

ISSN 1684-9949

# ВІСНИК

ТЕРНОПІЛЬСЬКОЇ АКАДЕМІЇ  
НАРОДНОГО ГОСПОДАРСТВА

5-2/2005

ЕКОНОМІКА

28

*Випуск 5–2*  
*2005 рік*

ISSN 1684-9949

Науковий  
журнал

***ВІСНИК***  
***Тернопільської академії***  
***народного господарства***

Тернопіль  
Економічна думка  
2005

**ВІСНИК  
Тернопільської академії  
народного господарства**

*Науковий журнал  
Заснований у травні 1996 р.*

**The HERALD  
of Ternopil Academy  
of National Economy**

*The Scientific Magazine  
Founded on May 1996*

**Випуск 5–2  
2005**

*Затверджено рішенням Вченої  
ради ТАНГ, протокол № 13  
від 1 липня 2005 р.*

**Issue 5–2  
2005**

---

Зареєстровано Вищою атестаційною комісією України як фахове економічне видання  
(Бюлетень ВАКу України, 1998, № 2, с. 44)

*Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації  
КВ № 5667 від 5 грудня 2001 р.*

**Головний редактор**

Мельник А. Ф., д. е. н., проф.

**Заступники головного редактора:**

Кириленко О. П., д. е. н., проф.,

Ковальчук В. М., к. е. н., доц.

**Редакційна колегія:**

Дудар Т. Г., д. е. н., проф.,

Дусановський С. Л., д. е. н., проф.,

Литвин Б. М., д. е. н., проф.,

Дзюблюк О. В., д. е. н., проф.,

Крупка Я. Д., д. е. н., проф.,

Савельєв Є. В., д. е. н., проф.,

Гринчуцький В. І., д. е. н., проф.,

Недашковський М. О., д. ф.-м. н., проф.,

Сохацька О. М., д. е. н., проф.,

Фаріон І. Д., д. е. н., проф.,

Штефанич Д. А., д. е. н., проф.,

Юрій С. І., д. е. н., проф.

**У підготовці випуску**

**брали участь:**

Айзен Р., д-р, проф.,

Березюк Р. М., к. е. н., доц.,

Гладій І. Й., к. е. н., доц.,

Гуцал І. С., д. е. н., проф.,

Кравчук Н. Я., к. е. н., доц.,

Куриляк В. Є., к. е. н., доц.,

Тарнавська Н. П., к. е. н., проф.,

Трілленберг В., к. е. н., проф.

**Літературні редактори:**

Бойчук Оксана,

Гуцал Петро,

Демченко Галина,

Присяжний Теодозій

*Комп'ютерний оригінал-макет*

*виготовлено в лабораторії оперативного друку Інституту міжнародного бізнесу  
та менеджменту Тернопільського державного економічного університету*

*Відповідальність за достовірність фактів, власних імен, цитат,  
цифр та інших відомостей несуть автори публікацій.*

*Відповідно до Закону про авторські права, при використанні наукових  
ідей та матеріалів цього випуску посилання на авторів і видання  
є обов'язковим.*

ISSN 1684-9949

© "Економічна думка" ТАНГ, 2005.

---

## ЗМІСТ

### МІЖНАРОДНИЙ РИНОК БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ. ВИМОГИ І СТАНДАРТИ УГОДИ “БАЗЕЛЬ ІІ” І ПРОБЛЕМИ ЇХ ІМПЛЕМЕНТАЦІЇ У БАНКІВСЬКЕ СЕРЕДОВИЩЕ УКРАЇНИ

