

Для українського ринку інтернет-комерції характерна різноманітність і різнотипність підприємств електронної торгівлі. Основними формами організації вітчизняних інтернет-магазинів є такі: виділений проект на базі існуючого магазину; ще одна вітрина існуючого магазину; Інтернет-магазин, що не має бази у вигляді офлайнового магазину; цілком віртуальний магазин, що не має бази у виді офлайнового магазину і власних складів; дилер одного чи декількох онлайнових магазинів, що не є їхнім прямим продовженням.

Характеристики інтернет-торгівлі в Україні значною мірою відрізняються від тенденцій, що сформувалися у світовій практиці. Приміром, за статистикою, громадяни США, Канади, Європи купують через Інтернет книги, CD і DVD-диски, відеоігри й авіаквитки, а в Україні – комп'ютери й комплектуючі, побутову техніку, косметику й парфуми, а також дорогі товари. Це означає, що торговельна стратегія українських інтернет-магазинів не відрізняється від манери ведення бізнесу у звичайній торгівлі: ставка робиться на розмір виручки, а не на оборот капіталу. У світі найбільшою популярністю користуються інтернет-магазини, які є представництвами реально існуючих торговельних мереж або марок. Як, наприклад, 8 з 10 найпопулярніших інтернет-проектів у США або 13 з 20 – у Росії. В Україні ця тенденція відсутня, і з першої "двадцятки" реальні торговельні площі мають тільки два – інтернет-портали торговельної мережі "Фокстрот" і магазину "Сокіл Computers".

У країнах Західної Європи і США разом з традиційними секторами торгівлі "бізнес-бізнес" і "бізнес-споживач" в даний час набули поширення системи інтерактивного кабельного і супутникового телебачення (t-commerce), за допомогою яких користувачі не тільки можуть дивитися відеофільми, але і замовляти різні товари і послуги. Ці системи, за оцінкою більшості фахівців, надійніші, оскільки на відміну від Інтернет – магазинів реалізуються в замкнених мережах без прямого доступу покупців до глобальних інформаційних мереж.

Новим напрямом розвитку електронної торгівлі є використання засобів мобільного доступу до мережі Інтернет для здійснення покупок (m-commerce). В умовах України, що має значну територію і низьку щільність населення, а також недостатньо розвинену наземну телекомунікаційну інфраструктуру у видалених регіонах, безпроводні технології підключення до мережі Інтернет можуть мати серйозну перспективу.

Особливістю вітчизняного ринку Інтернет-торгівлі є система розрахунків. Українські споживачі надають перевагу оплаті готівкою за фактом одержання й перевірки товару. На другому місці за популярністю серед способів платежу – системи Webmoney і Ukmoney. Причиною такої ситуації є недовіра споживачів до оплати картками. Системи електронних грошей ще не отримали широкого розповсюдження: можливість такої оплати пропонується більшістю Інтернет-магазинів, однак реально її використовує, як стверджує голова проекту Rozetka, приблизно 0,5% покупців.

У цілому можна сказати, що український ринок інтернет-торгівлі перебуває в стадії активного розвитку. Суттєвими перешкодами на шляху активного розвитку цього виду діяльності є відсутність правового поля для здійснення е-торгівлі, недовіра населення до торговельних операцій через мережу, недостатній розвиток банківської сфери.

М.В. Поставнича, канд. іст. наук (ХДУХТ, Харків)

ПРИНЦИПИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА РОБОТИ МЕРЕЖНОЇ ФОРМИ З РИНКОВОЮ ТА ІЄРАРХІЧНОЮ ФОРМАМИ УПРАВЛІННЯ

Нам відома одна зі спроб теоретичного осмислення проблем, які виникають в традиційних ринкових уявленнях сучасної економічної науки у відповідь на прояв у реальній економіці особливостей мереженої економіки.

Ця робота належить Брадфорда Де Лонг і Майклу Фрумкіна. Їх основне твердження – «сучасні технології починають підривати властивості, які роблять Невидиму Руку ринкової системи ефективним і ефективним засобом для організації виробництва і розподілу продукції». У першу чергу це стосується наступних трьох основ ринкової системи: 1) винятковість, що розуміється як здатність продавців змусити споживачів стати покупцями; 2) суперництво, як наявність виробників, що виконують одну й ту ж саму операцію з різними витратами; 3) прозорість, що означає, що індивіди ясно розуміють що їм потрібно і що мають на продаж, тобто вони достовірно знають те, що вони хочуть купити.

Дані основи відповідали економіці часів Адама Сміта, вони все ще добре відповідають сучасній економіці, але є спостереження, що вони будуть досить погано співвідноситися з майбутньою економікою.

