

Будущие специалисты наших вузов, воспитываемые на огульном отрицании, выхолащивании из памяти всего положительного, в том числе и того, что накопила советская экономическая наука, если в дальнейшем будут изучать национальную экономику по зарубежным учебникам и «творчески» переработанным их отечественным аналогам, окажут плохую услугу своему народу, своим детям. Все это дорого обойдется народам посткоммунистических стран. История может жестоко наказать за невыученные и неверно преподнесенные уроки, формируя у специалистов неверные представления о путях, возможностях и методах решения проблем национальной экономики Украины.

Сегодня нельзя анализировать проблемы национальной экономики обращаясь только к стандартным зарубежным курсам заформализованным, отличающимся абстрактностью «Экономиксам». Надо обобщить и взять все лучшее из серии выпущенных учебников по «политэкономии» в Украине и внедрять в учебный процесс на всех факультетах, упразднив «Курсы по выбору» по экономическим проблемам, оставив их только на экономическом факультете. Все изданные на Украине учебники по политэкономии пронизаны основными категориями в марксистской трактовке. Необходимо сохранить достижение теории, которая была раньше господствующей, очистив ее от искусственных идеологических наслоений. Такой подход окажется наиболее плодотворным на пути нового облика политической экономики.

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОГО БИЗНЕСА В УКРАИНЕ

Крапивный И.В., Вихров Д.Ю.

Рыночные преобразования в Украине осуществляются одновременно с информатизацией общества, которая в современных условиях находит свое выражение в развитии информационной инфраструктуры на всех стадиях воспроизводственного процесса.

Появление глобальных сетей связи, и в первую очередь Интернет, привело к настоящей революции в области организации и ведения коммерческой деятельности. Преобразования коснулись как внешних отношений между компаниями и их партнерами или клиентами, так и внутренней структуры самих компаний. Появились не только новые направления ведения бизнеса, но и принципиально из-

меняются традиционные формы его организации. Ведущей тенденцией развития бизнеса в 21 веке становится его электронизация.

Революционизирующее действие информационной технологии приводит к тому, что в информационном обществе классы заменяются социально недифференцированными “информационными сообществами”. На смену традиционным громоздким корпорациям приходят “малые” экономические формы - индивидуальная деятельность на дому, “электронный коттедж”.

В последние годы эти тенденции становятся все более явными и компании, которые не учитывают потенциал электронного бизнеса, могут утратить свои коммерческие позиции под натиском конкурентов, более способных к адаптации.

Электронный бизнес (е-бизнес) - это преобразование основных бизнес-процессов при помощи информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) и Интернета. Уникальность использования Интернета в электронном бизнесе состоит в интерактивном характере коммуникаций между рыночными субъектами, то есть в возможностях многосторонней связи в режиме реального времени (“on-line”) и мгновенной обратной реакции на полученную информацию.

Внутренняя организация компании на базе единой информационной сети (интранет), повышающей эффективность взаимодействия сотрудников и оптимизирующей процессы планирования и управления; внешнее взаимодействие (экстранет) с партнерами, поставщиками и клиентами - все это составляющие е-бизнеса.

Важнейшим элементом электронного бизнеса, которое способствует повышению конкурентоспособности национальной экономики, является электронная коммерция. В развитых странах электронная коммерция стала самостоятельным звеном юридических взаимоотношений во внутренней и международной торговле. Появились определенные правовые категории - электронное соглашение, электронная подпись, электронные платежи, электронные деньги. Объем мирового рынка электронной коммерции превысил в 2001 г. 500 млрд.долл. США и по прогнозам к началу 2004 г. должен увеличиться до 1,5 трл. долл. США.

Под электронной коммерцией (е-коммерция) подразумеваются любые формы сделок, которые проводятся с помощью информационных сетей без какого-либо физического обмена или контакта партнеров в режиме on-line.

Принято выделять четыре направления электронной коммерции:

1. На корпоративном уровне или технология B2B (business-to-business). Технология B2B включает в себя все уровни взаимодействия между производственными компаниями;

2. Непосредственная торговля с потребителями или технология B2C (business-to-consumers). Технология B2C представляется наиболее перспективной с коммерческой точки зрения. Его основу составляет электронная розничная торговля;

3. Технология B2A (business-to-administration), которая включает деловые связи коммерческих структур с правительственными организациями, начиная от местных властей и заканчивая международными организациям.

4. Технология C2A (consumers-to-administration) наименее развита, однако имеет весьма высокий потенциал, который может быть использован для организации взаимодействия правительства и потребителя, особенно в социальной и налоговой сфере.

Преимущества е-коммерции по сравнению с традиционными видами деловой активности достаточно значимы:

- Использование электронных форм коммуникации позволяет существенно снизить затраты на организацию и поддержание всей инфраструктуры бизнеса;
- Снижаются затраты на рекламу и обслуживание и как следствие - цена на товар;
- Сокращается время на оформление и выполнение заказа;
- Появляется возможность непрерывного контроля за заказами, в том числе в период послепродажного обслуживания;
- Возможна персонализация обслуживания клиента;
- Расширяется рынки сбыта товаров и услуг для продавца и возможности выбора для покупателя;
- Появляются принципиально новые возможности для маркетинга.

Важной составляющей электронного бизнеса, тесно связанной с рассмотренными выше направлениями, является Интернет-банкинг. Современное состояние Интернет-банкинга позволяет клиенту получать все банковские услуги, не посещая банковский офис. Отдаленное обслуживание клиентов через Интернет выгодно прежде всего банкам потому, что к минимуму снижаются затраты банка, связанные с осу-

ществлением операций. Такая форма обслуживания выгодна и клиентам. Поэтому все большее количество людей пользуется Интернет-услугами.

К факторам, которые являются наиболее значимыми для клиентов, относятся: возможность получать разнообразные услуги и привлекательные процентные ставки при невысокой стоимости услуг. Чем лучше банк обеспечивает выполнения этих двух условий, тем больше клиентов он может привлечь. Сегодня лучшие системы удаленного банковского обслуживания предлагают потребителям практически весь спектр услуг, доступных клиентам в офисе банка: операции со своими счетами (балансы, выписки, переводы из счета на счет), инвестирования средств (депозиты, ценные бумаги, валютные спекуляции), переводы и оплата счетов за товары и услуги (разовые и периодические платежи) и даже выдача кредитов. Однако, главная причина, которая сдерживает развитие Интернет-банкинга в Украине - это отсутствие доверия к банкам. Отсутствие развитого рынка электронной коммерции в Украине также является одним из важнейших факторов, сдерживающих развитие этого направления Интернет-услуг.

В целом, в Украине распространение Интернет-услуг идет довольно медленно. Основными препятствиями развития электронного бизнеса являются отсутствие соответствующей законодательной базы, неразвитость структуры коммуникаций, низкое обеспечение предприятий и населения компьютерной техникой, отсутствие необходимой информации и систем ее защиты, низкая покупательная способность населения, недоверие к возможностям Интернет-бизнеса и др.

Рынок Интернет-услуг в Украине еще только формируется. Однако, для активного развития электронного бизнеса прежде всего нужны потребители таких услуг. В Украине насчитывается 400-500 тыс. пользователей сети Интернет. К примеру, в США количество пользователей (населения) превысило 400 млн. в 2002 г. Следовательно, развитие электронного бизнеса, как и Интернет-услуг вообще, сдерживается небольшой аудиторией пользователей сети Интернет. И без проведения активной государственной информационной политики, поддержанной соответствующими законодательными инициативами, а также другими направлениями государственной экономической политики, Украина может остаться на периферии мирового социально-экономического развития.