

УДК 351:004(477)

**О.П. Воробйова**молодший науковий співробітник відділу педагогіки і психології вищої освіти  
Інституту вищої освіти НАПН України

## ДОСВІД УПРОВАДЖЕННЯ ЕЛЕКТРОННОГО БІЗНЕСУ В ЄВРОПЕЙСЬКИХ КРАЇНАХ

*У межах цієї статті здійснено аналіз запровадження електронного бізнесу в європейських країнах, охарактеризовано основні проблеми щодо його розвитку, розроблено ефективні механізми їх запобігання та розв'язання, обґрунтовано доцільність створення спеціальних організаційно-управлінських структур для подальшого розвитку електронного бізнесу.*

**Ключові слова:** електронний бізнес, глобальна електронна комерція, вільний електронний простір, суспільний розвиток.

### I. Вступ

Структурно-функціональні зміни в економіці, які відбулися завдяки розвитку інформаційно-комунікативних технологій, призвели до розвитку міжнародного електронного бізнесу. На сучасному етапі актуальною є розробка певних управлінських рішень щодо організації електронних ринків і розширення приватного та державного електронного підприємництва; створення електронних систем у сфері митної діяльності; проведення електронних державних закупівель; розробка і реалізація національних і міжнародних програм розвитку інтернет-економіки, електронного бізнесу та економіки знань.

Найбільшого розроблення проблема розвитку електронного бізнесу набуває у зарубіжній науці, де вперше було чітко конкретизовано основні методологічні принципи його запровадження. Окремі аспекти розгляду цієї проблеми виступали предметом дослідження в працях таких вчених, як Т. Геблер, Д. Кліланд, К. Лефор, Д. Ллойд, Л. Лукайдес, Дж. Меттерсон, Д. Метьюз, Н. Моргентгау, Ч. Моррісон, Д. Осборн, П. Плас-трік, Г. Саймон, Д. Смітбург, С. Хіндмуур.

У сфері міжнародного електронного бізнесу варто розглянути вплив держави на стан розвитку правової бази, ступінь її інтеграції, участь у міжнародних організаціях та інших фінансових установах. А також вплив сфери міжнародного співробітництва на загальний стан світового електронного бізнесу та на якість його розвитку. Саме цей аспект потребує подальшого дослідження в межах вітчизняних державноуправлінських підходів і ґрунтовного вивчення зарубіжного досвіду його розроблення.

### II. Постановка завдання

Мета статті – на основі аналізу досвіду впровадження електронного бізнесу в євро-

пейських країнах визначити механізми запобігання та подолання проблем щодо його розвитку. Досягнення цієї мети зумовлює вирішення таких завдань: проаналізувати нормативно-правове забезпечення розвитку електронного бізнесу, визначити основні проблеми щодо його впровадження та розвитку, розробити ефективні механізми запобігання та подолання відповідних проблем, обґрунтувати доцільність створення спеціальних організаційно-управлінських структур розвитку електронного бізнесу, які успішно функціонують у європейських країнах.

### III. Результати

Розглянемо діяльність органів державної влади щодо впровадження електронного бізнесу на прикладі країн, які не входять у першу двадцятку за розвитком електронного бізнесу.

Греція посідає 80-те місце зі 155 країн, у яких є сприятливі можливості для ведення бізнесу, та 121-ше місце як країна зі сприятливими можливостями для створення нового бізнесу [6]. У країні існують певні бар'єри для ведення комерційної діяльності: бюрократія, затягування процедури реєстрації нової компанії, суперечності в законодавстві, корупція. Але, незважаючи на ці перепони, активно пропагується та практикується впровадження в життя інформаційно-комунікативних технологій. У Греції в Міністерстві економіки і фінансів існує посада Секретаря з Інформаційного Суспільства. У 2001 р. було створено Національний Комітет з електронної комерції, але за весь час роботи не було видано жодного документа практичного змісту [6]. Тому у 2004 р. було створено Міжурядовий координаційний комітет і вже у 2005 р. було опубліковано огляд стану сектору електронної комерції у Греції, проаналізовано причини відставання за 10 років. Комітетом розроблено та запроваджено проєкт "Цифрової стратегії на 2006–2013 рр.",

також створено проект “Цифровий прорив до підвищення продуктивності та покращення якості життя” [6]. Він включає в себе два основні напрями:

- покращення продуктивності діяльності комерційних компаній через використання інформаційно-комунікативних технологій та нових знань;
- покращення якості життя через впровадження інформаційно-комунікативних технологій.

