

УДК 339.924

А. В. Грановський,
студент 4 курсу спеціальності "Міжнародні економічні відносини", Інститут
міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

ВПЛИВ МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ НА РОЗВИТОК СУЧАСНИХ МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН

A. Granovsky,
4-th year student at the Institute of International Relations Taras Shevchenko National University of Kyiv

INFLUENCE OF THE INTERNET ON THE DEVELOPMENT OF MODERN INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS

Сьогодні у світі шаленими темпами продовжує набирати силу інформаційна революція, яка докорінно змінює системи відносин між людьми. Нові канали передачі інформації відіграють особливо велику роль у постіндустріальних інформаційних суспільствах, і оперативно збільшують свій вплив у суспільствах, що розвиваються. Ця зміна правил гри у відносинах між людьми має безпосередній вплив на зміну правил гри у міжнародних економічних відносинах. Такі класичні форми МЕВ, як міжнародна торгівля товарами та послугами, міжнародний рух капіталу та робочої сили, міжнародна міграція робочої сили та міжнародне науково-технічне співробітництво змінюються швидше за інші.

Корпорації стають дійсно глобальними за своєю суттю, маючи можливість детально та постійно контролювати діяльність усіх своїх філій у всьому світі, швидкість товарообігу та грошових переказів постійно зростає, значна їхня кількість відбувається миттєво навіть між різними куточками світу, а вільний доступ до інформації кардинально змінює правила гри у питаннях міграції трудового капіталу чи передачі технологій. Світ постійно змінюється і однозначно можна сказати лише одне, що вплив інформаційних технологій на міжнародні економічні відносини потребує більш глибокого дослідження.

The information revolution that fundamentally changes the system of relations between people continues to gain strength with the great speed nowadays. New media channels play a particularly important role in the post-industrial information society, and quickly increase their influence in the emerging societies. This change in the relationship between people has a direct impact on the rules of the game in international economic relations: classical forms of international economic relations such as international trade in goods and services, international movement of capital and labor, international labor migration and international scientific and technical cooperation change even faster than others.

Corporations become truly global in their nature, since now they can constantly monitor the performance of all of their subsidiaries around the world. The flow of goods and capital is growing — much of the latter being instantaneous even between different parts of the world, and free access to information dramatically changes the rules of the game on migration of labor capital or technology transfer. The world is constantly changing and one thing can be said for sure — the impact of information technology on international economic relations requires a more in-depth study.

Ключові слова: Інтернет, міжнародні економічні відносини, інформаційні технології, краудфандинг, пряме кредитування, електронна комерція.

Key words: Internet, international economic relations, information technology, crowdfunding, direct credit, electronic commerce.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Визначальною рисою сучасного етапу розвитку світового господарства є інформатизація усіх рівнів світового господарства та міжнародних економічних відносин. Стрімке поширення доступу до мережі Інтернет (особливо у розвинених країнах, які мають найбільший вплив на міжнародні економічні відносини) та масштабний вплив

нових можливостей, які надає Інтернет на господарські процеси на усіх рівнях — від особи до держави.

Актуальність даної проблеми полягає у гострій потребі в проведенні емпіричного дослідження форматів впливу новітніх інформаційно-комунікаційних технологій на господарську діяльність суб'єктів міжнародних економічних відносин.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Результати впливу інформаційної революції на світову економіку сьогодні є важливою темою дослідження багатьох видатних світових дослідницьких інститутів, зокрема Boston Consulting Group [1], McKinsey [2], Booz & Company [3, 4], Economist Intelligence Unit [5], Columbia Business School [6]. Над тематикою впливу новітніх інформаційних технологій на економіку загалом та різні форми міжнародних економічних відносин, зокрема, працювали такі вчені, як П. Донах'ю [7], С. Моширі та С. Нікпур [8], Р. Дж. Харріс [8], Шан-Ін Чу [10] та інші. Усі вони відмічають пришвидшення транскордонних потоків інформації, товарів, капіталу та робочої сили, які відбуваються через поширення доступу до мережі Інтернет.

МЕТА СТАТТІ

Проаналізувати основні напрями розвитку ключових форм міжнародних економічних відносин під впливом поширення доступу до мережі Інтернет та новітніх інформаційних технологій.

