

konkurentnoy inceptum in environment: Monohrafiya. / G. V. Bushmeleva - Ekaterinburg: Press Institutu Economy uro RAS, 2008. - 502 p.

11. Lesnjak V.V. Oeconomicarum mechanism accommodatae Inzhenernyi // Vestnik Don - 2013. - №3 (XXVI). [Electronic resource]. - Access: <http://cyberleninka.ru/article/n/ekonomicheskiy-mehanizm-adaptatsii>

Рецензент: Перерва П.Г., професор, доктор економічних наук, декан економічного факультету Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»

20.09.2015

УДК 339.372

Маловичко Світлана

ВІРТУАЛІЗАЦІЯ ЕКОНОМІКИ ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ

На підставі аналізу методологічних позицій в сьогочасній науковій думці відносно сутності та змісту економічних відносин виявити форми прояву нової економіки як основного фактору розвитку електронної торгівлі. У процесі дослідження використано: методи теоретичного узагальнення і порівняння, аналізу і синтезу (для уточнення змісту поняття «нової економіки»), методи графічної візуалізації (для представлення даних), групування. На підставі проведеного дослідження згруповано інваріантні форми прояву нової економіки. Визначено, що саме термін «інформаційна економіка» є найбільш універсальним поняттям, всеосяжним, різноманітним за конфігураціями прояву, полікультурним за суттю. Розглянуті існуючі підходи до вивчення інформаційної економіки. Визначені інваріантні форми прояву нової економіки. На основі аналізу існуючих підходів до вивчення інформаційної економіки запропоновано здійснювати дослідження електронної торгівлі, спираючись на діалектичний взаємозв'язок технократичного та гуманітарного підходів. Особливості трансформації споживання («ендемічні», «темпоральні») доповнені «рушійними». Отримані результати спрямовані на оптимізацію управління електронною торгівлею підприємств.

Ключові слова: віртуалізація економіки, інформаційна економіка, інформаційне суспільство, інформаційно-комунікаційні технології, електронна торгівля, електронна комерція.

Маловичко Светлана

ВИРТУАЛИЗАЦИЯ ЭКОНОМИКИ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ

На основании анализа методологических позиций в современных научных взглядах относительно сущности и содержания экономических отношений выявить формы проявления новой экономики как основного фактора развития электронной торговли. В процессе исследования использованы: методы теоретического обобщения и сравнения, анализа и синтеза (для уточнения содержания понятия "новой экономики"), методы графической визуализации (для

представления данных), группировки. На основании проведенного исследования сгруппировано инвариантные формы проявления новой экономики. Определено, что именно термин "информационная экономика" является наиболее универсальным понятием, всеобъемлющим, разнообразным по конфигурациям проявления, многокультурным по сути. Рассмотрены существующие подходы к изучению информационной экономики. Определены инвариантные формы проявления новой экономики. На основе анализа существующих подходов к изучению информационной экономики предложено осуществлять исследование электронной торговли, опираясь на диалектическую взаимосвязь технократического и гуманитарного подходов. Особенности трансформации потребления ("эндемические", "темпоральные") дополнены "движущими" Рассмотренные существующие подходы к изучению информационной экономики. Полученные результаты направлены на комплексное решение проблем в сфере управления электронной торговлей и будут способствовать обеспечению ее эффективности.

Ключевые слова: виртуализация экономики, информационная экономика, информационное общество, информационно-коммуникационные технологии, электронная торговля, электронная коммерция.

VIRTUALIZATION OF ECONOMY AS FACTOR OF DEVELOPMENT OF E-COMMERCE

On the basis of analysis of methodological positions in a today's scientific mind in relation to essence and maintenance of economic relations to educe the forms of display of new economy as a basic factor of development of e-commerce. The study used: methods of theoretical generalization and comparison, analysis and synthesis (for clarification of maintenance of concept "new economy"), methods of graphic visualization (for presentation of data), grouping. On the basis of undertaken a study it is grouped invariant of form of display of new economy. Certainly, that exactly a term "informative economy" is most universal by the concept, all-embracing, various after configurations of display, multicultural after essence. Considered existing going near the study of informative economy.

