



А. С. Морозов,
аспірант Київського національного
університету імені Тараса Шевченка



В. В. Турський,
аспірант Інституту світової економіки і
міжнародних відносин НАН України

ВПЛИВ ЕЛЕКТРОННИХ ГРОШЕЙ НА ХАРАКТЕР ОСОБИСТОГО СПОЖИВАННЯ

У статті розглянуто сутність та види електронних грошей. Визначено роль сучасних грошей у структурі особистого споживання. Надано характеристику інформаційних товарів як базових предметів споживання за рахунок електронних грошей.

Ключові слова: електронні гроші, види електронних грошей, особисте споживання, інформаційні товари.

А. С. Морозов, В. В. Турський
ВЛИЯНИЕ ЭЛЕКТРОННЫХ ДЕНЕГ
НА ХАРАКТЕР ЛИЧНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ

В статье рассмотрены сущность и виды электронных денег. Определена роль современных денег в структуре личного потребления. Представлена характеристика информационных товаров как базовых предметов потребления за счет электронных денег.

Ключевые слова: электронные деньги, виды электронных денег, личное потребление, информационные товары.

A. S. Morozov, V. V. Turyskiy
INFLUENCE OF ELECTRONIC MONEY
ON CHARACTER OF PERSONAL CONSUMPTION

The article studies content and types of e-money. The authors define the role of modern money in the structure of individual consumption. The article describes information goods as key commodities bought with e-money.

Key words: electronic money, kinds of electronic money, personal consumption, information goods.

Постановка проблеми. Розвиток нових телекомунікаційних та цифрових технологій став основою для якісних змін, що відбуваються в економіці світу в останні двадцять років. Трансформуються економічні реалії, все частіше до факторів виробництва починають додавати інформацію, мережа Інтернет створила нові галузі, людство увійшло в нову інноваційну фазу свого розвитку. Ці події співпали із бурхливим розвитком нових грошових форм. Бажання учасників платіжних систем оптимізувати транзакційні витрати вимагали від них інтенсивного використання новітніх технологій, що, зрештою, спричинило появу електронних грошей.

Нові тенденції у сфері платіжних систем впливають на характер особистого споживання. У сучасній економіці, де електронні гроші мають локалізоване значення, індивід, що їх використовує, повинен переглянути структуру споживання з метою власної бюджетної оптимізації. Відтак логічно постає питання, які товари є більш вигідними для обміну на електронні гроші.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Певні аспекти проблематики електронних грошей розкриті в роботах В. Міщенко, А. Мороза, М. Савлука та інших українських учених, а також у дослідженнях зарубіжних науковців, зокрема А. Генкіна, Б. Коена, Г. Селджіна, Л. Уайта та інших.

Мета статті – визначити зміни в особистому споживанні індивіда в результаті використання електронних

грошей. Виходячи із поставленої мети, авторами були виділені такі завдання:

- 1) розглянути еволюцію грошових форм;
- 2) визначити сутність та види електронних грошей;
- 3) виявити групи товарів, що купуються за допомогою електронних грошей.

Основні результати дослідження

Природа та види електронних грошей. Гроші виникли із першим великим поділом праці. Спеціалізація виробництва на певному етапі історичного розвитку приводить до трансформації обміну продуктами людської діяльності з випадкового у стійке, систематичне явище. Продукти діяльності, набуваючи форму товарів, стають основою для появи грошей. Гроші – це також товар, але він має властивість виражати вартість усіх інших товарів. За відсутності такого товару-еквіваленту обмін міг би не відбутися через неспівпадіння інтересів товаровиробників. На ранніх стадіях людського розвитку такими предметами-еквівалентами були: худоба, сіль, сільськогосподарські культури.

Розвиток грошей відбувається під впливом зростання кількості актів купівлі-продажу, що відображає посилення масштабності та появу нових зв'язків у сфері виробництва, які, з другого боку, наштовхуються на обмежену форму вартості здійснювати їх реалізацію. Споживча вартість грошового товару з певного моменту починає гальмувати розвиток суспільних функцій [7, с. 12]. Сус-

пільство починає шукати нові форми грошей, починаючи вимагати портативності та подільності від загального еквівалента. Відтак на роль загального еквіваленту висуваються дорогоцінні метали.