ОСНОВНІ РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Першим і, можливо, найбільш значущим, фактором впливу масового поширення доступу до мережі Інтернет стало забезпечення швидкого та надійного механізму комунікації між суб'єктами господарської діяльності у різних країнах, що, у свою чергу, радикально знизило операційні витрати на інформаційну підтримку ведення та розширення економічної діяльності. Поріг виходу на нові ринки з розповсюдженням мережі Інтернет знизився, і міжнародна торгівля стала доступна кожному — достатньо лише відкрити власний веб-сайт та відправляти товари поштою.

Основні фактори впливу поширення мережі Інтернет на міжнародну торгівлю товарами можна умовно розділити на дві основні категорії:

— Підвищення ефективності вже існуючих бізнесів. З поширенням новітніх інформаційно-комунікаційних технологій компанії, які активно використовують передові технології отримують миттєвий доступ до найбільш актуальної та цінної інформації про структуру ринку, контакти можливих партнерів, потенційно цікаві ніші та перспективні стратегії розвитку.

— Створення принципово нових бізнесів, діяльність яких була б неможливою без доступу до мережі Інтернет. У цю категорію слід віднести ті компанії, які б не продавали товари та не надавали послуги у світі без мережі Інтернет.

Першим і, можливо, найбільш значущим, фактором впливу масового поширення доступу до мережі Інтернет стало забезпечення швидкого та надійного механізму прямої та непрямої комунікації між суб'єктами господарської діяльності у різних країнах, що суттєво зменшило транзакційні витрати грошей та часу на здійснення транскордонної торгівлі. Прискорення обігу коштів та товарів — це, в першу чергу, заслуга прискореного обігу інформації через глобальну мережу Інтернет. Так, зокрема, підручник "Англійська мова в міжнародній торгівлі" зазначає, що листування у міжнародних економічних відносинах могло займати до місяця, адже

навіть найшвидші служби кур'єрської доставки мали фізичні обмеження швидкості передачі листів та посилок [11]. Поширення телеграфу та телефону давало певні переваги, однак обидві ці технології мали обмеження: телеграф — на обсяг переданої інформації, а телефон — високу ціну (для міжнародного зв'язку) та неможливість документального підтвердження усних домовленостей, яке і сьогодні має велике значення у торгівлі.

З поширенням доступу до мережі Інтернет компанії отримали можливість пропонувати свої товари та послуги он-лайн, знаходячи таким чином партнерів та клієнтів у всіх куточках світу. Можливість отримати доступ до актуальної інформації про світові ціни на певну продукцію чи послугу стала значно простішою, а, отже, і дешевшою для великих компаній, і, що не менш важливо, стала доступною для малого та середнього бізнесу, який до цього іноді був змушений працювати в умовах обмеженого доступу до постачальників та покупців, з якими він мав можливість встановити контакти базуючись на географічній близькості.

Дослідженням електронної комерції та особливостей он-лайн торгівлі присвячено багато наукових робіт та доповідей, які аналізують обсяги он-лайн продажів конкретної компанії, конкретної країни (усіх компаній, зареєстрованих у даній країні), або певного регіону (усіх компаній, зареєстрованих у даному регіоні). Серед останніх та найбільш повних досліджень даної тематики можна виділити "The \$4.2 Trillion Opportunity: The Internet Economy in the G-20" від Boston Consulting Group, в якому досліджено обсяги Інтернет-економіки у країнах Великої двадцятки (G20), а також перспективи розвитку даного напрямку [1]. Дане дослідження виділяє фактори, які сприяють розповсюдженню електронної комерції, однак жодним чином не розділяють обсяги продажів он-лайн магазинів на продажі всередині країни та продажі закордон, які фактично є експортом та мають впливати на обсяги міжнародної торгівлі конкретних країн.

