинальними змінами у світовій економіці, які визначаються процесами глобалізації фінансових ринків і міжнародною інтеграцією фінансових інститутів, утворенням, інтеграцією та монополізацією ринків окремих фінансових інструментів міжнародними об'єднаннями банків та інших фінансових компаній.

Основою будь-якого виду сучасного бізнесу є ті чи інші засоби комунікації. Зокрема, Інтернет є тим засобом комунікації якому притаманна така місткість, інтерактивність і охоплення

регіонів, яка є недоступною для будь-якого іншого засобу масової інформації, що і робить його унікальним. Якщо газети виходять певним тиражем у певному регіоні, а телебачення – у межах будь-якої країни чи кількох країн, то Глобальна мережа Інтернет – є засобом комунікації, що взагалі не має жодних кордонів.

Електронна комерція порівняно з традиційними видами ділової активності має вагомі переваги. Зокрема використання нових електронних форм комунікації істотно знижує витрати на організацію та підтримку всієї інфраструктури бізнесу, а можливості електронної комерції дозволяють у будь-який момент перепроектувати стратегію його ведення. Однак, незважаючи на явні переваги використання електронних засобів взаємодії в бізнесі, для організації ефективного управління підприємства електронного сегменту економіки потребують змістовних наукових досліджень.

В Україні формуються електронні ринки, створюються і запроваджуються системи управління взаємовідносинами з клієнтами. Важливим кроком у напрямі впровадження систем «business-to-business» в економіку є використання відкритих міжнародних стандартів, створено національний електронний каталог товарів.

Нарощуючи свою присутність в системах міжнародної електронної комерції, Україна вписується у загальносвітові тенденції, що спостерігаються наразі, і відчуває на собі їх вплив, зокрема:

- останніми роками у зв'язку і зниженням цін на комп'ютерні системи та програмне забезпечення спостерігається бум у продажах комп'ютерів;
- провайдери зменшують ціни на Інтернет-послуги;
- відбувається невинне зростання кількості Інтернет-користувачів по всіх країнах і регіонах світу, де рівень проникнення ще не досяг максимальних значень;
- зростання обсягів покупок з використанням он-лайн технологій.

Для активного включення України в міжнародний електронний бізнес необхідне: активне впровадження комп'ютерів та телекомунікацій в усі сфери соціального та економічного життя країни, у тому числі і в сільській місцевості, що забезпечить розширення комп'ютерної грамотності населення і належний рівень розвитку інфраструктури; стимулювання швидкого розвитку інфраструктури мережі: розвиток Інтернет-магазинів, мережових

бізнес-структур, операторів мережі та створення великих Інтернет-порталів; навчання професійним та загальним навичкам роботи з Інтернетом на всіх рівнях освітньої системи; підвищення купівельної спроможності населення на основі стабільного економічного росту.

Електронна торгівля в Україні характеризується великою різноманітністю та охоплює широкий спектр бізнес-операцій:

- налагодження контактів між потенційними виробниками, постачальниками та замовниками;
- організація до- і післяпродажного обслуговування споживачів;
- продаж товарів та послуг;
- інформаційне та документальне забезпечення споживачів даними про товари та послуги, що надаються компаніями;
- обмін досвідом з використання придбаних товарів серед покупців;
- обмін інформацією між потенційними партнерами в сфері торгівлі;
- організація віртуальних підприємств для ведення спільної комерційної діяльності;
- інтеграція систем збуту між виробниками та постачальниками;
- організація спостереження в режимі реального часу за фізичною доставкою товарів та послуг, організація доставки продуктів, що можуть надходити електронним шляхом.

Розвиток електронної торгівлі має бути підкріпленим відповідними інтерактивними системами розрахунків.

До 20 % користувачів Інтернету купують у мережі товари або послуги, найчастіше використовуючи електронні платіжні системи, тобто системи проведення розрахунків через Інтернет. Залежно від характеру інформації, що передається в момент платежу, всі електронні платіжні системи можна поділити на дві групи.