Але використання їх як грошей спочатку було не дуже зручним. Поділ шматка металу на більш дрібні частини стандартного розміру – досить складна операція. Тому золото і срібло використовувалися лише як засіб збереження вартості. Отже, як бачимо, розвиток грошей об'єктивно обмежувався технологічним розвитком суспільства. Людству не вистачало елементарної техніки обробки металів задля нового поштовху в економічному та монетарному житті.

Новою віхою в еволюції форм грошей стає технологія чеканки монет, що була вперше застосована в Лідії у середині VI ст. до н. е. Монети дали змогу відмовитися від вимірів і спростити торгівлі операції. Процес виготовлення та підтвердження чистоти й ваги дорогоцінного металу – це перший крок до появи національних валют.

Отже, основними рушійними силами у зміні форм грошей є розвиток господарських відносин та технології. Коли виробничі й товарно-обмінні відносини починають обмежуватися вартістю грошового товару, або транзакційними витратами, суспільство починає шукати нові способи зміни грошового матеріалу чи надання йому якісно нового статусу.

Поява золотого стандарту була зумовлена необхідністю врегулювання фінансових відносин між країнами, встановлення єдиного еквівалента, індикатора, який давав би змогу проводити нові на той час фінансові операції: міждержавні розрахунки; надання кредитів та іноземних інвестицій [2, с. 21]. Ці проблеми фактично було подолано на Паризькій конференції у 1867 році – із юридичним визнанням золота як єдиної форми світових грошей.

Успішнення кредитних відносин і розвиток інформаційно-телекомунікаційних технологій призвели до того, що функція золота звужилася до засобу збереження вартості як хедж-активу та державних валютних резервів. Роль загального еквівалента почали виконувати кредитні форми грошей, як-то банкноти, чеки, деривативи та ін.

У 1970-х роках у США виникає нове явище – електронні платіжні системи. За своєю суттю вони є формою депозитних грошей, які за участю електронних носіїв інформації забезпечують здійснення платежів. Сучасні телекомунікаційні та інформаційні технічні засоби забезпечують переказ грошей і реєстрування інформації про платежі без паперових носіїв інформації. Значна економія на витратах обігу та прискорення розрахунків сприяли широкому запровадженню різних форм е-розрахунків.

Електронні гроші, як новий вид грошей, демонструє мережеві ефекти. Готовність платити за приєднання залежить від очікуваної кількості майбутніх учасників (тобто торгових точок, які приймають електронні гроші та споживачів, які здійснюють трансферти). Додатковий індивідуум, який долучився до системи електронних грошей, впливає на тих учасників, які вже використовують їх у двох напрямках. По-перше, кількість потенційних ринкових учасників обміну збільшується (прямий мережевий ефект). По-друге, із зростанням числа ринкових учасників, які приймають електронні гроші, ринок стає більш конкурентним і ліквідним, а ринкова ціна – точнішою (непрямий мережевий ефект).

Умовно виділяють три підходи до визначення електронних грошей, а саме: європейський, американський та азійський. У рамках європейського підходу електронні

гроші розглядаються як нова форма грошей, яка потребує особливого режиму регулювання їх емісії та обігу [1, с. 63]. Виходячи з директиви Європейського парламенту № 2000/46/ЄС від 18.09.2000 р., електронні гроші є грошовою вартістю, що мають такі властивості: по-перше, зберігаються на електронному носії, по-друге, емітуються за рахунок отриманих коштів емітентом у розмірі не менш як передплачена грошова сума, по-третє, приймаються як оплата іншими інституціями, окрім емітента [9]. Відповідно до американського підходу, електронні гроші не розглядаються як нова форма грошей, а трактуються як новий вид фінансових послуг, що пропонуються кредитними організаціями [1, с. 64]. Обіг електронних грошей у США регулюється традиційним банківським законодавством. Цей термін також використовують для позначення великої кількості нових електронних платіжних механізмів. У ряді азійських країн сьогодні немає однозначного підходу до визначення електронних грошей, тому дуже часто вони синтезують американський та європейський підходи.