До міжнародної торгівлі сьогодні залучаються нові і нові суб'єкти господарювання — в першу чергу малі та середні бізнеси, які знаходять в мережі Інтернет шляхи для дешевого масштабування власної діяльності. Проблема у даному випадку є підрахунок її обсягів, так як через значну кількість малих посилок контролювати вірну оцінку товарів на митниці зазвичай стає проблематично: служби міжнародної доставки товарів зазвичай не перевіряють вміст приватних посилок. Це негативно впливає на точність платіжних балансів, які складають та публікують відповідні органи державного статистичного обліку. Сьогодні цій проблемі не приділяється достатньо уваги, однак її актуальність неодмінно зростатиме, особливо враховуючи темпи росту електронної комерції у всьому світі. Показовим прикладом темпів розвитку он-лайн торгівлі може бути китайська компанія Alibaba Group. Її перший сервіс, Alibaba.com, найбільша у світі платформа для он-лайн торгівлі між компаніями (B2B, business-to-business або бізнес до бізнесу), була запущена у 1999 році для надання можливості малим та середнім китайським бізнесам, переважно виробничого спрямування, знаходити партнерів та торгувати напряму з іноземними замовниками. Станом на

кінець 2012 року платформа заявляє про 36,7 мільйонів активних користувачів з понад 240 країн світу [5]. Пізніше було запущено Taobao.com, он-лайн аукціон формату споживач до споживача (C2C, consumer-to-consumer), який дозволяє купувати та продавати споживчі товари поштучно або у значно менших обсягах, аніж Alibaba.com, і значно більше підходить для простих споживачів. З 500 мільйонами зареєстрованих користувачів станом на червень 2012 року та річними темпами зростання у понад 100% протягом останніх 3 років Taobao Marketplace вже сьогодні обслуговує споживачів у всьому світі [12].

На жаль, Alibaba Group не надає прямої статистики про кількість користувачів у кожному з регіонів, а лише загальну кумулятивну їхню кількість на кожній конкретній платформі. Це ускладнює підрахунок прямого впливу даної платформи на обсяги міжнародної торгівлі, а проблеми її адекватного підрахунку у платіжному балансі вже було розкрито. Однак зробити певні припущення цілком можливо. За найбільш оптимістичними прогнозами, кількість он-лайн покупців у Китаї у червні 2012 року становила 200 мільйонів користувачів [12], що на 300 мільйонів менше, ніж загальна кількість зареєстрованих на Taobao Marketplace користувачів. Тобто навіть припустивши, що усі чи абсолютна більшість людей, які купують он-лайн у Китаї, користуються Taobao, стає зрозуміло, що близько 60% користувачів здійснюють купівлю товарів з-за кордону. У 2012 році загальний обсяг транзакцій у Taobao Marketplace склав 1,1 трлн юанів (171,2 млрд доларів США), що перевищує сукупний обсяг лідерів ринку США — Amazon та eBay [5]. Оціночний обсяг транзакцій за участю іноземних покупців міг становити 60% від цієї суми, тобто 102,7 млрд доларів США. Це більше, ніж експорт Венесуели (96,9 млрд доларів США) чи Південної Африки (101,2 млрд доларів США) за 2012 рік, трохи менше, ніж експорт Угорщини (105,1 млрд доларів США) та значно перевищує даний показник для України (69,8 млрд доларів США) [12]. Враховуючи темпи зростання, які електронна комерція демонструє у всьому світі (Китай є лідером), можна говорити про значний вплив новітніх інформаційних технологій не лише на економічний розвиток конкретних держав, але і на міжнародну торгівлю між ними.

Загалом фактори впливу поширення мережі Інтернет на міжнародну торгівлю товарами можна умовно розділити на дві основні категорії:

1. Підвищення ефективності вже існуючих бізнесів. З поширенням новітніх інформаційно-комунікаційних технологій компанії, які активно використовують передові технології отримують миттєвий доступ до найбільш актуальної та цінної інформації про структуру ринку, контакти можливих партнерів, потенційно цікаві ніші та перспективні стратегії розвитку. Також при застосуванні інформаційних технологій загалом підвищується продуктивність праці всередині самої компанії, що позитивним чином може впливати на її участь у міжнародній торгівлі [1]. Без відповідних технологій діяльність цих компаній також була б можливою, однак їхня ефективність була меншою у порівнянні з конкурентами, що долучаються до інформаційного прогресу.