Certain invariant of form of display of new economy. On the basis of analysis of the existent going near the study of informative economy it offers to carry out research of e-commerce, leaning on dialectical intercommunication of technocracy and humanitarian approaches. The features of transformation of consumption ("endemic", "temporal") are complemented by "motive". The got results are the managements sent to optimization electronic commerce of enterprises.

Key words: virtualization of economy, informative economy, informative society, of informatively-communication technologies, e-trade, e-commerce.

Постановка проблеми. Сучасні умови ведення бізнесу характеризуються зростанням значущості інформації як предмету управління, використанням інформаційно-технологічних інновацій, глобальною технологізацією як в економічній, так і в соціальній сфері. Цивілізаційні зміни характеризуються переходом від індустріального до постіндустріального суспільства, де політика, економіка і культура піддаються впливу різних факторів, в тому числі науковому прогресу в інформаційно-комунікаційній сфері.

Складність та численність глобальних проблем пов'язана зі змінами у світовому розвитку, реорганізацією світового порядку, неоднозначністю підходів та механізмів їх розв'язання [1, с. 31], однією з таких проблем є віртуалізація економіки.

Аналіз досліджень і публікацій. Дослідженню окремих аспектів інформатизації суспільства та економіки присвячені наукові роботи Висоцької В.А. [2], Гальчинського А.С. [3], Дятлова С.А. [4], Кримського І.А. [5], Манахової І.В. [6], Матвєєва І.А. [7], Соколової І.В. [8], Сисоєвої С.В. [9], Фрідкіна [10], Чекалкіної К.В. [11], Чернеги О.Б. [1] та інших.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Наукова дискусія з цих питань має активний, але й суперечливий характер. Поза увагу лишаються питання систематизації сучасних знань у цій сфері з метою виявлення чинників розвитку електронної торгівлі як однієї з найперспективніших галузей народного господарства.

Постанова завдання. На підставі аналізу методологічних позицій в сьогочасній науковій думці відносно сутності та змісту

економічних відносин виявити форми прояву нової економіки як основного фактору розвитку електронної торгівлі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Наукові спори відносно сучасного етапу розвитку економічних відносин ведуться завзято й активно. Вивчення робіт, що присвячені детермінації сутності та змісту нової економіки [2, с. 34; 3; 4, с.108; 5, с. 7; 6, с. 12; 7; 10, с.43; 11, с. 37 та інших], свідчить про те, що наукова термінологія виокремлює значну сукупність поглядів на це питання, а саме: «економіку послуг (сервісну економіку)», «економіку знань (когнітивну економіку), «мережеву економіку (вікіноміку)»; «інтернет-економіку (віртуальну економіку)», «креативну економіку», «ноосферну економіку», «інформаційну економіку», «інноваційну економіку», «електронну економічну діяльність», «політичну соціоекономіку» (табл. 1).

В цих поглядах відбиваються різні змістові складові, що дають сукупне цільне уявлення про нову економіку. З нашої точки зору, саме «інформаційна економіка» є найбільш універсальним поняттям, всеосяжним, різноманітним за конфігураціями прояву, полікультурним за суттю.

Ретельний аналіз вітчизняної та зарубіжної наукової літератури показав, що існує два підходи до вивчення інформаційної економіки [6; 8; 9]:

- технократичний – «...при якому інформаційні технології

вважаються засобом підвищення продуктивності праці і їх використання обмежується, в основному, сферами виробництва і управління» [8];

- гуманітарний (А.П. Єршов, А.Д. Урсул, І.В. Соколова, Манахова І.В. та інші) при якому інформаційні технології розглядаються «. як важлива частина людської життя, що мають значення не лише для виробництва і управління, але і для розвитку споживчою, соціальною і культурною сфер» [6, с. 12], цей підхід «...включає три діалектично взаємозв'язаних процеси: 1) медіатизацію - процес вдосконалення засобів збору, зберігання і поширення інформації; 2) комп'ютеризацію - процес вдосконалення;