В Україні використовують європейський підхід до визначення електронних грошей. Згідно із постановою Правління Національного банку України від 25.06.2008 року № 172 електронні гроші – це одиниці вартості, які зберігаються на електронному пристрої, приймаються як засіб платежу іншими, ніж емітент, особами і є грошовим зобов'язанням емітента [5]. Випуск електронних грошей в Україні мають право здійснювати лише банки.

Сьогодні більшість дослідників виділяє два основних види електронних грошей [6, с. 7]:

- 1) на основі карток (*card-based e-money*);
- 2) на програмній основі (*software-based e-money*).

Перший тип був орієнтований переважно на традиційну економіку, другий – на «нову», електронну економіку.

Найбільш поширений нині вид електронних грошей представлений смарт-картками, або картками зі збереженою вартістю, у які вбудовано чіп, що «містить» грошовий еквівалент як результат попередньої оплати. Це те саме, що й наперед оплачені картки, або «карткові електронні гаманці». До електронних грошей відносять лише наперед оплачені картки багатопільового використання, які застосовуються для розрахунків як із емітентом, так і з «третьою стороною». Таким чином, картки зі збереженою грошовою вартістю, які випускаються телефонними компаніями, операторами мобільного зв'язку, Інтернет-продавцями й іншими підприємствами і які приймаються до оплати тільки їх емітентами, електронних грошей не містять. Смарт-картки можуть використовуватися і як носії електронних грошей, і як традиційні платіжні картки.

Другий вид електронних грошей – грошова вартість, яка за допомогою програмного забезпечення зберігається на жорстких дисках комп'ютерів. Розрахунки такими електронними грошима відбуваються із використанням телекомунікаційних мереж, здебільшого Інтернету. Доволі часто під грошима на програмній основі розуміють гроші, що використовуються в комп'ютерних мережах (*network based e-money*). Таке визначення ми знаходимо в документах Банку міжнародних розрахунків [13]. А в документах Європейської Комісії (2006), окрім *software-based e-money*, до електронних грошей відносять й ті, що знаходяться на жорстких дисках (*hardware-based e-money*); в окрему групу виділяють електронні гроші, що базуються на серверних технологіях (*server-based e-money*) і застосовуються в передплачених приватних мережевих платіжних системах – на кшталт *PayPal*, *Moneybookers* та ін. [10].

Системи розрахунків електронними грошима на програмній основі за кількістю та обсягом електронних грошей в обігу поступаються лише тим, що використовують для збереження електронних грошей картковий носій, але за темпами росту емісії, що спостерігається в останні роки в Європі, такі системи домінують [6, с. 18].

Розрізняють також електронні «фіатні» гроші (від англ. *fiat* – директива, норматив, указ, іноді можна зустріти визначення «неприватні» або директивні електронні гроші) та електронні «нефіатні» гроші. Електронні «фіатні» гроші обов'язково виражені в одній із державних валют і є різновидом грошових одиниць платіжної системи однієї з держав. Держава законами зобов'язує всіх громадян приймати до оплати «фіатні» гроші. Відповідно емісія, обіг та погашення електронних «фіатних» грошей відбуваються за правилами національних законодавств, центральних банків або інших державних регуляторів. Електронні «нефіатні» гроші є електронними одиницями вартості недержавних платіжних систем. Відповідно емісія, обіг та погашення (обмін на «фіатні» гроші) електронних «нефіатних» грошей відбуваються за правилами недержавних платіжних систем. Ступінь контролю і регулювання державними органами таких платіжних систем у різних країнах сильно відрізняються. Часто недержавні платіжні системи прив'язують свої електронні гроші до курсів світових валют, однак держави жодним чином не забезпечують надійність і реальну цінність таких вартісних одиниць.