2. Створення принципово нових бізнесів, діяльність яких була б неможливою без доступу до мережі Інтернет. У цю категорію слід віднести ті компанії, які б не продавали товари та не надавали послуги у світі без мережі Інтернет. Раніше згадані Alibaba Group, Amazon, eBay та тисячі інших компаній, які запропонували нові сервіси виключно у мережі Інтернет, ніколи б не функціонували, а, отже, і не сприяли б збільшенню обсягів міжнародної торгівлі без інформаційно-комунікаційної революції. Головним їх надбанням є створення єдиного дійсно глобального ринку з практично ідеальною конкуренцією, а, отже, і з максимально доступною ефективністю. Важливим фактором функціонування таких компаній є наявність надійного, швидкого та якісного сервісу доставки замовлень покупцям, і ця сфера також демонструє значне зростання. Лише в Китайській Народній Республіці сервіси Alibaba Group генерують понад 60% усіх відправлень посилок поштою в країні з майже 1,5 млрд населенням [12].

До ключових напрямів впливу мережі Інтернет на міжнародні валютно-кредитні та фінансові відносини можемо віднести:

— Запровадження та популяризація систем Інтернет-банкінг, які дають можливість працювати з активами у режимі он-лайн.

— Створення надійних платіжних механізмів для підтримки міжнародної торгівлі товарами і послугами, з можливістю переказу коштів у будь-яку точку Землі за лічені секунди.

— Поява нових принципово нових форм та інститутів кредитування — peer-to-peer lending — та проектного інвестування — crowdfunding — та їх швидка популяризація.

Тут можна виділити дві складові, які стали основою сучасного розвитку грошових відносин у мережі Інтернет:

1. Можливість керування власним банківським рахунком та "реальними" активами за допомогою системи он-лайн банкінг;

2. Можливість використання принципово нових за формою "електронних" грошей.

У даній роботі розподіл зазначених методів оплати не буде проводитися без відповідної необхідності, так як у більшості випадків он-лайн платіжні системи є або органічним продовженням банківських рахунків (тобто, пропонують можливість захисту коштів покупця до виконання замовлення, наприклад, Alipay, PayPal), або пропонують он-лайн еквіваленти звичайних валют (долар США, Євро, Фунт стерлінгів тощо), які обмінюються на звичайні гроші за курсом 1:1 та приймаються більшістю он-лайн магазинів чи бізнесів за тим же курсом (наприклад, Skrill).

Можливості використання власних коштів у мережі Інтернет є невід'ємною складовою подальшого дослідження впливу новітніх інформаційно-комунікаційних технологій на міжнародні валютно-кредитні відносини. Масове поширення та здешевлення доступу до мережі Інтернет, особливо у розвинених країнах, дало змогу користувачам отримати більшу свободу у керуванні власними коштами. Результатом цієї свободи стали транзакції, які б ніколи не відбулися у світі без Інтернету.

Більш новим, але від того не менш перспективним, явищем у міжнародних валютно-кредитних та фінансо-

вих відносинах, що завдячує своїй появі бурхливому розвитку новітніх інформаційних технологій, є принципово нова форма одночасного інвестування та кредитування. Так зване пряме кредитування (з англ. P2P lending, peer-to-peer lending) — це механізм он-лайн площадки, на якій знаходять одне одного кредитори та ті, хто відчуває потребу у позичкових коштах. Принцип їхньої роботи на ідейному етапі не відрізняється від роботи он-лайн аукціонів — тільки тут торгують не товарами, а грошами. Операції споживчого кредитування, якими раніше майже монополюю займалися банки та кредитні установи, сьогодні не лише виконуються без зайвих посередників у режимі он-лайн, а й розвиваються значно динамічніше за своїх конкурентів (близько 30% зростання на рік).

Можна виділити дві основні причини "буму" прямого кредитування — це технологічна еволюція і стрімке зростання кількості користувачів мережі Інтернет та криза недовіри до фінансових посередників, яка була викликана світовою кризою 2008—2009 років, що призвела до зростання невдоволеності людей нинішньою системою фінансових установ. Це вилилось у небажання нести свої заощадження у банки чи інвестиційні фонди і пошук нових методів їхнього вкладання. За допомогою мережі Інтернет ці звільнені кошти знайшли прямий шлях туди, куди їх зазвичай вкладали самі фінансові посередники, зокрема, у сферу прямого споживчого кредитування.