<i>Igor GUЦАЛ, Василь БРИЧ, О. ВОВК</i> “Базель ІІ” та сучасні тенденції до регулювання банківських ризиків	11
<i>Heinz-Teo WAGNER</i> IT-Business value Creation in the Credit Process: A Multiple Case Study Among German Banks	17
<i>Olexandr PERNARIVSKIY</i> Estimation of Bank Risks in Context of Basel II Accord Requirements	19
<i>Reneta Marinova DIMITROVA</i> Challenges to the Bank Market of Debit and Credit Cards in Bulgaria	25
<i>Жанна ДОВГАНЬ</i> Базельські стандарти оцінювання адекватності власного капіталу банків	29
<i>Олена КУРОВСЬКА, Вікторія ГОНЧАР, Андрій ПОНОМАРЕНКО</i> Контроль у фінансовій сфері та пошук інвестиційних можливостей у процесі протидії відмиванню коштів, отриманих злочинним шляхом	35
<i>Юрій ТКАЧЕНКО</i> Посилення ризикозахищеності українських банків в умовах глобалізації	41
<i>Ольга ВЕРЕТЕННИКОВА, Вера МАЙДАНИК, Александр КАЗАК</i> Минимизация предпринимательских рисков в системе финансового управления хозяйствующими субъектами Российской Федерации	47
<i>Григорій СЕМЕНОВ, Андрій СЕМЕНОВ</i> Моніторинг податкових ризиків: світовий досвід та особливості проведення в Україні	51
<i>Ніна ЄФРЕМОВА, Ірина ТКАЧЕНКО</i> Особливості розробки і можливості впровадження нових банківських продуктів в умовах конкурентного середовища	64

---

**Світлана ЄГОРИЧЕВА**  
Кредитні послуги для малого бізнесу: світовий досвід та реалії України 70

---

**Елена БУЛАТОВА, Татьяна МАРЕНА**  
Современные тенденции международной концентрации и централизации  
банковского капитала 76

---

## **СВІТОВИЙ РИНОК КОМУНІКАЦІЙНИХ ПОСЛУГ: ТРАНСПОРТ, ЗВ'ЯЗОК, МЕРЕЖА ІНТЕРНЕТ**

**Юрій МАКОГОН**  
Сучасні тенденції інтеграції України у євразійські ринки транспортних послуг 83

---

**Наталія ТАРНАВСЬКА**  
Розвиток конкурентного середовища у сфері транспортних послуг 96

---

**Віктор ПРУШКІВСЬКИЙ**  
Транзитивний потенціал регіону у контексті реалізації конкурентних переваг  
на міжнародному ринку транспортних послуг 108

---

**Wilfried TRILLENBERG**  
Aktivierung des Faktors "Vertrauen" bei Dienstleistungen per Internet 116

---

**Теодора ГЕОРГИЕВА**  
Електронні послуги в контексті формування економіки знань –  
проблемні зони в країнах-кандидатах в члени ЄС (на прикладі Болгарії) 126

---

**Людмила ЧОРНА**  
Особливості формування ціни інформаційних продуктів та освітніх послуг  
у мережі Інтернет 134

---

**Світлана ЖАРАЯ, Олена КОВАЛЕНКО**  
Міжнародні послуги освіти в мережі Інтернет 138

---

**Владислав КОРОЛЬКОВ**  
Информационный бизнес в интернете – новая парадигма экономики 144

---

**Ніна ДОРОШ**  
Аудит в умовах електронної комерції 150

---

**Віталій КРИВОУС**  
Послуги в мережі інтернет як інноваційна складова економіки ЄСс:  
уроки для України 154

---

**Микола ДУПАЙ, Ірина ПЕРЕВОЗОВА, Тарас БУРДЕНЮК**  
Інтернет-торгівля як форма електронної комерції та перспективи її розвитку  
в Україні 160

---

Владислав КОРОЛЬКОВ

## ИНФОРМАЦИОННЫЙ БИЗНЕС В ИНТЕРНЕТЕ – НОВАЯ ПАРАДИГМА ЭКОНОМИКИ

*Розглядається Інтернет як комунікаційне середовище для поширення інформаційних продуктів, яке розкриває принципово нові можливості інформаційного бізнесу, формування нових економічних відносин і нової парадигми економіки. Розглядаються особливості проведення бізнес-операцій в мережі Інтернеті. Особлива увага приділяється питанням обліку продажу з інформаційних продуктів, реєстрації в мережі інтернет-послуг суб'єктів господарської діяльності, оподаткування, застосування цифрових грошей у розрахункових системах.*

Информационная революция в области коммуникационных систем привела к появлению качественно новой среды распространения информации – глобальной сети Интернет. Информационная среда в сети Интернет является интернациональной. Это обеспечивается тем, что соглашения о действии этой сети признаются всеми ее участниками независимо от гражданства, национальности или места их проживания. Более того, все пользователи сети равноправны в своих действиях, а контент информации определяется только самими пользователями и не имеет каких-либо ограничений. Интернет-пространство в настоящее время стремительно расширяется. Растет обеспеченность населения компьютерами, повышается пропускная способность информационных каналов, увеличиваются объемы перерабатываемой информации, растет трафик транзакций, возрастает количество участников бизнес-процессов, обладающих доступом к интернет-пространству. Все это создает предпосылки для переноса информационной составляющей, обеспечивающей протекание бизнес-процессов, в среду Интернета.