Перша група базується на системі рахунків, що містять записи про залишки коштів клієнтів. Ці рахунки можуть бути як банківськими, так і віртуальними (до цього класу відносять, наприклад, платежі з використанням кредитних карт). Друга група базується на цифровій готівці й умовних одиницях, порівняних за своєю функціональністю зі звичайними грошима.

Однією з найпоширеніших систем оплати товарів є система моментальних інтернет-розрахунків WebMoney Transfer. Вона працює

в Україні вже понад 10 років. Платіжна система Webmoney дає змогу: здійснювати фінансові операції й оплачувати послуги (товари) у мережі; оплачувати послуги мобільних операторів; обмінювати одні електронні валюти на інші; використовувати мобільний телефон як гаманець і т. ін. Останнім часом все більше електронних магазинів використовують систему Webmoney для проведення розрахунків за продаж товарів. Поповнювати рахунок WM можна за допомогою: банківського або поштового переказу, за допомогою платіжних терміналів, а також через банкомати і дилерів.

Зацікавленість покупців електронних магазинів пов'язана і з персоналізацією взаємовідносин між покупцем і продавцем (електронним магазином), про що свідчить автоматичне представлення товарів та послуг, що відповідають індивідуальним вимогам та побажанням кожного споживача, відсутність тиску з боку продавця при виборі тієї чи іншої торгової марки, моделі тощо. Такий рівень обслуговування можна прирівнювати до індивідуального обслуговування у спеціалізованих фірмових магазинах.

Таким чином, сьогодні електронна торгівля стала одним з суттєвих важелів економіки, який впливає на діяльність українських підприємств та державну політику стосовно цього виду економічної діяльності загалом. Проте, в Україні масштаби використання населенням систем електронної комерції для покупок товарів і послуг, є значно меншими, ніж у США і на Заході. Безпосередньо проблеми подальшого розвитку й ефективного використання мережі Інтернет, за оцінками фахівців, полягають у необхідності рішення наступного комплексу основних проблем:

- забезпечення можливості значного збільшення обсягу переданої інформації, обумовленого багаторазовим ростом числа користувачів;
- інтеграція передачі голосової і цифрової інформації з метою підвищення ефективності функціонування інформаційних систем;
- розробка прийнятних для більшості користувачів тарифів за право роботи в мережі Інтернет;
- забезпечення необхідного рівня безпеки на всіх етапах обслуговування користувачів мережею Інтернет.

Електронна комерція в Україні не стала поки ще досить широко розповсюдженою формою здійснення актів купівлі-продажу і висновки ділових угод, здійснюваних за допомогою Інтернету. В даний час Україна значно відстає від розвитих країн у розробці і

використанні елементів інфраструктури системи електронної комерції.

У низці вітчизняних публікацій за тематикою розвитку електронної торгівлі відзначається, що практично всі вітчизняні електронні магазини зіштовхуються з низкою проблем, які вимагають невідкладного рішення. Серед найбільш серйозних експерти і практики виділяють такі:

- досить обмежена кількість людей, що володіють електронними кредитними картками;
- недостатня розвиненість системи електронних платежів;
- відсутність практичних рекомендацій, зв'язаних із забезпеченням найбільш доцільного сполучення у використанні вітчизняних платіжних систем із закордонними платіжними системами, що дозволило б забезпечити більш високу надійність і ефективність функціонування вітчизняних електронних магазинів;
- нерозв'язаність проблеми забезпечення ефективного захисту прав на інтелектуальну власність;
- відсутність надійних механізмів, що гарантують необхідну таємність і безпеку здійснення електронної комерції у відкритих мережах;
- відсутність професійно підготовлених фахівців, здатних ефективно працювати в системі електронної комерції (підготовка вузами України фахівців в області комерції орієнтована переважно на традиційні форми проведення торгівлі);
- відсутність орієнтації учасників електронної торгівлі на таку систему цін на товари і послуги, що задовольняли би вимогам більшої частини потенційних покупців;
- слабкість правової бази, покликаної регулювати взаємини учасників електронної торгівлі;
- відсутність спеціальних методик, що дозволяють скільки-небудь вірогідно оцінити економічну ефективність створення і функціонування Інтернет-компаній (у тому числі й електронних магазинів);
- обмежені можливості створення додаткових робочих місць через невисокі темпи розвитку систем електронної комерції.