Для дослідження причин зростання популярності нової системи розглянемо механізми її роботи на прикладі ресурсу Lending Club [13]. Ресурс відкритий для реєстрації: необхідно надати документацію про кредитний рейтинг користувача, який може надати банк, а також базову інформацію про рівень доходів та власності, та описати причину потреби у позичкових коштах. Загалом процедура є доволі схожою на отримання банківського кредиту, і це виглядає логічно, враховуючи необхідність повертати кошти. Відмінність від банку полягає у суб'єктах, які приймають рішення стосовно надання чи ненадання позики та відсотків по кредиту: вашу заявку обов'язково внесуть до системи та запропонують усім потенційним кредиторам, і рішення про надання кредиту будуть приймати звичайні люди з усього світу, які даватимуть чи не даватимуть на це свої власні гроші. Прийматися ці рішення будуть у залежності від вашого кредитного рейтингу (яких буде два — один, наданий банком, та один, наданий самим ресурсом відповідно до поданої їм інформації), від вашого опису життєвих обставин, за яких ви прийняли рішення про необхідність отримання позики, та, найголовніше, від відсоткової ставки, яку ви самі запропонуєте за даної позицією.

Це створює максимально ринкові відносини, адже фінансування, яке завжди є обмеженим у обсязі, отримують лише найкращі пропозиції — і відсоткові ставки (ціна вашої позики та прибуток ваших інвесторів) формуються виключно під впливом попиту та пропозиції та даному ринку. Відсоткові ставки, як у випадку з будь-якою інвестицією, зростають відповідно до ризику, який отримує кожна виставлена на ресурсі позика. Клієнт, який бажає позичити кошти, сам встановлює термін, за який він вважає можливим зібрати необхідну йому суму — саме зібрати, адже позики рідко фінансуються од-

нією людиною, зазвичай кредит на 15 000 доларів США на купівлю авто профінансують декілька десятків людей — кожен з яких дасть певну частину, і отримує певний відсоток від прибутку за даною позицією, пропорційно до власної інвестиції. Для потенційних інвесторів така система є цікавою в першу чергу через те, що дає можливість власноруч оцінювати привабливість кожної з наявних пропозицій та фінансувати те, що викликає довіру. Це має нівелювати, чи, принаймні, зменшувати ризики безвідповідального ставлення певних робітників фінансової сфери, та перекладає усю відповідальність за власні кошти на особу, яка їх інвестувала — тобто на власника. Сам же ресурс прямого кредитування заробляє на певному відсотку від профінансованих позичок, який тим не менше, зазвичай є значно нижчим, ніж маржа банку чи кредитної спілки. Формалізуючи аспекти роботи он-лайн площадки прямого фінансування, серед переваг для позичальників виділимо наступне:

— Можливість отримати кредит навіть у випадку відмови у банку.

— Можливість власноруч обирати відсоткову ставку — відповідно до ситуації на ринку.

— Можливість власноруч встановлювати терміни фінансування.

— Відсутність проблем з банківськими колекторами у випадку неповернення кредиту.

— Загалом нижча відсоткова ставка, у якій відсутня маржа фінансової установи.

Серед недоліків даного механізму для позичальників можна зазначити:

— Необхідність сплати комісії системи прямого кредитування.

— Ризик не отримати бажану позику (якщо вона не викликає інтересу інвесторів).

— Погіршення кредитного рейтингу в разі несплати або невчасної сплати.

Для потенційних кредиторів та інвесторів переваги будуть наступними:

— Можливість власноруч приймати інвестиційні рішення в залежності від потенційного ризику та обіцяного прибутку.

— Загалом вища прибутковість, ніж за банківськими депозитами.

— Незалежність від фінансових проблем у банку чи кредитної спілки.

Серед негативних аспектів даного механізму в очах потенційних інвесторів зазначимо:

— Відсутність державного страхування депозитних вкладів.

— Необхідність витратити власний час на пошук кращих пропозицій.