Основным содержанием товарно-денежных отношений является обмен товарами и услугами с параллельным проведением расчетных операций денежными средствами. Рост значимости информационной составляющей денег привел к появлению цифровых денег, что значительно упростило систему расчетов[5]. Таким образом создались предпосылки для проведения процедуры расчетов в плоскости информационного обмена.

Переход к информационному обществу характеризуется расширением количества информационных продуктов и услуг [7]. Специфика этих продуктов заключается в нематериальном характере и независимости от носителя информации. Информационный продукт легко переносится с одного носителя на другой с созданием копий, а сам процесс переноса может происходить по каналам передачи информации практически на любые расстояния в кратчайшие сроки. Таким образом, обмен информационными продуктами в Интернете возможен без каких-либо ограничений.

Право собственности на информационный продукт определяется законами “О собственности”, “О защите авторских прав” и др., а права пользования информационными продуктами определяются лицензионными соглашениями. Для защиты

інформаційних документів застосовується електронна цифрова підпись, порядок застосування якої регламентується державними стандартами. Крім того, інформація може бути закодована з використанням різних методів криптографії [6]. Ці правові аспекти, що регулюють взаємовідносини продавця і покупця інформаційного продукту також мають нематеріальний характер і легко реалізуються інформаційним шляхом [10].

Усе це створює передумови для зародження нової парадигми в економіці, яка потребує свого вивчення і формалізації.

У цій роботі ставиться завдання дослідження проведення торгових операцій з інформаційними продуктами в Інтернеті, аналізу їх особливостей, виявлення сутності проблеми розвитку цих відносин, обумовленої рядом неразрішених питань, і визначення можливих шляхів їх вирішення.

Інтернет-торгівля в даний час інтенсивно розвивається [1, 2, 3, 4, 9]. При цьому, якщо при торгівлі матеріальними продуктами в Інтернеті проходить тільки фаза угоди і, можливо, розрахунок, а товарообмінна процедура відбувається традиційним шляхом, то в разі інформаційних продуктів весь цикл, від доставки інформаційного продукту користувачеві і прав користування їм, може повністю проходити в інтернет-просторі. Як покупець, так і продавець задовольняє безособистий віртуальний образ стороннього покупця і продавця. Разом з тим в результаті такої угоди продавець отримує в формі інформаційного продукту електронні гроші, які можуть бути засобом іншого платежу або їх можна вільно обміняти на реальний еквівалент, тобто реальні гроші, а покупець отримує реальний інформаційний продукт і права користування цим продуктом, закріплені ліцензійною угодою. При такому обміні інформаційний продукт дублюється, і його рівнозначні копії залишаються в розпорядженні і покупця, і продавця. Відмінності існують тільки в правах користування цим продуктом. Якщо продавець і далі може продавати цей продукт на основі наявних у нього прав, то покупець разом з інформаційним продуктом отримує ліцензію на право користування цим продуктом, яка може встановити строк користування, права подальшого поширення і т. д. Таке завершення операції купівлі-продажу повністю задовольняє як покупця, так і продавця.

Разом з тим класична схема проведення торгових операцій має неотъемлемі властивості, які мають певні відмінності і обов'язкові елементи, властиві оптовій і розничній торгівлі. Для оптової торгівлі передбачені наступні елементи формалізації відносин.

По-перше, всі учасники торгової операції проходять реєстрацію як суб'єкти комерційної діяльності – плательщики податків. Якщо і покупець, і продавець зареєстровані в одній і тій же країні, то торгова операція відноситься до внутрішнього ринку. В іншому випадку – до зовнішнього ринку. Зовнішньоторговельні операції мають свою специфіку, так як впливають на зовнішньоторговельний баланс. Крім того, перехід товару через кордон підпадає під обов'язкове митне оформлення, яке регламентується тарифною системою держав, через кордони яких проходять товарні потоки. В разі традиційної торгівлі інформаційними продуктами потрібно їх обов'язкове прив'язування до матеріального носія. Це дозволяє матеріалізувати процедуру передачі інформаційного продукту.

