

*Коретнюк Ю.**

ІНТЕРНЕТ-БІЗНЕС ЯК НОВІТНЯ ФОРМА ВЕДЕННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Сучасне світове господарство є результатом глибокої еволюції економічних процесів, їх інтернаціоналізації. Використання інформації у всіх сферах економічного, соціального, політичного життя суспільства, що підтримується швидким розповсюдженням комп'ютерних та інформаційних технологій, стає рушійною силою великих змін у всіх основних сферах життєдіяльності суспільства. З огляду на зазначене, дослідження сфери міжнародного електронного бізнесу стає надзвичайно актуальною. Інтернет і електронна торгівля грають у цьому процесі одну з найважливіших ролей.

З кожним роком Інтернет усе глибше проникає в діяльність компаній, змінюючи стиль ведення бізнесу, його вигляд, надаючи нові можливості й унікальні технології для його розвитку. Інтернет має свої закони, свої можливості й особливості, свої переваги і недоліки.

Використання Інтернету в традиційному бізнесі набуває стратегічного значення не тільки для іноземних компаній, але і для вітчизняних. Це пов'язано з експонентним ростом кількості відвідувачів Інтернету і з перетворенням його в основний канал продажів для багатьох галузей бізнесу.

Застосування сучасних інформаційних технологій у бізнесі формує нові напрямки в глобальній системі координат світової економіки. Цей напрямок сьогодні прийнято називати Інтернет-економікою. Інтернет дає можливість вітчизняним компаніям вийти на світовий ринок, розширює канали збуту, поєднує постачальників і покупців у єдину систему. Обороти електронної торгівлі складає такі значні суми, що порівнянні з ВВП таких країн як Франція, Італія, Великобританія. Тому не можна ігнорувати або применшувати значення цього нового сектора економіки. Ведення великомасштабного бізнесу в сучасних умовах без використання інформаційних технологій не представляється можливим. Для малого і середнього бізнесу Інтернет дає прекрасну можливість для просування.

Вирішення стратегічних для України завдань досягнення рівня високорозвиненої країни та включення у світові економічні процеси в якості рівноправного партнера ставить на порядок денний питання широкомасштабної розбудови інформаційної сфери. З огляду на зовнішні соціально-економічні процеси, що відбуваються в сучасному світі і впливають на галузь зв'язку України, відбуваються структурні зміни у споживанні послуг зв'язку у бік зростання попиту на послуги мережі Інтернет. Але, незважаючи на це, Україна відстає від розвинених країн щодо споживання послуг мережі Інтернет. Це свідчить про дію низки негативних чинників, вплив яких на попит у послугах мережі Інтернет значний на даному часовому проміжку.

Електронною комерцією вважаються усі торговельні операції, що відбуваються із залучення електронних технологій, включаючи Інтернет. Електронні послуги у вузькому

* студент відділення міжнародного бізнесу Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Науковий керівник: доц. Мазуренко В.П.

розумінні поділяються на прямі продажі, банківські послуги та розповсюдження інформації. Проведення підприємницької діяльності допомагає значно скоротити видатки на утримання та ведення бізнесу.

Найбільш популярними формами електронної торгівлі є B2B (торгівля на електронному рівні поміж підприємствами) та B2C (продаж виготовленої продукції споживачеві). Останнім часом також набуває розповсюдження так званна аукціонна форма торгівлі, що називається C2C, і характеризується прямим обміном поміж споживачами за допомогою систем предметних торгів.

Стратегії електронної торгівлі можна поділити на стратегії володіння (використання розробленого механізму електронної комерції), формування (розробка механізмів проведення електронної комерції та продажу) і вкладення (інвестування розробки механізмів електронної комерції з метою подальшого продажу), при цьому технологічні можливості можуть також бути подрібнені ще на три категорії: спостерігачі (купають механізм після того, як він стає зарекомендований на ринку), користувачі (постійно вдосконалюють механізм проведення електронної комерції за рахунок постійної його модернізації) та новатори (не очікуючи розробки нових механізмів, постійно намагаються модернізувати їх).

Усі грошові операції, що відбуваються у Інтернет комерції відбуваються через систему Інтернет-еквайрингу, за допомогою якої банківські установи миттєво переказують гроші з рахунку на рахунок. Найбільш популярними системами платежів у Інтернеті є CyberCash (Інтернет валюта як альтернатива реальній) та DigiCash (яка характеризується високим рівнем надійності та використовується для проведення транзакцій з великими сумами грошей).

Якщо на початковому етапі свого розвитку Інтернет служив лише для спілкування і поширення некомерційної інформації, то сьогодні вже очевидно, що мережеві технології можуть успішно використовуватися і в комерційних цілях. На сьогодні спостерігається значне підвищення оборотів у електронній комерції через використання платіжних систем та розрахунків у Інтернеті.

Найбільше споживачів, що користуються Інтернет комерцією, з США, де сумарний дохід від електронної комерції в 2008 році склав 1.8 трлн долларів США. На другому місці виступає Європейський Союз. Планується, що через кілька років Азійський ринок стане наймасштабнішим споживачем електронних послуг.

Необхідною умовою становлення нової економічної інфраструктури в Україні стало створення і розвиток фінансового ринку та його складових - ринків фінансових послуг.

З розвитком Системи електронних платежів (СЕП) комерційні банки консолідували свої кошти на єдиному кореспондентському рахунку в НБУ, що значно підвищило їх ліквідність та прибутковсність, забезпечило можливість ефективного використання грошей, захисту інтересів кредиторів і вкладників, дало змогу банкам ефективніше використовувати ресурси, а їх клієнтам - гроші. Разом із СЕП поступово було впроваджено жорстку систему платіжної дисципліни між контрагентами, що стало важливим фактором розвитку підприємництва.

Частка українських користувачів Мережі, на жаль, набагато нижча, ніж у розвинутих країн.

Все більша кількість компаній, які займають торгівлею чи наданням послуг на міжнародному рівні, намагаються розширити свій ринок, але перетворення на ТНК чи розширення дилерської та представницької мереж за межами країни базування потребує значних інвестицій та низки домовленостей у юридичном та законодавчому аспектах країни, у якій планується налагодити бізнесову мережу.