Особисте споживання за допомогою електронних грошей. Споживання – це використання суспільного продукту для задоволення потреб людей. Розрізняють виробниче споживання, що означає використання засобів виробництва та робочої сили для виготовлення певного продукту, і особисте споживання – використання людиною вироблених продуктів для забезпечення життєдіяльності [3]. Виробниче споживання як процес, що безперервно повторюється, збігається із виробництвом. Особисте споживання незалежно від того, з яких джерел та в яких формах воно здійснюється, забезпечує функціонування головної продуктивної сили – людини. У цьому розумінні особисте споживання є завершальним актом відтворення. У нашому дослідженні увагу буде зосереджено лише на особистому споживанні. Необхідно зазначити, що класичний макроекономічний підхід, запропонований Кейнсом до визначення структури споживання, не може бути застосований для завдань авторського дослідження. Нагадаємо, що Кейнс розглядає споживання тільки як деяку функцію для визначення частки споживання і заощадження, що залежать від доходу та інших факторів [12, с. 6].

Зв'язок структури особистого споживання і рівня розвитку електронних «нефіатних» грошей є особливим. Поява всесвітньої мережі Інтернет у сотні разів збільшила швидкість обробки та передачі інформації і стала основою стрімкої популяризації «нефіатних» електронних грошей, трансформуючи структуру особистого споживання. Інформація перетворилася на товар, об'єкт купівлі-продажу та ринкових відносин. Наявність електронних грошей забезпечила швидке зростання інформаційних ринків і обсягів торгівлі інформаційними товарами.

Необхідно звернути увагу на ряд особливостей споживання інформаційних товарів:

1. Продавці інформації стикаються із необхідністю віддати товар для того, щоб показати його. Цю проблему дозволяє вирішити наявність можливості попереднього перегляду та рецензій, репутація виробника або продавця. Наприклад, кіноіндустрія надає змогу попередньо пе-

реглянути відео, музична індустрія робить це через радіомовлення, видавництва пропонують подивитися книги у книгарнях. Із розвитком мережі Інтернет зазначена проблема загострюється. Однак дослідження Видавництва Національної академії наук США виявило, що розміщення повного тексту книги в Інтернеті призводить до збільшення обсягу продажу цієї книги втричі [11, с. 4].

2. Споживання певної кількості інформаційного товару не зменшує його обсяг, доступний іншим. Це пов'язано з тим, що виробництво інформаційних товарів зазвичай має дуже високий рівень постійних витрат та вкрай низький рівень змінних витрат [11, с. 4]. Наприклад, створення першого екземпляру фільму потребує значних фінансових затрат, тоді як вартість наступної копії фактично дорівнює нулю. Як наслідок, спостерігається майже лінійне зниження ціни на товар при збільшенні його споживачів.

3. Цінність інформації знаходиться у прямій залежності від попиту на неї і не має прямого зв'язку із вартістю її створення [4, с. 35]. Зважаючи на той факт, що створення інформаційного продукту потребує здебільшого постійних витрат, виробник зазнає максимальних втрат, якщо товар не буде продаватися [11, с. 5].

4. Один і той самий інформаційний товар може спожити необмежене число споживачів. Наприклад, періодичні видання доступні більш як одному споживачеві. Для товарів, які поширюються у цифровій формі, створення копії є настільки дешевою і простою операцією, що споживачі самі починають їх виробляти й поширювати. Цю особливість дослідили Яніс Бакос (*Yannis Bakos*), Ерік Брінд-жолсон (*Erik Brynjolfsson*), Дуглас Лайтмен (*Douglas Lichtman*) у своїй праці «Спільні інформаційні товари» («*Shared Information Goods*») [14]. Вони показали, що виробники можуть виграти в разі вибору правильної стратегії. Але, безумовно, це додає труднощів при оцінці частки інформаційних товарів у структурі особистого споживання.

Аналіз структури особистого споживання не може бути обмежений лише макроекономічними показниками через їх надмірну агрегованість. У статистичних звітах практично відсутні дані, які характеризують структуру споживання. Щоб їх зібрати, необхідно створення репрезентативної вибірки споживачів або продавців та здійснення статистичного спостереження особистих потреб. Основний метод, який доцільно застосовувати під час збору інформації, – це анкетування.

Дослідження особистого споживання передбачає визначення кількісної та якісної складових особистих потреб, вивчення виробництва товарів. Алан Варде (*Alan Warde*) у своєму дослідженні [14] зазначає, що більшість видів діяльності й, мабуть, усі види комплексної діяльності потребують і зумовлюють споживання.