По-друге, будь-який товар, що перетинає кордон, розглядається з точки зору дотримання закону про захист авторських прав, належності до культурних цінностей, відносин до державної таємниці, а також з точки зору відповідності заборонам на

распространение информационных продуктов как в стране продавца, так и в стране покупателя.

В-третьих, все субъекты хозяйственной деятельности должны уплачивать соответствующие налоги и таможенные пошлины, в соответствии с налоговой системой, определенной в стране продавца и в стране покупателя.

В-четвертых, взаимоотношения покупателя и продавца в традиционной системе регламентируются системой достигнутых договоренностей зафиксированных в двухстороннем документе. При нарушении этих договоренностей как одной, так и другой стороной, противоположная сторона может обратиться за защитой своих прав в различные международные организации.

Розничная торговля относится исключительно к внутреннему рынку. В традиционной среде существуют правила ведения торговли. Взаимоотношения покупателя и продавца регламентируются Законами Украины "О защите прав потребителя", "О гарантийном обслуживании" и др. В соответствии с этими законами и правилами покупатель получает чек, подтверждающий совершенную покупку, который отражает место продажи, информацию о продавце, сумму, а также дату и время продажи. При отсутствии кассового аппарата частный предприниматель выдает покупателю "мягкий чек", отражающий аналогичную информацию. Чек кассового аппарата и "мягкий чек" являются первичными документами, регистрирующими акт купли-продажи. Все зарегистрированные продажи являются базой для налогообложения доходов продавца и для защиты прав покупателя. Такая формализация системы позволяет обезопасить процесс торговли.

При осуществлении торговых операций в Интернете имеет место виртуальное проведение операций, специфику которых требуется рассмотреть и обеспечить функциональное соответствие операциям в традиционной торговле.

Вопросы виртуальной торговли известной как интернет-коммерция (e-commerce) рассматривались многими авторами [2, 3, 8, 10]. Наибольшее внимание при этом уделялось технике проведения транзакций, организации процедур торговли и процедур расчета. Особое место занимают работы, посвященные электронным деньгам и электронным платежным системам. Информационные и коммуникационные технологии открыли принципиально новые возможности для участия в виртуальных торгах на валютных биржах и биржах по торговле ценными бумагами [9]. Определенное развитие в Интернете получили букмекерские системы, а также различные системы игорного бизнеса. Появилось понятие телеработа [4]. Особое развитие получила реклама в Интернет. Каждое из этих направлений заслуживает отдельного рассмотрения.

Такое многообразие вновь возникающих разновидностей интернет – коммерции свидетельствует о зарождении новых экономических отношений между участниками бизнес-процессов в Интернете. Обзор материалов, рассматривающих вопросы Интернет-коммерции позволяет сделать вывод о том, что развитием Интернет-коммерции в настоящее время в большей степени занимаются технические специалисты и в меньшей степени экономисты. Это привело к созданию в Интернет-пространстве зоны "свободной торговли", которая никак не регламентируется международным сообществом и находится вне досягаемости законодательной базы многих стран. Объемы интернет-торговли не имеют четкого учета и могут быть оценены только косвенными путями. Но и эти сведения свидетельствуют о существенном росте продаж, осуществляемых через Интернет. Более того, по мере информатизации общества и расширения возможностей интернет-торговли имеет место перенос объемов продаж из традиционной торговли в интернет-среду. Такое положение усиливает актуальность исследований в области информационного бизнеса в Интернете.



Информационные продукты и услуги имеют ряд особенностей.

Информационный продукт является результатом какой-либо интеллектуальной деятельности или результатом информационной технологии. Он может иметь вид специфической структуризации информации, новых форм ее представления и обобщения, форму знаний или произведения искусства. Информационный продукт не имеет материальной формы и может быть размещен практически на любом носителе. Информационный продукт легко копируется и передается по каналам связи (за исключением оригиналов произведений искусств). Его стоимость определяется на основании калькуляции затрат, требуемых для получения информационного продукта, стоимости носителя и стоимости операции передачи или записи информации (тиражирования). Как правило, стоимость информационного продукта переносится на весь тираж. Наиболее сложным является определение стоимости интеллектуальных продуктов, произведений искусства и т. д.