Міжнародний аспект у роботі даної системи є схожим за суттю з відповідною характеристикою системи он-лайн торгівлі товарами та послугами, однак має і певну свою специфіку: потенційними користувачами даної системи є усі користувачі мережі Інтернет, а це вже понад 2,3 млрд осіб. Реальні рівні використання, однак значно нижчі — у той час як інвестувати власні кошти може кожен бажаючий, для отримання позики необхідно відповідати певним критеріям, які обмежують використання даної системи у країнах, банки яких не надають необхідну документацію по кредитному рейтингу особи. Та

навіть за відсутності цієї перепони, у питаннях інвестування власних коштів значна частина людей залишаються доволі консервативними і не бажають ризикувати у нових форматах. Незважаючи на усі зазначені перепони, популярність системи прямого он-лайн кредитування є суттєвою у розвинених країнах (в першу чергу США, Велика Британія та деякі країни ЄС) та демонструє при цьому значний потенціал зростання. Конкуренція, яку нові механізми створюють для традиційних фінансових установ, можна оцінити лише позитивно, адже вона змушує усю систему розвиватися та рухатися вперед — адже прибуток у результаті отримують лише ті, хто запропонують найкращий продукт. Знову можна констатувати, що новітні інформаційно-комунікаційні технології приводять до зростання значущості акторів мікрорівня міжнародних економічних відносин, та, полегшуючи доступ до інформації, створюють умови для більш конкурентного, а, отже, і більш ефективного середовища для діяльності суб'єктів господарювання.

Продовжуючи розгляд методів інвестування, можливості для якого створюються у мережі Інтернет, окремим видом є проектне фінансування або краудфандинг. Сучасна західна наукова думка вбачає становлення нового типу інвестиційного капіталу, який, на відміну від вже існуючого капіталу (банківський, капітал інвестиційних фондів, венчурних інвесторів та ін.), має практично необмежену базу — це капітал користувачів (customer capital). У новій моделі користувачі відіграють нову для себе роль у процесі виробництва — вони стають інвесторами, які надають концепції або ідеї, грошову підтримку для налагодження виробництва або сервісу [14]. Краудфандинг — це модель отримання стартового фінансування для проекту шляхом збору коштів від значної групи людей (від англ. crowd — "натоп"), зазвичай через мережу Інтернет [14]. Фінансування за схемою краудфандингу може виконувати різні функції — історія того, що сьогодні називається краудфандингом, бере свої корені з тих часів, коли люди колективно збирали кошти на створення суспільного блага. Певною мірою краудфандингом можна вважати усі податки, які громадяни сплачують державі в обмін на те, що держава забезпечує функціонування базових суспільних інститутів та установ: будівництво доріг чи озеленення міста є спільним інтересом усіх чи більшості мешканців, і виконується посередником (владою) їхнім коштом. Причини поширення інтересу до використання краудфандингу для фінансування бізнесу сьогодні схожі до причин популяризації прямого кредитування: це поява технічної можливості та послаблення довіри до фінансових посередників [14].

Краудфандинг якісно відрізняється від інших моделей фінансування тим, що в даному випадку споживачі виконують функцію не лише об'єкту, на який орієнтовано продукт, співрозробника, який вказує на характеристики бажаного продукту, але й інвестора, який фінансовою підтримкою робить можливим реалізацію ще нествореного продукту [14]. Принциповою особливістю тут є аналіз попиту на ще невироблений продукт чи ненаданий сервіс: описуючи бізнес план свого проекту, автор перевіряє гіпотетичний попит на свою продукцію, і, зазвичай, пропонує певні привілеї тим, хто готовий профінансувати його проект. Натоп "голосує доларом", а підприємець отримує не лише кошти для початку своєї

діяльності, але і підтвердження майбутнього попиту на свою продукцію разом зі спільнотою людей, які можуть допомогти у запуску проекту [14]. Актуальним трендом останніх років є поява широкого спектру краудфандингових Інтернет платформ, які пропонують ринкові майданчики для взаємодії потенційних підприємців та їх можливих інвесторів. Обсяг краудфандингового фінансування за допомогою мережі Інтернет у 2011 році зріс на 266 %. Однією з найбільш популярних платформ сьогодні є заснований у 2009 році The Kickstarter. Станом на 4 березня 2013 року лише в рамках даної платформи було успішно профінансовано 37020 проектів на загальну суму \$ 428 млн. Комісія платформи становить 5 % від вартості зібраних коштів, причому автор ідеї отримує фінансування лише у випадку 100% фінансової підтримки його проекту — якщо поставленої цілі не було досягнуто, то усі, хто підтримали проект отримують свої гроші назад [14]. Особливістю краудфандингу є його справді "глобальний" статус: долучитися до проекту може абсолютно кожен, хто має доступ до мережі Інтернет, а це понад 2,3 млрд осіб у 2012 році.