Таблиця 1

Інваріанти форми прояву нової економіки [розроблено автором на основі 2, с. 34; 3; 4, с.108; 5, с. 7; 6, с. 12; 7; 10, с.43; 11, с. 37]

Форми прояву нової економіки	Характеристика методологічної позиції
• електронна економіка	широке та інтенсивне використання інформації, знань та інформаційних технологій
• інформаційна економіка (сервісна економіка)	активне використання інформації, знань технологій, спрямоване на розширення можливості розвитку людини і підвищення добробуту
• економіка послуг	диверсифікація попиту на споживання послуг
• економіка знань (когнітивна економіка)	зростання значення інформації, знань, інтелекту в створенні і споживанні благ
• мережева економіка (вікіноміка)	побудова стосунків із споживачами за мережевим принципом, інформаційний маркетинг, виробництво і розподіл мережевих благ
• інтернет-економіка (віртуальна економіка)	віртуалізація споживання за допомогою мережі Інтернет, інформаційно-орієнтовані трансакції
• креативна економіка	розвиток творчої діяльності, поширення креативності на споживчі практики
• ноосферна економіка	наростання планетарного масштабу споживання, збільшення антропогенної і екологічної навантаження на природу споживання, збільшення антропогенної і екологічної навантаження на природу
• інноваційна економіка	перехід від виробництва і споживання традиційних товарів і послуг до розширеного відтворення нововведень
• електронна економічна діяльність	реалізації товарів і послуг в електронній формі
• політична соціоекономіка	визначальна роль соціального не лише в економічному житті, а й у всьому суспільно-політичному просторі

- засобів пошуку і обробки інформації; 3)

інтелектуалізацію - процес розвитку знань і здібностей людей до сприйняття і породження інформації, що закономірно обумовлює підвищення інтелектуального потенціалу суспільства, включаючи можливість використання засобів штучного інтелекту..." [8].

Зауважимо, що дослідження електронної торгівлі повинно спиратися на діалектичний взаємозв'язок технократичного та гуманітарного підходів, адже торгівля (електронна в тому числі) як галузь економіки, не обмежується сферами управління, тим більше виробництва, але є частиною соціального життя суспільства, єдиною ланкою між виробництвом та споживанням, адже одним з основних її завдань є узгодження товарного виробництва з потребами ринку.

У зв'язку з цим цікавим на сегментацію рівнів електронної економіки є погляд Дятлова С.А., який виокремлює серед них такі: інвестиції та інновації в Інтернет-індустрію; Інтернет-інфраструктуру; програмне забезпечення Інтернет; Інтернет-брокерів, електронний трейдинг, рекламу; електронну торгівлю; офшорне програмування; дистанційну освіту; індивідуальні послуги в Інтернет (рис. 1).