Информационная услуга чаще всего выражается либо в создании информационного продукта, либо в выполнении некоторой работы с применением информационной технологии, аутсорсинге и т. д. Результат такой услуги носит информационный характер.

Информационный продукт может быть подвергнут несанкционированному копированию. В этом случае формируется "пиратская" копия. Для противодействия этому применяются различные методы защиты информации: криптография, электронная подпись, регламентированный доступ, применение электронных ключей и т. д. Применение методов защиты удорожает информационный продукт. При выборе метода защиты информационного продукта следует сопоставлять стоимость защиты и стоимость самого информационного продукта. Для проведения продажи информационного продукта традиционным путем и осуществления акта передачи покупателю он должен иметь вещественную форму. Для этого информационный продукт фиксируется на носителе. В учете хозяйственной деятельности информационные продукты отражаются как нематериальные активы, а стоимость информационных услуг покрывается за счет финансового результата хозяйственной деятельности. Факт передачи информационного продукта или оказания информационной услуги отражается в соответствующих первичных документах как продавца, так и покупателя.

При проведении продаж в Интернете информационный продукт может быть доставлен потребителю по каналам связи, а факт получения продукта может быть информационно подтвержден.

Субъекты экономической деятельности в интернет-пространстве, как правило, представлены некоторым виртуальным образом. Это вносит неформальный характер в экономические взаимоотношения покупателя и продавца, а совершаемые сделки с виртуальным продавцом имеют неоправданный уровень риска и создают благоприятную почву для развития "жульничества" в Интернете.

На развитие экономических отношений в Интернете существуют следующие точки зрения.

Ведущие специалисты США считают, что интернет-коммерция не должна облагаться налогами. По их мнению, интернет-зона должна быть зоной свободной торговли, выполнение обязательств в которой гарантируется только продавцом и покупателем.

Другая точка зрения – это запрет информационной торговли в Интернете, так как такая торговля вносит серьезные трудности в обеспечение защиты авторских прав. Следует отметить, что на заре развития Интернет рассматривался как информационная среда, свободная от коммерции, а на нынешнем этапе развития Интернет стал мощным инструментом для ведения бизнеса.

Третья точка зрения предполагает разумную регламентацию ведения коммерческой деятельности. При торговле материальными продуктами в Интернет проходит только часть бизнес-процесса, а интернет-магазин, как правило, является инструментом реально действующей фирмы. Это позволяет установить правила регистрации торговли через Интернет и обеспечить все неотъемлемые атрибуты традиционной торговли. Сложность вызывает только документальное подтверждение акта купли-продажи для защиты прав покупателя и исчисления налогов продавца. При торговле информационными продуктами и услугами выработка механизмов регламентации сводится только к защите информационных продуктов от копирования, а также установки систем разграничения доступа пользователей. Примером могут быть многочисленные интернет-библиотеки EBSCO и др. Передача информационного продукта в Интернет носит характер обычного интернет-сеанса, в котором отсутствуют границы государств, поэтому не может быть какого-либо таможенного оформления, более того, она создает предпосылки для незаконного (в соответствии с законодательной базой многих стран) распространения аудио-, видео- и др. информации.

Неформальный характер процедуры торговли информационными продуктами приводит к появлению полностью виртуальных фирм, которые не только не уплачивают налогов и таможенных пошлин, а и не несут ответственности за недобросовестное обслуживание покупателей, а сам акт купли-продажи ни чем не подтверждается.

Вместе с тем простой запрет ведения интернет-торговли информационными продуктами и услугами, на наш взгляд, является тормозом на пути развития прогресса.

Опыт развития электронной коммерции в США и Европе подталкивает к разработке унифицированных правил на государственном уровне взаимоотношений участников бизнес-процессов. Такие правила необходимы для функционирования торговых систем (заключение сделок в Интернете, ведения электронного документооборота), платежных систем (исполнение денежных обязательств, возникающих при совершении сделок в Интернете), систем доставки товаров (гарантии и механизмы поставки товара), систем арбитража (разрешение споров). Разработка регламентирующих интернет-торговлю процедур позволит обезопасить и существенно расширить границы интернет торговли. И продавец, и покупатель в Интернет нуждаются в защите от "жульничества" и обеспечении гарантий, которые сократят риск в торговых взаимоотношениях.