Споживання не може бути прирівняне до попиту – його слід розглядати як невід'ємну частину більшості сфер щоденного життя; як процес привласнення та оцінки суб'єктом товарів, послуг, інформації, оточення незалежно від наявності факту купівлі-продажу в цілях використання або навіть просто спостереження.

Отже, можна виділити такі шляхи використання електронних грошей у мережі Інтернет:

1. Купівля обчислювальної техніки та комплектуючих – починаючи від повноцінних комп'ютерів і закінчуючи мобільними телефонами. Це є закономірним у зв'язку з тим, що діяльність усіх користувачів Інтернету пов'язана із використанням комп'ютерної техніки або для роботи, або для розваг, а, як уже підкреслювалося, структура споживання залежить від діяльності.

2. Купівля інформаційних товарів, до яких належить будь-що, що можливо перевести у цифровий вигляд, – книга, фільм, аудіозапис, телефонна розмова [11, с. 3]. Найбільш популярна форма інформаційних товарів – цифрова. Сьогодні компанія *Amazon*, найбільший у світі роздрібний Інтернет-магазин, продає більше книг в електронному вигляді, ніж у паперовому. А компанія *Apple*, найбільший у світі магазин музики, поширює музичні звукозаписи тільки у цифровому вигляді.

3. Оплата різного виду послуг. Переважно йдеться про оплату за доступ до мережі Інтернет, мобільний зв'язок, користування кабельним телебаченням, комунальні послуги та ін.

4. Купівля стандартизованих товарів. Відносно таких товарів покупець може стверджувати, що у двох різних продавців обраний товар буде абсолютно однаковий. До таких товарів, наприклад, належить побутова техніка. Якщо товар однаковий у різних продавців, то вирішальним фактором стає ціна. Інтернет зробив передачу інформації миттєвою, тому покупець завжди може швидко порівняти ціни в різних Інтернет-магазинах й обрати для себе кращі умови. Тож Інтернет-ринок – більш конкурентний та більш вигідний, а тому більш привабливий для споживача.

Зв'язок між групами товарів, структурою особистого споживання і розвитком електронних платежів. Стосовно першої групи товарів необхідно зазначити, що первинний зв'язок із розвитком електронних платежів насправді є зворотним. Спочатку почалося споживання цих товарів, а потім їх використання як інструменту для здійснення електронних платежів. І чим більшою є частка товарів першої групи у структурі особистого споживання, тим більше можливостей у споживачів для електронних платежів. Оскільки діяльність усіх цих користувачів пов'язана з мережею Інтернет, то й абсолютно законірно можна вважати той факт, що за товари першої групи платять електронними грошима. У такому випадку зв'язок структури особистого споживання і розвитку електронних платежів є неоднозначним. З одного боку, ми спостерігаємо зростання споживання товарів першої групи й можемо сказати, що це відбувається завдяки тому, що їх купують, використовуючи електронні платежі. З другого боку, можна впевнено стверджувати, що комп'ютерну техніку придбавають для того, щоб здійснювати електронні платежі. У будь-якому випадку наявним є вплив електронних грошей на структуру особистого споживання.

Відносно другої групи товарів слід зауважити, що розвиток електронних платежів зумовив значне збільшення інформаційних товарів у структурі особистого споживання. Безумовно, подібні товари споживалися й раніше, але у часи технологічного розвитку, їх частка у структурі споживання неймовірно зростає. Науковці заговорили про інформаційне суспільство, нову історичну фазу розвитку цивілізації, у якій основними продуктами виробництва та споживання є інформація і знання. Чому розвиток електронних платежів відіграв у цьому процесі важливу роль?

Основне призначення Інтернету – обмін інформацією, у тому числі у вигляді інформаційних товарів. Завдяки глобальному характеру мережі стало можливим отримання інформації з будь-якої частини світу, й відповідно пропозиція інформаційних товарів зростає на порядки. Інформація може бути куплена у продавця, який знаходиться в іншій частині світу, і миттєво доставлена покупцю. Оплата за інформацію також здійснюється та доставляється в будь-яку країну дуже швидко завдяки електронним платежам.