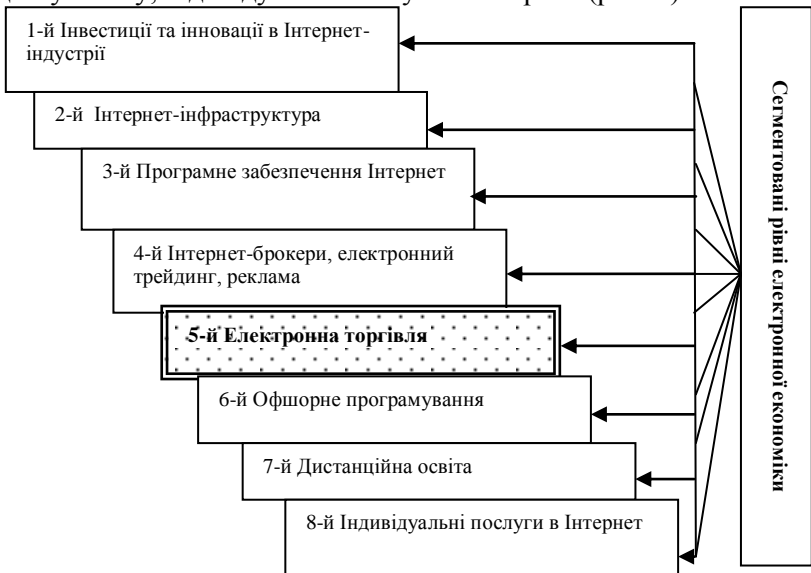


Рис. 1. Сегментовані рівні електронної економіки (розроблено автором на основі [4, с.99])

Однак, є не зрозуміло, що автор має на увазі під терміном «рівні ... економіки», за якою ознакою здійснене сегментування та чому саме ці «рівні» увійшли до цього розподілу.

З нашої точки зору, сегментувати електронну економіку можна за різними ознаками: за видами електронного бізнесу (наприклад, електронні аукціони, електронні банки, електронна комерція, електронна науково-дослідна робота, електронний маркетинг, електронна логістика тощо); за рівня (світову економіку, макро- та мікроекономіку); за структурою (організаційно-економічний рівень, галузевий, територіальний, відтворювальний, зовнішньоекономічний) тощо.

Використовуючи термін «віртуалізація» в соціокультурному сенсі, підкреслимо що вона давно вийшла за межі технічних вчень та змінила свій вектор проблематики в сторону філософських, соціологічних та економічних наук. Наслідком інформатизації суспільства та економіки є стрімке розповсюдження електронної торгівлі в світі. З точки зору структурного підходу електронна торгівля може бути представлена через сукупність агрегованих моделей (секторів) (рис. 2). Найбільш розповсюдженою та цікавою, з нашої точки зору, є модель B2C, що відбиває розвиток та здійснення роздрібною електронною торгівлі, тобто зв'язки між підприємствами та кінцевими споживачами.

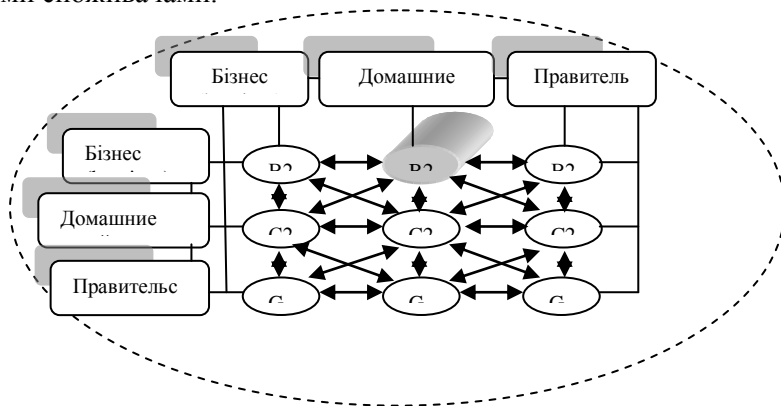


Рис. 2. Матричне представлення секторального ядра моделей електронної торгівлі

Пропонуємо розглядати електронну торгівлю як частину електронного бізнесу та як найсучаснішу сферу економічної діяльності, що тісно пов'язана з феноменом «споживання».

Помітне місце серед наукових робіт, присвячених аналізу феномену споживання, займає дисертаційний доробок Манахової І.В. «Трансформація споживання в інформаційній економіці» [6]. Автором визначені особливості трансформації споживання:

1) ендемічні (просторові) - просторова зміна повсякденного життя: одночасне розсіяння (розширення і дезінтеграція міст) і концентрація за допомогою технологій; мобільність людей, прискорення циркуляції інформаційних потоків, свобода вибору в організації роботи, споживання і соціальних мереж; багатофункціональність споживчої інфраструктури і публічних місць (молли, парки, стадіони, дрозтори); домоцентричність споживання в

електронному котеджі; розповсюдженість споживання в мережевому просторі Інтернет;

2) темпоральні - зміна бюджету часу (скорочення робочого часу, збільшення дозвілля, поєднання часу праці і часу споживання, особливо у осіб, зайнятих розумовою і творчою працею); зміна щоденного тимчасового циклу (гнучкість, стискування часу, прискорення трансакцій, інтерактивність); у збільшенні тривалості життя, отже, часу споживання [6, с. 13-14].