Следовательно, так как интернет является интернациональной средой, то разработка таких регламентов должна проходить с участием всех заинтересованных стран. Регламентирующий документ может иметь вид международной конвенции в рамках ООН или других международных организаций, например, Международной торговой палаты или ЮНЕСКО.

В этом направлении уже достигнуты некоторые соглашения, как в Украине, так и на международном уровне, но эти соглашения требуют своего дальнейшего продвижения.

Отражением достигнутых соглашений должен быть некоторый инструмент регистрации всех субъектов интернет-коммерции. Такая регистрация, на наш взгляд, должна иметь привязку к государству. Это позволит точно определить межгосударственные взаимоотношения и ответственность сторон, а также установить систему налогообложения интернет-торговли и регламентировать международные взаимоотношения. Факт регистрации может быть зафиксирован выдачей лицензии на ведение интернет-торговли. Страна-регистратор может получать налоги от

інтернет-комерції і забезпечувати гарантії добросовісних торгових взаємозносин продавця і покупця.

Для ведення розрахунків в Інтернет існує багато розрахунково-платіжних систем, діяльність яких також може розглядатися як інтернет-комерція. Такі системи також повинні проходити реєстрацію. Ліцензія на проведення розрахункових операцій дозволить регламентувати процедуру розрахунків відповідно до міжнародної конвенції, при якій отримувачі платежів повинні посилатися на свою ліцензію. Це дозволить платіжним системам додатково виконувати функції реєстрації платежів. Крім того, така реєстрація дозволить оцінити реальні обсяги інтернет-комерції.

#### **Література**

1. Андреева И. А. Информационный бизнес и Интернет // Информационные ресурсы Украины, – 2002. – № 5.
2. Балабанов И. Т. Электронная коммерция. – СПб.: Питер, 2001. – 336 с.
3. Дадали А. Интернет-экономика 2001. Итоги и прогнозы // Компьютер-пресс. – 2002. – № 2. – С. 8–13
4. Информационные технологии в бизнесе / Под ред. М. Желены. – СПб.: Питер, 2002. – 1120с.
5. Корольков В. В. Анализ тенденций расширения применения электронных денег в международной денежной системе // Вісник Тернопільської академії народного господарства. – 2005. – № 5–2. – С. 131–136.
6. Голубев В. О., Гавловський В. Д., Цимбалюк В. С. Проблеми боротьби зі злочинами у сфері використання комп'ютерних технологій: Навч. посібник / За заг. ред. докт. юрид. наук, проф. Р. А. Калюжного. – Запоріжжя: ГУ "ЗІДМУ", 2002. – 292 с.
7. Голіков В. І. Інформатизація як фактор постіндустріального розвитку // Економіка і прогнозування. – 2003. – № 1 – с.9
8. Козье Д. Электронная коммерция: Пер. с англ. – Москва: Издательско-торговый дом "Русская редакция", 1999. – 288 с.
9. Юргелевич С. Правові аспекти електронної комерції // Вісник НБУ. – 2001. – Квітень. – С. 32.
10. Carrol Jim & Broadhead Rick. Selling Online: how to become a successful e-commerce merchant. – Chicago: Dearborn Trade, 2001. – 578 p.

---

<b>ДИМІТРОВА Ренета Марінова</b>	д-р, Університет національної та міжнародної економіки, м. Софія (Болгарія)
<b>ДОВГАНЬ Жанна</b>	канд. екон. наук, доцент, Тернопільський державний економічний університет
<b>ДОЛІШНІЙ Мар'ян</b>	академік НАН України, докт. екон. наук, професор, Інститут регіональних досліджень НАН України, м. Львів
<b>ДУПАЙ Микола</b>	канд. екон. наук, доцент, Тернопільський державний економічний університет
<b>ЄГОРИЧЕВА Світлана</b>	канд. екон. наук, доцент, Полтавський університет споживчої кооперації
<b>ЄФРЕМОВА Ніна</b>	канд. екон. наук, доцент, Дніпродзержинський державний технічний університет
<b>ЖАРАЯ Світлана</b>	канд. екон. наук, доцент, Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ
<b>КАРАГІАННІС Атанасіос</b>	канд. екон. наук, доцент, Державний технологічний учбовий інститут (ТЕІ), Західна Македонія, Кампус Касторія (Греція)
<b>КАЗАК Олександр</b>	докт. екон. наук, професор, Уральський державний економічний університет, м. Єкатеринбург (Російська Федерація)
<b>КОВАЛЕНКО Олена</b>	канд. техн. наук, доцент, Вінницький торговельно-економічний інститут
<b>КОРОЛЬКОВ Владислав</b>	канд. екон. наук, доцент, Запорізький національний технічний університет
<b>КРАМАР Вікторія</b>	Тернопільський державний економічний університет
<b>КРИВОУС Віталій</b>	Тернопільський державний економічний університет
<b>КУРОВСЬКА Олена</b>	Приазовський державний технічний університет, м. Маріуполь
<b>МАЙДАНИК Віра</b>	канд. екон. наук, доцент, Уральський державний економічний університет, м. Єкатеринбург (Російська Федерація)