Кожний напрям має шість пунктів та 65 практичних дій щодо реалізації: впровадження та застосування інформаційно-комунікативних технологій, прийняття нормативно-правових актів про електронну комерцію відповідно до законодавства Євросоюзу, підтримка інформаційно-комунікативних технологій як основи електронної комерції, підтримка підприємницької діяльності малого та середнього бізнесу, покращення добробуту населення та розвиток електронних послуг для населення.

Також у липні 2004 р. створено Інформаційну Наглядну Раду, основним завданням якої є визначення впливу інформаційно-комунікативних технологій на життєдіяльність суспільства [6]. Її діяльність визнано найкращою на рівні Євросоюзу. Секретаріатом промисловості Міністерства розвитку ініційовано “Форум з електронної комерції”. Участь в обговореннях проблем розвитку електронної комерції в Греції взяли представники уряду, провідні вчені, комерційні компанії та користувачі Інтернету. Було створено 35 робочих груп з такої проблематики:

- Національна програма закупівлі;
- надання електронних послуг торговими палатами;
- фінансування урядом інвестиційних проєктів електронної комерції;
- проектування та розробка міських цифрових комп’ютерних мереж (високошвидкісне оптично-волоконне кільце) у 65 муніципалітетах;
- фінансування досліджень і розробок у сфері електронної комерції;
- надання послуг органами державної влади через мережу Інтернет (оподаткування он-лайн, поліція он-лайн);
- впровадження цифрових послуг муніципалітетів по всій країні [6].

Треба також зазначити, що в Греції діє два великих електронних ринки із загальним оборотом у декілька мільярдів євро [7].

Цікавим у цьому аспекті також є досвід запровадження електронного бізнесу в Словацькій Республіці, яка приєдналась до Євросоюзу у 2004 р. та прийняла зобов’язання створити бізнес-середовище, сприятливе для розвитку електронної комерції. Використання інформаційно-комунікативних техно-

логій є інструментом для досягнення цих цілей. Інформатизація суспільства є основним завданням для ефективного функціонування електронної комерції.

У Словаччині Закон “Про електронну комерцію” був прийнятий у лютому 2004 р. Координують роботу щодо впровадження електронної комерції Міністерство економіки та Міністерство транспорту, пошти та телекомунікацій. Урядом було схвалено “План дій”, який охоплює 56 сфер діяльності, але, як зазначено у звіті Міністерства транспорту, пошти та телекомунікацій, лише у 16 сферах було досягнуто успіху. Це сталося через відсутність сконцентрованих зусиль щодо просування цієї ідеї в широкі маси споживачів і підвищення уваги до розуміння електронної комерції. У країні дуже низька комп’ютерна грамотність, за статистикою 95% словаків ніколи не робили покупок он-лайн, а 3,1% – декілька разів [5]. Тому основною проблемою для впровадження електронного бізнесу у Словаччині є цифрова нерівність. Однак, незважаючи на це, країна робить відчутні кроки щодо розвитку в цьому напрямі: створено Національний центр електронної комерції, за відсутності Міністерства інформатики запроваджено посаду Спеціального уповноваженого з питань інформаційного суспільства. Створено Словацький діловий реєстр і Кадастр підприємств, які працюють у мережі. Відповідно до цього проголошено такі основні напрями розвитку електронного бізнесу:

- стимулювання створення інфраструктури електронної комерції, використання електронного підпису та інформаційно-комунікативних технологій органами державної влади (податкові декларації подаються он-лайн);
- стимулювання впровадження електронної комерції для середніх та малих підприємств;
- започатковано науково-дослідну програму “Аналіз ділового середовища та бар’єри для електронної комерції” [3].

Діяльність органів державної влади Словаччини щодо впровадження та розвитку електронної комерції, включає такі основні концептуальні прийоми та механізми.

1. Розвиток людських ресурсів. Ініціювання проведення тренінгів, освітніх програм, семінарів; надання консультаційних послуг; підтримка малого та великого бізнесу шляхом надання консультацій та проведення тренінгів.

2. Цільове привертання уваги. Створення спеціального тематичного порталу; проведення семінарів, круглих столів, які організовує Словацька асоціація електронної комерції за участю представників державних органів влади та громадськості.