За даними Crowdsourcing.org, у березні 2013 року налічувалось вже 761 краудфандингова платформа у понад 60 країнах світу, що на 68% більше, ніж у квітні 2012 року [14]. Платежі у підтримку проектів здійснюються за допомогою міжнародних платіжних систем, доступних у більшості країн світу. Нематеріальні винагородити інвестори отримують також у мережі Інтернет (визнання у соціальних мережах), а матеріальні — за допомогою служб доставки товарів чи у вигляді прибутку на інвестовані кошти [14]. Зрозуміло, що краудфандинг — це не лише метод фінансування підприємницької діяльності, він широко використовується також і для збору благодійних пожертвувань, підтримки мистецтва, соціальних проектів; однак найбільшими за масштабом залишаються саме комерційні бізнес проекти, як то годинник Pebble (зібрано понад \$10 млн) чи ігрова приставка Ouya (понад \$8,5 млн). Після введення в дію у США прийнятого у 2012 році JOBS Act, участь інвесторів у капіталі підприємств через краудфандингові платформи вийде з юридичного вакууму та отримає необхідне регулювання, і вся галузь отримає додатковий поштовх для подальшого динамічного зростання [14].

Виділення міжнародного аспекту краудфандингу може бути проблематичним, адже, так само як і пряме кредитування, і електронна комерція, він має скоріше глобальний, світовий характер. Сутність цього підходу полягає у тому, що перевагами нових механізмів та платформ можуть скористуватися та, що більш важливо, користуються у будь-якій країні, в якій є доступ до мережі Інтернет. Враховуючи, що значна кількість винагородити за підтримку проектів можуть бути надані напряму в мережі Інтернет, або надіслані у будь-яку країну світу за допомогою міжнародних служб доставки, зацікавленість у підтримці проектів знаходять мешканці багатьох країн світу.

ВИСНОВКИ

Використання Інтернет у діловій практиці для багатьох зарубіжних компаній стало звичною нормою. Глобальна мережа Інтернет сьогодні використовується не тільки для обміну інформаційними повідомленнями і для доступу до

різноманітних інформаційних ресурсів, все більше застосування знаходять Інтернет технології для здійснення конкретних комерційних операцій. У даному контексті використання Інтернет і сучасних технологій дозволяє отримати істотні переваги завдяки скороченню витрат, прискоренню різноманітних бізнес-процесів, внаслідок чого зростає привабливість та загальна прибутковість діяльності компаній.

Сьогодні стрімке зростання популярності мережі Інтернет та інформаційно-комунікаційних технологій обумовлюється тим, що потенційний ринок надання послуг на основі Інтернет є глобальним за своєю природою. Кордони залишаються в минулому, адже інформація їх оминає. Інтернет дозволяє суб'єктам господарювання долати перешкоди, пов'язані з проведенням фінансових операцій з клієнтами в географічно віддалених регіонах, і тим самим істотно розширити межі ведення бізнесу. Процес глобалізації почався у 1492 році з відкриттям Нового світу Христофором Колумбом. З підключенням останньої людини до мережі Інтернет він, скоріш за все, успішно завершиться, і є висока ймовірність того, що це станеться вже у XXI столітті.

Література:

1. The \$4.2 Trillion Opportunity: The Internet Economy in the G-20, — Boston: Boston Consulting Group, 2012. — 53 p.

2. How companies are benefiting from Web 2.0 [Електронний ресурс] // McKinsey. — 2009. — Режим доступу: https://www.mckinsey.com/Client_Service/media_and_entertainment/~media/15224E6481DD4B599A98AB4499057C2A.ashx

3. Jaruzelski B. The 2013 Global Innovation 1000 Study: Navigating the Digital Future [Електронний ресурс] / B. Jaruzelski, R. Holman // Booz & Company. — 2013. — Режим доступу: <http://www.strategyand.pwc.com/global/home/what-we-think/reports-white-papers/article-display/2013-global-innovation-1000-study>

4. Digital Highways: The Role of Governments in 21st Century Infrastructure / Booz & Company. — New York, 2009. — 20 p.

5. Jon Berkeley E-commerce in China: The Alibaba phenomenon / Jon Berkeley // The Economist. — 2013. — № 9.

6. The Impact Of Broadband On Jobs And The German Economy: future investment until 2020. — New York: Columbia business school, 2010.