Товари третьої і четвертої груп хоч і оплачуються за допомогою електронних грошей, але це не відбивається на структурі особистого споживання. Такі товари споживалися й до появи електронних грошей. Останні лише привнесли новий спосіб платежу. Основними мотивами оплати послуг через Інтернет є зручність і миттєвість. Для четвертої групи товарів існує додатковий мотив – ціна. Як уже зазначалося вище, Інтернет-ринок є більш конкурентним та привабливим для споживача.

Висновок. Електронні гроші виникли в результаті еволюції грошових форм. Основна перевага електронних грошей перед звичайними безготівковими розрахунками – надзвичайно низька вартість транзакцій. Сьогодні не існує єдиного методологічного підходу до визначення сутності електронних грошей та їх типів. В Україні до електронних грошей відносять одиниці вартості, які зберігаються на електронному пристрої, приймаються як засіб платежу іншими, ніж емітент, особами і є грошовим зобов'язанням емітента.

Розвиток електронних платежів забезпечив торгівлю інформаційними товарами у глобальній мережі Інтернет й тим самим змінив характер особистого споживання. Був створений новий ринок, який зміг задовольнити попит на якісні інформаційні товари. Завдяки електронним платежам стало економічно вигідно виробляти ці інформаційні товари.

Література

1. Деньги. Кредит. Банки : учебник / Г. Е. Алпатов, Ю. В. Базулин и др. ; под ред. В. В. Иванова, Б. И. Соколова. – М. : ТК Велби, Изд-во Проспект, 2003. – 624 с.
2. Діба М. Еволюція золота: історія і сучасність / М. Діба, Е. Бахтарі // Вісник НБУ, жовтень 2008. – С. 20–28.
3. Климко Г. Н. Основы экономической теории: политэкономический аспект : учеб. / Г. Н. Климко. – К. : Знання-Пресс, 2004. – 615 с.
4. Пономаренко Н. Ш. Особливості розвитку інформаційного ринку : монографія / Н. Ш. Пономаренко, О. В. Фінагіна ; Ін-т економіко-правових досліджень НАН України. – Донецьк : ТОВ «Юго-Восток, Лтд», 2006. – 194 с.
5. Про електронні гроші в Україні : Постанова Правління НБУ від 25 червня 2008 року № 178 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=z068808>
6. Світовий досвід і перспективи розвитку електронних грошей в Україні : науково-аналітичні матеріали. – Вип. 10 / П. М. Сенищ, В. М. Кравець, В. І. Міщенко, О. О. Махаєва, В. В. Крилова, Н. В. Грищук. – К. : Національний банк України. Центр наукових досліджень, 2008. – 145 с.
7. Тарасов В. И. Деньги, кредит, банки : учебн. пособ. / В. И. Тарасов. – Мн. : Мисанта, 2003. – 512 с.
8. Amazon sells more e-books than hardcover volumes [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.internetretailer.com/2010/07/20/amazon-sells-more-e-books-hardcover-volumes>
9. Directive of the European Parliament and of the Council 2000/46/EC of 18.09.2000 «On the taking up, pursuit of and prudential supervision of the business of electronic money institutions» // Official Journal of the European Communities. – L 275. – 2000. – 27 Oct. – P. 39–43.
10. Evaluation of the E-Money Directive (2000/46/EC), European Commission, 17 February 2006. – 62 p. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://ec.europa.eu/dgs/internal_market/docs/evaluation/e_money_directive.pdf
11. Hal R. Varian. Markets for Information Goods. – University of California Berkeley, 1998. – 19 p.
12. Milton Friedman. A Theory of the Consumption Function. – Published in 1957 by Princeton University Press. – 259 p.
13. Survey of electronic money developments, BIS, November 2001. – 104 p. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.bis.org/publ/cps48.pdf>
14. Yannis Bakos, Erik Brynjolfsson, Douglas Lichtman. Shared Information Goods, 1998. – University of Chicago Law School, John M. Olin Law & Economics Working. – Paper No. 67.

Стаття надійшла до редакції 19 жовтня 2010 року