## 3. Інноваційна діяльність:

- фінансування науково-дослідної діяльності (надання грантів на придбання інноваційних технологій та впровадження системи контролю якості управління);
- державні закупівлі (проект про державні електронні закупівлі знаходиться на першій стадії розгляду в парламенті);
- субвенції (надання субвенцій та державні інноваційні програми).

4. Просування інформаційно-комунікативних технологій для малого та середнього бізнесу. Завдання покладено на Національну агенцію розвитку малих та середніх підприємств [5].

5. Законодавство: прийнято закони “Про електронну комерцію”, “Про електронний підпис”, “Про електронні комунікації”, “Про захист особистих даних”, “Про захист авторських прав”, “Про вільний доступ до інформації” [7].

Таким чином, можна зробити висновок, що основною проблемою розвитку електронної комерції у Словаччині є непоінформованість широких кіл населення про можливість та переваги, які надає впровадження інформаційно-комунікативних технологій у комерційну діяльність.

Відповідно до логіки розгляду цієї проблематики також варто звернути увагу на досвід запровадження електронного бізнесу в Іспанії. Його розвиток всіяко підтримується урядом та Європейським Регіональним фондом розвитку. Саме завдяки фінансовим впливам Фонду в країні відбувається розвиток як інформаційного суспільства, так і електронної комерції. Ці фінансові ресурси вкладаються у розвиток певної сфери діяльності на п’ять років [1].

Урядом Іспанії затверджено план дій щодо поширення електронної комерції на 2001–2010 рр., основні завдання якого такі:

- стимулювання використання електронної комерції малими та середніми підприємствами;
- проведення тренінгів та навчальних семінарів щодо використання інформаційно-комунікативних технологій;
- поширення успішного досвіду діяльності компаній у сфері електронної комерції;
- надання прямих кредитів компаніям, які роблять інвестиції у розвиток інформаційно-комунікативних технологій;
- надання податкових пільг компаніям, які роблять інвестиції у розвиток інформаційно-комунікативних технологій [7].

В Іспанії діє програма “ARTEPYME”, яка фінансується урядом та Європейським Регіональним фондом розвитку для малих та середніх підприємств.

Цією програмою фінансуються проекти в чотирьох напрямках:

- поширення можливостей електронної комерції для малих і середніх підприємств;
- проведення техніко-економічного обґрунтування інвестиційних проектів;
- поширення успішного досвіду в електронній комерції;
- надання допомоги у впровадженні проектів [6].

З 2001 до 2010 рр. профінансовано 524 проекти, сума загальних інвестицій становить 130 млн євро. За перший рік діяльності програми кількість учасників збільшилась у 2,7 рази, що свідчить про поглиблення інтересу до сфери електронної комерції. Відповідно до цього у 2004 р. було затверджено державну програму розвитку “Avanz@” на 2006–2010 рр. [6], основним завданням якої є огляд ситуації на ринку електронної комерції та можливість її покращення відповідно до провідних країн Євросоюзу в цій сфері.

Однак і досі лишається невирішеним блок проблемних питань, щодо упровадження електронного бізнесу в Іспанії. До них можна віднести:

- цифрову нерівність між регіонами;
- труднощі у сприйнятті нових інформаційно-комунікативних технологій;
- відсутність фінансових і технічних ресурсів у малих підприємствах, що стримує впровадження електронної комерції [6].

Особливий інтерес у контексті цього аналізу становить досвід Нідерландів, які традиційно вважаються прогресивно орієнтованою країною. У 2000 р. витрати на розвиток інформаційно-комунікативних технологій становили 0,27% ВВП (середній показник Євросоюзу становить 0,3%). У країні дуже поширено інтерактивне спілкування між органами державної влади та компаніями, громадянами. У 2003 р. державні установи надавали 65% послуг за допомогою інформаційно-комунікативних технологій, у країнах Євросоюзу цей показник становив 45%, а у 2004 р. відповідно 70 та 72%. У 2008 р. він становив 87%, а у 2010 р. – 92% надання електронних послуг [5].

Основні напрями запровадження електронного бізнесу, які декларує уряд:

- створення єдиного центру збору даних;
- електронна ідентифікація;
- швидкісний Інтернет;
- безпека та надійність мереж;
- створення інформаційно-комунікативних технологій для середнього та малого бізнесу.

