

О. Ю. Гулевич,
*кандидат економічних наук, доцент, в.о.
завідувача кафедри фундаментальних
економічних дисциплін,
Національна академія статистики, обліку та аудиту*

ІНТЕРНЕТ-ЕКОНОМІКА СУЧАСНОГО ГЛОБАЛЬНОГО ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА

У сучасному інформаційному світі сформувалася нова ринкова спільнота, заснована на Інтернеті. Ця глобальна мережа увійшла в усі сфери економічного життя. Ступінь проникнення технологій Інтернету в бізнес економічно розвинених країн наближається до 100% (в Україні – близько 70%). За даними Міжнародного союзу електрозв'язку (МСЕ), станом на кінець 2014 року в світі налічувалося майже 3 млрд користувачів Інтернету [1]. В Україні станом на 01.01.2015 року загальна Інтернет-аудиторія на всій території (без урахування АР Крим) зросла на 3 млн порівняно з 2014 роком і склала 21,8 млн користувачів [2].

Незважаючи на те, що питання, пов'язані з інформаційними технологіями та їх впливом на економіку, активно розглядали як зарубіжні, так і вітчизняні вчені (К. Браун, П. Стігл, В. Андрієнко, О. Фанагіна, А. Гафіяк та ін.), слід констатувати: багато термінів, пов'язаних з використанням інформаційних технологій в економіці, не мають чітких загальноприйнятих визначень, хоча і широко застосовуються у наукових публікаціях і в навчальній літературі.

Під терміном «Інтернет-економіка» будемо розуміти розвиток бізнесу в Інтернеті: відкриття сайту і віртуальних магазинів, використання електронної реклами і маркетингу, електронного документообігу тощо.

Розвиток Інтернет-економіки базується на двох факторах, які взаємно доповнюють один одного: перший – стрімке зростання кількості комп'ютерів (гаджетів) і другий – поширення і розгалуження комп'ютерних мереж, що спричинює здешевлення їх використання. Тож за останні 10 років усі основні види економічної діяльності були охоплені Інтернетом. Сформувалися такі сегменти Інтернет-економіки: Інтернет-торгівля, Інтернет-реклама, Інтернет-біржі, Інтернет-банкінг, Інтернет-інвестування.

Інтернет-торгівля включає два великі сектори: торгівлю між фірмами, яку називають В2В (бізнес для бізнесу) і роздрібну торгівлю В2С (бізнес для споживача). У роздрібній торгівлі швидко зростають кількість та обсяги продажів Інтернет-магазинів. Так, в Україні у 2013 році покупці витратили на придбання продукції через Інтернет більше 2 млрд дол. США [3]. Роздрібна Інтернет-торгівля дає ряд переваг як для споживача, так і для продавця. Для споживача – це, перш за все, зниження ціни як результат конкуренції між продавцями однорідної продукції, для продавця – економія на приміщеннях,

торговельному обладнанні та трансакційних витратах. Наприклад, продаж авіаквитків в Інтернеті дає можливість знизити витрати на обробку однієї заявки від 8 доларів США до 10 центів.

Інтернет-реклама має такі переваги порівняно з традиційною:

1) вартість Інтернет-реклами значно нижча за її більш традиційні аналоги, наприклад друкарську або зовнішню рекламу, а ефективність – незрівнянно вища.

2) активна взаємодія з аудиторією, тобто отримання зворотного зв'язку від споживача через Інтернет.

3) можливість точного і швидкого вимірювання кількості звернень до рекламної об'яви, а отже, чіткого визначення певної цільової аудиторії і тим самим – зменшення витрат.

4) можливість надати найбільш детальну інформацію про продукцію.

Інтернет-банкінг стає однією з найбільш перспективних форм банківської діяльності. Його головна перевага полягає у швидкості та дешевизні обслуговування. Собівартість банківських послуг в Інтернеті зменшується порівняно з традиційним обслуговуванням у 8–10 разів.

У сфері інвестування Інтернет започаткував два явища.

1. З'явилися нові привабливі об'єкти для інвестування – Інтернет-корпорації. Зростання ринкових цін їхніх акцій є більш значним і стійким, ніж збільшення капіталізації корпорацій у традиційних галузях економіки. За незначних розмірів основного капіталу Інтернет-корпораціям властива величезна капіталізація, що сягає мільярдів доларів. Так, на кінець ХХ століття у США 3/4 створюваної у промисловості доданої вартості забезпечували інформаційні технології.

2. Інтернет став найбільш перспективним інструментом для приватних інвестицій. Сьогодні кожна людина може брати участь в інвестиціях у глобальному масштабі: за допомогою Інтернету можна купувати і продавати акції практично усіх корпорацій світу, працювати на ф'ючерсних ринках, купувати облігації, грати на різниці курсів валют (система Forex) тощо.

Отже, Інтернет-економіка стає важливим явищем сучасної глобальної економічної системи, однією з найбільш впливових сил, що визначають подальший розвиток цивілізації. Вона формує нову цивілізаційну ідентичність людей, які широко використовують як у бізнесі, так і у побуті нові інформаційно-комунікаційні технології.

Список використаних джерел

1. Міжнародний союз електрозв'язку [Електронний ресурс] / Постійне представництво України при відділенні ООН та інших міжнародних організаціях у Женеві. – Режим доступу : <http://geneva.mfa.gov.ua/ua/ukraine-io/itu>
2. Кількість регулярних Інтернет-користувачів в Україні зросла до 21,8 млн. [Електронний ресурс] / SIPNET. – Режим доступу : <https://www.sipnet.net/uk/news>
3. Валькова Н. В. Розвиток інтернет-торгівлі в Україні: динаміка та вплив факторів / Н. В. Валькова // Наук. вісник Ужгородського університету. Серія : Економіка : зб. наук. праць. – 2014. – Вип. 2 (43). – С. 39–42.
4. Чорна Г. Ю. Роль інформаційних технологій у підвищенні ефективності економіки / Г.Ю. Чорна // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності. – 2013. – Т. 1, № 1. – С. 352–356.