Така диференціація особливостей трансформації споживання є логічно обґрунтованою, але неповною, тому що враховує лише просторово-часову детермінанту, не беручи до уваги той, факт, що будь-яка зміна є тісно пов'язаною з рухом як основною характеристикою перетворення. Пропонуємо доповнити визначені особливості трансформації споживання «рушійними» - зміна кількісної та структурної компонентів в демографічній ситуації в світі; асиметричність виробництва товарів; асиметричність рівня доходів та добробуту в світі; кризові явища і глобальна нестабільність світового господарства; дегуманізація, дезорентація споживачів тощо.

Отже, результатом віртуалізації є розповсюдження та перманентне використання Всесвітньої мережі у єдиному інформаційному просторі, віртуалізація лишає свої відбитки як в соціальному – створюючи інформаційне суспільство, так і в

економічному житті – розвиваючи електронний бізнес.

Висновки. Віртуалізація економічної сфери впливає як на загальні економічні показники держави, так і на глобальну конкурентоспроможність країни в цілому. Темпи розвитку електронної торгівлі в світі б'ють рекорди, інформаційно-комунікаційний простір приваблює до себе все більше користувачів, а задоволення потреб споживачів швидкими темпами перетікає із сфери матеріальної у віртуальну. Відмітимо, що саме технологічні перетворення в світі стали поштовхом для розвитку інформаційної економіки, що в свою чергу каталізує розвиток електронної торгівлі.

Перспективами подальших досліджень у цьому напрямі є розробка класифікації видів електронного бізнесу, дослідження передумов розвитку та еволюційних перетворень в цій сфері.

Література

1. Чернега О.Б. Глобальні проблеми сучасності та їх вплив на розвиток світового господарства /Чернега О.Б., Опалько В.В./ Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту. Серія Економіка і менеджмент. – Черкаси, 2010. - №2(8) - С. 31-46.

2. Висоцька В.А Особливості проектування та впровадження систем електронної комерції / А.Ю. Висоцька // Вісник національного університету «Львівська Політехніка». Комп'ютерні науки та інформаційні технології, 2008. - №629. – С.34-45.

3. Гальчинський А.С. Політична нооекономіка: начала оновленої парадигми економічних знань / А. С. Гальчинський. – К. : Либідь, 2013. – 472 с.

4. Дятлов С.А. Информационно-сетевая экономика: структура, динамика, регулирование: монографія / С.А. Дятлов, В.П. Марьяненко, Т.А. Селищева. – М.:ИНФРА-М, 2015. – 414 с.

5. Крымский И.А. Павлов К.В. Проблемы и перспективы развития электронной экономики в России / И.А. Крымский, К.В. Павлов . – Мурманск: Изд-во Кольского НИЦ РАН, 2007 . – 200 с.

6. Манахова І.В. Трансформация потребления в информационной экономике: автореф. дис. на соискание степени док. экон. наук : спец. 08.00.01 «Экономическая теория» / І.В. Манахова. - Москва. – 2014. – 39 с.

7. Матвеев И.А. Электронная экономика: сущность и этапы

розвиття [Електронний ресурс] / І.А. Матвеев// УЭКС. – 2012. – №6 (42). - Режим доступу: <http://uecs.ru/makroekonomika/item/1427-2012-06-29-06-02-49>

8. Соколова І. В. Соціальна інформатика і соціологія: проблеми і перспективи взаємозв'язи : монографія. М. : Изд-во МГУ, 1999. 184 с.