На пострадянському просторі лідером у запровадженні послуг електронного бізнесу й досі лишається Естонія, що становить особливий практико-прикладний інтерес. Це

також зумовлено тим, що Естонія нині очолює список користувачів Інтернету в Центральній і Східній Європі. Своїм політичним курсом та інноваційними ініціативами естонський уряд допомагає компаніям зробити сектор інформаційних технологій одним із тих, що стрімко зростають. Крім політики загальної інфраструктури, уряд гарантує розвиток законодавчої бази. Прийнятий у березні 2000 р. Закон "Про цифровий підпис" надав можливість продовжити трансформацію способів ведення бізнесу в цій країні. Щороку, і це вже протягом понад десятиліття, уряд Естонії інвестує один відсоток національного бюджету на розвиток інформаційно-комунікативних технологій.

В Естонії відкрито центри для громадського доступу до мережі Інтернет. Навіть у районах зі слабшою інфраструктурою кожен громадянин має доступ до мережі, по всій країні відкрито понад сімсот центрів доступу. Надзвичайно активно інформаційно-комунікативні технології використовуються органами державної влади Естонії. Дуже часто на рівні міністерств проводять інтерактивні наради та засідання. У 2004 р. 76% громадян Естонії подали свою податкову декларацію через Інтернет [2].

Узагальнюючи досвід реалізації електронного бізнесу в європейських країнах, слід відзначити, що він започатковувався у 1990-х рр., коли активно почав розвиватися ринок Інтернет-послуг. Саме це дало поштовх не тільки для ведення бізнесу в мережі, але й створення та розвитку систем державних е-закупівель. На законодавчому рівні, а саме директивами ЄС, було закріплено декілька форм проведення таких е-торгів, серед яких створення електронних торгових майданчиків, ведення електронних каталогів тощо. Хоча директиви не внесли потрібної конкретики в організацію та методику проведення е-закупівель, за цей період стали очевидними переваги електронного способу над традиційними "паперовим". Серед них, у першу чергу, експерти виділяють нижчі закупівельні ціни та зниження операційних витрат, прискорення процесу закупівель шляхом автоматизації в управлінні процесом е-закупівель.

Черговий законодавчий крок був зроблений навесні 2004 р. із прийняттям двох нових директив ЄС – 2004/17/ЄС (координує процедури закупівель установ, що діють у водному, енергетичному, транспортному та поштовому секторах) та 2004/18/ЄС (координує процедури з проведення тендерів на закупівлю товарів, робіт і послуг). Саме вони внесли довгоочікувану деталізацію та конкретику в діяльність у сфері е-закупівель та ввели методики їх проведення для країн ЄС. Цими документами було введено по-

няття електронної системи інформування ринку про торги та закріплювались на законодавчому рівні дві нові форми їх проведення – електронні аукціони й динамічні системи закупівель.

За оцінками закордонних експертів, ці документи є певною консолідацією попередніх директив ЄС до двох нових. Вони вважаються компромісними, зокрема стосовно необов'язкового використання нових методів ведення е-торгів для країн Європейського Союзу. Водночас є декілька принципових вимог до постачальників товарів і послуг, у тому числі максимальне скорочення часу від оголошення про тендер до розробки самого проекту. Із моменту підписання цих директив держави ЄС мають два роки для їх упровадження в національне законодавство, а саме до кінця січня 2006 р. На сьогодні 14 країн ЄС визначилися, що нові директиви будуть введені в середині 2005 р. Сім держав введуть їх у 2006 р., та дві – ще не прийняли рішення [2].

На західноєвропейському просторі перше місце серед країн з найбільш розвинутою системою е-комерції посідає Данія. У цій державі нові директиви впровадження електронного бізнесу набули чинності на початку 2005 р. У тому самому році була підписана угода, яка з 1 лютого 2005 р. надала право громадянам і бізнес-структурам звертатися до органів влади за допомогою методів електронного врядування.

Однією з проблем залишається відсутність єдиної інтегрованої системи, яка б об'єднувала весь процес проведення е-торгів – від розміщення оголошення про тендер, ведення електронної документації до проведення оплат. Але наявність цих проблем не заважає успішно проводити е-аукціони у сфері державних закупівель.

Великобританія в переліку країн з найбільш розвинутими системами е-комерції посідає одну з перших позицій. Головною запорукою реалізації електронної системи державних закупівель у країні є наявність ринку, якому довіряє уряд. Значною мірою це свідчить про ефективність запровадження державноуправлінської практики у сприянні та розвитку електронного бізнесу. Підтвердженням цього є те, що щорічно уряд Великобританії виділяє 22 млн євро на закупівлю товарів і послуг, частина з яких витрачається через електронну систему державних закупівель. Саме завдяки проведенню е-торгів уряд країни економить 12% від загальної суми, виділеної на е-закупівлі. Загалом Великобританія – одна з країн ЄС із успішним досвідом проведення е-аукціонів на державному рівні в таких сферах, як енергетика, закупівля медичного, технічного й телекомунікаційного обладнання, продуктів споживання.