Деякі з наведених вище проблем повинні й можуть бути вирішені на глобальному і державному рівнях.

Висновок. Аналіз сучасних тенденцій розвитку електронної сфери в Україні показав, що українське суспільство ще не зовсім

готове до переходу на ведення бізнесу через мережу Інтернет. Зараз така можливість виступає скоріше як одна із альтернатив ведення бізнесу на свій страх та ризик. Процеси комп'ютеризації та появи самого поняття електронна комерція в українському суспільстві відбулись відносно недавно, в той час, як світова практика демонструє гармонійний розвиток електронної комерції та мережі Інтернет вже понад 20 років. В Україні все ще недостатньо розроблена науково-практична база розвитку електронної комерції. А правові та законодавчі засади все ще перебувають на стадії розробки. Стримуючими факторами розповсюдження електронної комерції в Україні є також недостатність необхідної кількості засобів платежу для покупця, відсутність належної інфраструктури для прийому таких засобів, незначний відсоток населення, що має доступ до Інтернету і може використовувати його для здійснення покупок, великий ризик здійснення розрахунків через Інтернет. Однак, недивлячись на існуючі проблеми, динаміка розвитку українського сегменту електронної комерції невпинно демонструє позитивні результати, чому сприяють відносна дешевизна використання Інтернету, незалежність діяльності від державних кордонів і податків; унікальна можливість для продавців забезпечити цілодобові продажі; наявність докладної інформації про товари і послуги для покупців; можливість здійснення швидких розрахунків тощо.

Загалом раціональність впровадження електронної комерції в економічну систему України пояснюється перспективою підвищення конкурентоспроможності вітчизняної економіки та банківської системи в цілому, спрощення бізнес-діяльності для підприємств будь-якого розміру і можливість їх виходу на закордонні ринки, поглиблення інтеграції української економіки в динамічне світове господарство, покращення умов інвестування, зниження витрат на забезпечення обігу готівкових коштів, спрощення процедури регулювання системи оподаткування та страхування зовнішньоекономічної діяльності.

1. Меджибовська Н. Перспективи розвитку електронного бізнесу в Україні / Н. Меджибовська // Економіка України. – 2003. – №6. – С. 36-41.
2. Чубукова О. О формировании национального рынка информационных продуктов и услуг / О. Чубукова // Экономика Украины. – 1999. – №9. – С. 86-88.
3. Успенский И. Энциклопедия Интернет / И. Успенский. – СПб. : Питер, 2001. – 432 с.
4. Плескач В. Л. Електронна комерція : підручник / В. Л. Плескач, Т. Г. Затоначька.

- К. : Знання, 2007. – 535 с.
5. Макарова М. Електронна комерція / М Макарова. – К. : Вид. центр, 2002. – 272 с.
 6. Яценко В. В. Формування збутової політики підприємств за умов використання методів електронної комерції / В. В. Яценко// Коммунальное хозяйство городов. – 2008. Вип. 85. – С. 349 – 350.
 7. Офіційний сайт Асоціації Учасників Електронного Бізнесу України. Режим доступу: <http://uelbu.org>
 8. Каждый третий украинец пользуется интернет не реже раза в месяц / Матеріали дослідницького агентства InMind. Режим доступу: www.inmind.com.ua/press/openresult/244
 9. Internet World Stats. Usage and population statistics. Режим доступу: www.internetworldstats.com.