7. Paul Donohoe Postal Services — enabling SME in E-commerce market / Paul Donohoe // Universal Postal Union [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://www.wto.org/english/tratop_e/devel_e/wkshop_apr13_e/paul_ponohoe.pdf

8. S. Moshiri and S. Nikpour International ICT Spillover / S. Moshiri and S. Nikpour // J. Steyn and G. Johanson, Eds., ICTs and Sustainable Solutions for the Digital Divide: Theory and Perspectives, Information Science Reference. — 2010.

9. Harris R. G. The Internet as a GPT: Factor Market Implications / R. G. Harris // NBER Working Papers. — 1998. — № 5.

10. Shan-Ying Chu Internet, Economic Growth and Recession Modern Economy / Shan-Ying Chu // Modern Economy. — 2013. — № 4. — P. 209—213.

11. Англійська мова в міжнародній торгівлі [Текст] / В.В. Дайнеко [та ін.]; Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Ін-т міжнар. відносин = Foreign trade correspondence / V. Daineko [a. o.]: навч. посіб. для студ. ф-тів та ін-тів міжнар. відносин. — К.: Арії, 2007. — 305 с.

12. China B2C E-commerce Market 2010-2016 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.china-internetwatch.com/1808/china-b2c-e-commerce-market-2010-2016/>

13. Lending Club: [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.lendingclub.com/>

14. Crowdfunding industry report: market trends, composition and crowdfunding platforms / Massolution. — New York, 2012. — 30 p.

References:

1. Boston Consulting Group (2012), The \$4.2 Trillion Opportunity: The Internet Economy in the G-20, — Boston. Boston: Boston Consulting Group.

2. McKinsey, (2009), How companies are benefiting from Web 2.0 . Available: https://www.mckinsey.com/Client_Service/media_and_entertainment/~media/15224E6481DD4B599A98AB4499057C2A.ashx. Last accessed 20th May 2014.

3. Jaruzelski B. (2013), The 2013 Global Innovation 1000 Study: Navigating the Digital Future. The 2013 Global Innovation 1000 Study.

4. Booz & Company (2009), Digital Highways: The Role of Governments in 21st Century Infrastructure . New York: Booz & Company.

5. Berkeley, J. (2013), E-commerce in China: The Alibaba phenomenon. The Economist. 1 (9).

6. Columbia business school (2010), The Impact Of Broadband On Jobs And The German Economy: future investment until . New York: Columbia business school.

7. Donohoe, P. (2012), Postal Services — enabling SME in E-commerce market. Available: https://www.wto.org/english/tratop_e/devel_e/wkshop_apr13_e/paul_ponohoe.pdf. Last accessed 25 march 2014.

8. Moshiri, S. and Nikpour, S. (2010), International ICT Spillover . ICTs and Sustainable Solutions for the Digital Divide: Theory and Perspectives, Information Science Reference.

9. Harris, R. G. (1998), Internet as a GPT: Factor Market Implications. NBER Working Papers.

10. Shan-Ying, Chu. (2013), Internet, Economic Growth and Recession. Modern Economy. 1 (4), p. 209—213.

11. Daineko, V. and others (2007), Foreign Trade Correspondence. Kyiv: Ariy.

12. China Internet Watch. (2012), China B2C E-commerce Market 2010—2016. Available: <http://www.chinainternetwatch.com/1808/china-b2c-e-commerce-market-2010-2016/>. Last accessed 24th May 2014.

13. Lending Club (2012), About Lending Club. Available: <http://www.lendingclub.com>. Last accessed 23th May 2014.

14. Massolution (2012), Crowdfunding industry report: market trends, composition and crowdfunding platforms. New York: Massolution, pp. 1—30.

Стаття надійшла до редакції 06.06.2014 р.