**Teodora Georgiyeva**

*Electronic Services in the Context of Formation of the Economics of Knowledge – Problematic Zones in the Countries-Candidates of the EU (at the Example of Bulgaria)*

The information and communication technologies and the contemporary national economic programmes are examined. It's a result of their ability to generate growth in all industrial sectors, to raise the productivity along the value chain and to create social cohesion. In the condition of globalization the candidate countries follow the recommendations of the European Union and build the foundations of the electronic society. The achievements of Bulgaria and the problems, connected with this process are analyzed in the paper.

**Lyudmyla Chorna**

*Peculiarities of Price Formation for the Informational Products and the Educational Services in the Internet*

The article is devoted to the issues of the price formation in the market of information products and services. Realization of price strategy is caused by features of the information market, granting the educational services by means of the Internet. Value of information products is caused also by an exchange and creation of the new information between the buyer and the seller. The author considers an example of comparison of value of remote rates presented to the networks.

**Svitlana Zharaya, Olena Kovalenko**

*International Services of Education in the Internet*

The article is dedicated to the analysis and classification of the international educational services in the Internet. The issues related to the exchanging of the educational services, conducting of the videoconferences, seminars and forums are considered. The problem of creation of the international Internet-products is in the focus. The example of creation of the group of international Internet-project and its development as an educational service for the various target groups is considered.

**Vladyslav Korol'kov**

*Information Business in the Internet – A New Paradigm of Economics*

The Internet as the communication environment for the distribution of the information products revealing significantly new opportunities for the information business, formation of a new economic attitudes and a new paradigm of economy is considered. Features of carrying out business of operations in the Internet are highlighted. The attention is paid to the issues of the account of sales of information products, registration of subjects of the economic activities, taxation, application of the digital money in the settlement systems.

**Nina Dorosh**

*Audit in the Conditions of Electronic Commerce*

Proposals for improvement of audit service system in context of e-business development are grounded.

**Vitalij Kryvous**

*Services in the Internet as the Innovational Component of the EU Economics: Lessons for Ukraine*

The basic aspects of the internetized economics of the EU, methods of popularization of the information and communication technologies as well as the influence on the activation of the innovation processes are examined in the article. The current position and issues of the Internet in Ukraine are analyzed; the recommendations for the promotion of their development are worked out.

*Наукове періодичне видання*

**ВІСНИК  
ТЕРНОПІЛЬСЬКОЇ АКАДЕМІЇ  
НАРОДНОГО ГОСПОДАРСТВА**

Науковий журнал

*Випуск 5–2  
2005*

**Комп'ютерна обробка:** *Перпета Марія, Антонюк Наталія*

**Комп'ютерний оригінал-макет:** *Хомацький Юрій*

**Літературні редактори:** *Бойчук Оксана, Гуцал Петро, Демченко Галина,  
Присяжний Теодозій*

Підписано до друку 07.09.2005. Формат 70x108 1/16.  
Гарнітура Times i Arial. Папір офсетний. Друк офсетний.  
Облік.-вид. арк. 26,2. Умовно-друк. арк. 24,6.  
Тираж 300.

Віддруковано у видавництві ТАНГ "Економічна думка"  
46004, м. Тернопіль, вул. Львівська, 11.  
тал.+факс (0352) 43-24-40; тел. (0352) 43-22-18.  
E-mail: edition@tane.edu.ua

Обкладинку виготовлено в друкарні ТОВ „Гал-Друк”  
46006 м. Тернопіль, вул. Бродівська, 44  
тел. 52-05-63