– У мережній економіці власник товару не в змозі простими і дешевими засобами виключити конкурентів зі свого сегменту, тобто електронні можливості тиражування й доставки продукції, практично знищують «винятковість», яка стоїть у списку основ ринкової системи на першому місці. «За відсутності виключності ... потенційні користувачі [учасники ринку] втрачають ефективний спосіб дати знати ринкової системи на скільки сильний їх попит і на що конкретно він направлений»;

– «Змагальність», також, втрачає свою обов'язковість у мережній економіці, оскільки гранична вартість тиражування «цифрової» продукції ставати близькою до нуля і в наслідок цього в одвічній боротьбі за покупця, якщо це відбувається в мережевій економіці, пропадають конкурентні відмінності між продавцями

через їх витрати на обслуговування додаткових замовлень. Через це здаються не досяжними такі характеристики «хорошого» ринку як «конкуренція з метою обмеження проявів приватної економічної могутності, віддача від інвестицій і трудових зусиль у відповідності з доданою соціальною цінністю, достатність стимулів для інновацій та розвитку нових продуктів»;

– У багатьох секторах економіки покупка товарів у цей час перестає бути «прозорою» тому відповідна їй транзакція, як правило, відразу не закінчується. Акт купівлі, у все більших випадках, означає виникнення довгострокових відносин між продавцем і покупцем. Ця нова риса особливо добре помітна по ринку програмних продуктів: періодичне оновлення версій програмного забезпечення перетворює акт покупки в процес довгострокового «співпраці» між покупцем і продавцем.

У свою чергу, ієрархічні форми управління в порівнянні з мережевими структурами програють останнім, на думку Джоел Подольний і Карен Пейдж, за наступними параметрами:

- освоєння нових навичок та знань;
- отримання легітимності;
- поліпшення економічного функціонування;
- управління ресурсної залежністю.

Економічні переваги мережних форм цими ж авторами описуються так: «Створенням кращих комунікацій, ніж це може зробити ринок, мережеві форми організації полегшують кращу координацію перед обличчям змін, значимість яких не може бути повністю передана або зрозуміла через цінові сигнали. У цей же час, в наслідок того, що кордони мережених форм організації зазвичай більш легко керовані, ніж кордони ієрархій більш легким є модифікація композицій мережених організацій як відповідна реакція на ці зміни».

Таким чином, складається уявлення, що починається експансія мережевих структур буде руйнувати ринкові регулятори і витіснити ієрархічних способи управління з внутрішнього середовища організацій. Ті ж автори, перефразувавши знаменитий полемічний питання Коуза з його Теорії Фірми («навіщо потрібен ринок, якщо є фірма»), запропонували новий варіант «основного питання», на який повинна зараз відповісти економічна теорія: «якщо мережева форма управління може давати краще навчання, розширену легітимність і престиж, кращий контроль над зовнішнім середовищем, і кращі економічні результати, чому зберігаються ринки і ієрархічні структури».

Н.В. Радєвич, ст. викл. (ХДУХТ, Харків)

ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОЦЕСІВ ФОРМУВАННЯ МЕРЕЖНОЇ ЕКОНОМІКИ

Сучасні досягнення в розвитку глобальних інформаційних і комунікаційних технологій (Інтернет-технології) призвели до формування глобального електронного середовища в економічній діяльності, що, у свою чергу, відкрило нові можливості для організаційного та інституціонального дизайну в бізнесі й інших сферах соціально-економічної діяльності людини. Одна з назв нового середовища – "мережна економіка" (networked economy).

Глобальна мережна економіка визначається як "середовище, в якій будь-яка компанія чи індивід, що знаходяться в будь-якій точці економічної системи, можуть контактувати легко і з мінімальними витратами з будь-якою іншою компанією чи індивідом з приводу спільної роботи, торгівлі, обміну ідеями і ноу-хау або просто задоволення".

Виникнення мережної економіки приводить до еволюції сучасних економічних систем, формування неринкових механізмів регулювання та мережних організаційних структур. У результаті виникає свого роду безгалузева, мережна економіка, заснована переважно на горизонтальних зв'язках.

Виділяють чотири основні процеси, які повсякденно підсилюють позиції мережної економіки.

1. Оскільки мережна економіка може "жити" тільки в інформаційно-комунікаційному середовищі, створюваному глобальною мережею Інтернет, базовою умовою її існування стає розвиток і поширення Інтернет-технологій. Найбільш застосовувані в даний час види Інтернет-технологій складаються з засобів оперативного обміну та розповсюдження інформації (текстова, звукова, відео), а також засобів створення та підтримки інформаційних ресурсів (веб-сторінок) у мережі Інтернет. Серед нових видів Інтернет-технологій, широке застосування яких очікується в найближчому майбутньому, великий вплив на мережну економіку здійснюватимуть: а) засоби групової роботи географічно розподілених учасників спільної діяльності; б) технологія "інтелектуального агента", що створює ефект постійної присутності в мережі інформаційного робота, запрограмованого своїм хазяїном на збір і фільтрацію необхідної інформації, на пошук людей і організацій, на проведення певної стадії переговорів з інтелектуальними агентами інших учасників економіки тощо. Дана технологія дозволить знизити інформаційне перенавантаження учасників мережної економіки, підвищити швидкість і ефективність процедур встановлення контактів, проведення переговорів, підтримки угод тощо.

2. Привабливість і ефективність мережної економіки залежить від наявності в ній критичної маси економічних агентів та відповідної інфраструктури, яка робить можливим їх діяльність. Численні спроби індивідів і організацій використовувати можливості глобальної мережі призводять до розширення масштабів