

рингу не вимагається заставного забезпечення або кредитної історії, необхідна лише історія роботи з дебіторами. Факторинг вигідний не лише постачальникам, але й покупцям. Без сумніву виграш має і кредитна організація, оскільки разом зі збільшенням оборотів прямо пропорційно збільшуються обсяги факторингового фінансування. Такої динаміки немає у жодного кредитного продукту.

В Україні факторинг поки ще не розглядається в якості самостійної сфери діяльності. Банки надають перевагу зайняттям факторингом як послугою лише розширюючи асортимент кредитних продуктів. В той же час спеціалізованих факторингових компаній на ринку практично не існує.

В Україні склалася ситуація, за якої даний фінансовий інструмент, який займає пристойне місце в світовій економіці, не розвивається. Потрібні умови, в першу чергу інституційного характеру, які б прискорили процес формування і діяльності факторингових структур. Загальновідомо, що там, де, за різними причинами, бізнес не бажає вкладати гроші або робити ризикові витрати, потрібні зусилля держави. Тому, ми вважаємо, що найдоцільнішим підходом в такій ситуації буде створення самостійних факторингових структур, одним із засновників яких повинна стати держава.

В. Б. Богдан

Київський національний торговельно-економічний університет

БАНКІВСЬКІ ПЛАТІЖНІ КАРТКИ У СИСТЕМІ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ

Стрімкий розвиток сучасних інформаційних технологій та методів ведення бізнесу формують нові напрямки в глобальній системі світової економіки. Сьогодні їх називають «ною економікою» та «Інтернет-економікою». Перспективною структурою даного сектору є електронна комерція (e-commerce). Деякі автори визначають електронну комерцію як «ведення бізнесу в Інтернет і за допомогою Інтернет». Інші її розуміють як «комплекс організаційних, технічних і програмних засобів, призначених для створення і розвитку середовища взаємодії суб'єктів комерційної діяльності в мережі Інтернет»[3].

У роботі висвітлені основні тенденції розвитку системи електронних платежів та місце платіжних карток в системі електронної комерції.

Платіжні системи є одним із основних елементів інфраструктури системи електронної комерції. Можна виділити наступні основні механізми оплати, що використовуються в онлайнових платіжних системах: 1) кредитні картки, 2) дебетні схеми, 3) електронні гроші, 4) Інтернет-банкінг, 5) оффлайн методи розрахунків.

Більшість діючих систем не можна однозначно віднести до того чи іншого типу, так як інколи в рамках однієї системи використовується декілька механізмів, а інколи в основі системи лежить гібридна схема.

Серед методів проведення інтернет-платежів саме з використанням кредитних карток проведено: 88 % обсягу транзакцій у США, 81 % — у Великобританії, 61 % — у Франції, 20 % — у Німеччині [1].

Потрібно виділити ряд переваг, що надають електронні платіжні системи. Для покупця: достатньо висока надійність; підтримка з боку лідерів як ринку інформаційних технологій, так і ринку розрахункових систем; можливість заощадити час при пошуку товару; більш широкий вибір товарів; цілодобовий доступ покупців до інформації про товари; покупка Soft-товарів (деякі з них не можна придбати ніде, крім як в Інтернет-магазині); можливість одержати товар з будь-якої країни світу; вибір необхідної комплектації — користувач може зібрати прямо на сайті потрібну конфігурацію й довідатися, скільки вона буде коштувати; можливість розмістити замовлення на товари, які ще тільки готуються до випуску; можливість зрівняти ціни декількох виробників.

Розглянемо переваги для продавця: можливість більш гнучко планувати ресурси (замовлення від покупців надходять заздалегідь); зниження витрат на оренду й утримання торговельних приміщень, на прийом, розміщення й виконання замовлень, на рекламу; можливість розширити територію торгівлі за рахунок користувачів Інтернету.

Першою в Україні системою оплати комунальних та інших послуг в Інтернет за допомогою платіжної картки стала система «Портмоне», потім з'явилися спеціальні Інтернет-картки, призначені для розрахунків у мережі Інтернет. Своїм шляхом у віртуальний світ розрахунків іде Національна система масових електронних платежів. Платежі в Інтернеті за допомогою карток даної системи реалізуються платіжною системою «Інтерплат».

Здається, кількість Інтернет-магазинів в Україні росте, збільшується кількість власників пластикових карток, з'являються нові види оплати товарів та послуг. Однак і сьогодні мало хто з наших співвітчизників розглядає Інтернет як середовище для розрахунків.

Для цього існує ряд причин: проблема забезпечення необхідного рівня безпеки платіжних транзакцій, проблема надання страхових гарантій від збитків, які можуть виникнути внаслідок шахрайських дій, лише небагато людей вважають Інтернет діловим середовищем, відсутність поширеної практики торгівлі за каталогами, низька платоспроможність населення, Інтернет-продавцям не вистачає служб доставки товарів і вони не бажають вкладати кошти в їх створення, недовіра покупців, фактор української ментальності, коли покупець звик товар «помацати» руками, а не лише прочитати його характеристики на екрані монітору, майже повна відсутність законодавчої бази для здійснення електронної торгівлі (у випадку придбання товару через Інтернет, покупець не отримує ніяких фінансових документів), недостатній розвиток інфраструктури мереж та послуг провайдерів, значна різниця у рівнях інформатизації великих міст та регіонів країни, недосконалість банківської системи, адже випущена ще дуже невелика кількість карток, придатних до використання в мережі Інтернет, у нашій державі ще не сформувалася масова культура споживання банківських послуг, насамперед традиційних.

Отже, конкуренція за клієнтів, наявність системи Інтернет-банкінгу стає перспективною не лише на Заході, а й в Україні. Це дає можливості отримання сервісу через Інтернет, який перетвориться в обов'язковий елемент комплексу банківських послуг.

Література

1. *Вересюк А.* Банкиры испытывают новый способ электронных платежей // Банковская практика за рубежом. — 2001. — № 2. — С. 56—59.
2. *Жучкова И., Коноплева А.* Электронная подпись в Украине: первые шаги // Економіка. Фінанси. Право. — 2004. — № 1. — С. 17—20.
3. *Макарова М. В.* Електронна комерція: Посібник. — К.: Видавничий центр «Академія», 2002. — 272 С.

Г. О. Богомаз

Київський національний економічний університет

ВАЛЮТНІ ОБМЕЖЕННЯ: ІСТОРИЧНІ АСПЕКТИ ТА НАЦІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ

В останній час в економічній літературі загострилися дискусії науковців та практиків щодо доцільності втручання держави в сферу валютних відносин, в тому числі й застосування валютних обмежень. Як свідчить світовий досвід, внутрішній