Третє місце серед держав Європейського Союзу, які мають успішний досвід запровадження та розвитку електронного бізнесу, посідає Швеція. Перші спроби ведення комерції через Інтернет у цій країні припадають на 1996–1997 рр. Тоді працювала складна електронна система е-закупівель, яка потребувала спеціального програмного забезпечення та застосування технічних ресурсів. Це могли собі дозволити лише великі компанії, які мали кваліфіковані кадри та достатні фінансові ресурси. Тоді склалася ситуація, за якої доступ до інформації було обмежено. Це стало на заваді реальній конкуренції.

На сьогодні головним принципом ведення е-закупівель у Швеції залишається подальше вдосконалення платформи для надання сервісів. Тут іде мова про доступність безкоштовної послуги надання всієї інформації про торги на спеціальному веб-порталі – від їх оголошення до детальної інформації стосовно підготовки та проведення тощо. Головним завданням стало забезпечення максимального доступу до цієї інформації всіх зацікавлених постачальників і замовників товарів чи послуг. У цьому плані співпраця приватного та державного секторів дасть можливість узагальнити набутий досвід, визначити власний шлях розвитку е-комерції у країні.

#### IV. Висновки

Таким чином, можна констатувати, що держави, які й досі не стимулюють розвитку електронного бізнесу та створення основ цифрової економіки, і не виробили в цих питаннях національної стратегії з участю всіх зацікавлених сторін (приватного сектора, громадянського суспільства), ризикують залишитися світовими аутсайдерами щодо економічних і геополітичних засад.

Для попередження та подолання проблем розвитку електронного бізнесу в Україні потрібно забезпечити відповідне норматив-

но-правове регулювання, узгоджене з міжнародним законодавством, а також створити спеціальні організаційно-управлінських структури, відповідальні за розвиток як інформаційного суспільства, так і електронної комерції.

Також, важливою є розробка Україною своєї національної стратегії в галузі електронного бізнесу, яка враховувала б інтереси всіх залучених в цей процес сторін і дала б можливість займати чітку позицію при обговоренні проблем електронного бізнесу на міжнародній арені. Саме цей аспект і потребує детального дослідження і закладає перспективи подальших розвідок у цьому напрямі.

#### Список використаної літератури

1. Штрик А.А. Барьеры для развития электронных правительств в Европе / А.А. Штрик // Информационные технологии. – М. : Новые технологии, 2007. – № 8. – С. 13–15.
2. Ascenso J. E-Business and telecommunication networks / J. Ascenso. – Dordrecht : Springer, 2006. – 249 p.
3. CRIS Campaign Issue Paper. The Information Society: A Sceptical View // Polity. – Geneva, 2009. – 163 p.
4. David P. The Dynamo and the Computer: An Historical Perspective on the Modern Productivity Paradox / P. David // American Economic Review (Papers and Proceedings). – N. Y., 1999. – № 80:2. – P. 355–361.
5. Eastern Europe E-Commerce Report 2009. – yStats. com GmbH & Co. KG, 2010. – 110 p.
6. E-commerce and Development Report, 2009: Overview // UNCTAD. – New York ; Geneva : UN, 2008. – 220 p.
7. Global Internet and E-Commerce Trends 2010. – yStats. com GmbH & Co. KG, 2010. – 251 p.

#### Воробьева О.П. Опыт внедрения электронного бизнеса в европейских странах

*В рамках данной статьи проведен анализ внедрения электронного бизнеса в европейских странах, охарактеризованы основные проблемы его развития, разработаны эффективные механизмы их предупреждения и решения, обоснована целесообразность создания специальных организационно-управленческих структур для дальнейшего развития электронного бизнеса.*

**Ключевые слова:** электронный бизнес, глобальная электронная коммерция, свободное электронное пространство, общественное развитие.

#### Vorobyova O. Experience of e-business in European countries

*Implementation of e-business in European countries was analysed and the main problems of its development was described in the article. Effective mechanisms for these problems prevention and decision were developed. The expediency of special organizational and administrative structures creation for the further development of e-business was substantiated.*

**Key words:** e-business, global e-commerce, electronic free space, social development.