9. Сысоева С.В. Сущность категории «Информатизация» в постиндустриальной экономике [Электронный ресурс]// С.В. Сысоева // Вестн. ом. ун-та, 2011. -№3. – С.330-335. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/suschnost-kategorii-informatizatsiya-v-postindustrialnoy-ekonomike>

10.Фридкин Л.Б. Налогообложение и Интернет /Л. Б. Фридкин// Электронная торговля в СНГ и восточноевропейских странах: Материалы VII междунар.науч.конф., 9 ноября 2005 г., Минск / Отв.ред. Б.Н. Паньшин. – Мн.: БГУ, 2001. – с. 38-48.

11. Чекина К.В. Інтернет та сучасні способи ведення електронного бізнесу [Текст] / Чекина К.В., О. В. Орлик // Інформатика та інформаційні технології : студ. наук. конф., 20 квітня 2015 р.: матер. конф. —Одеса, ОНЕУ. —С. 36-39.

1. Cherniha O.B. Hlobal'ni problemy suchasnosti ta yikh vplyv na rozvytok svitovoho hospodarstva /Cherniha O.B., Opal'ko V.V./ Visnyk Shkhidnoyevropeys'koho universytetu ekonomiky i menedzhmentu. Seryya Ekonomika i menedzhment. – Cherkasy, 2010. - #2(8) - S. 31-46.

2. Vysots'ka V.A Osoblyvosti proektuvannya ta vprovadzhennya system elektronnoyi komertsyi / A.Yu. Vysots'ka // Visnyk natsional'noho universytetu «L'vivs'ka Politekhnik». Komp'yuterni nauky ta informatsiyeni tekhnolohiyi, 2008. - #629. – S.34-45.

3. Hal'chyns'kyu A.S. Politychna noekonomika: nachala onovlenoyi paradyhmy ekonomichnykh znan' / A. S. Hal'chyns'kyu. – K. : Lybid', 2013. – 472 s.

4. Djatlov S.A. Informacionno-setevaja jekonomika: struktura, dinamika, regulirovanie: monografija / S.A. Djatlov, V.P. Mar'janenko, T.A. Selishheva. – М.:INFRA-M, 2015. – 414 s.

5. Krymskij I.A. Pavlov K.V. Problemy i perspektivy razvitija jelektronnoj jekonomiki v Rossii / I.A. Krymskij, K.V. Pavlov . – Murmansk: Izd-vo Kol'skogo NC RAN, 2007 . – 200 s.

6. Manahova I.V. Transformacija potreblenija v informacionnoj jekonomike: avtoref. dis. na soiskanie stepeni dok. jekon. nauk : spec. 08.00.01 «Jekonomicheskaja teorija» / I.V. Manahova. - Moskva. – 2014. – 39 s.

7. Matveev I.A. Jelektronnaja jekonomika: sushhnost' i jetapy razvitija [Elektronnij resurs] / I.A. Matveev// UJekS. – 2012. – №6 (42). - Rezhim dostupu: <http://uecs.ru/makroekonomika/item/1427-2012-06-29-06-02-49>

8. Sokolova I. V. Social'naja informatika i sociologija: problemy i perspektivy vzaimosvjazi : monografija. M. : Izd-vo MGU, 1999. 184 s.

9. Sysoeva S.V. Sushhnost' kategorii «Informatizacija» v postindustrial'noj jekonomike [Jelektronnyj resurs]/ S.V. Sysoeva // Vestn. om. un-ta, 2011. -№3. – S.330-335. – Rezhim dostupa: <http://cyberleninka.ru/article/n/suschnost-kategorii-informatizatsiya-v-postindustrialnoy-ekonomike>.

10. Fridkin L.B. Nalogooblozhenie i Internet /L. B. Fridkin// Jelektronnaja trgovlja v SNG i vostochnoevropejskikh stranah: Materialy VII mezhdunar.nauch.konf., 9 nojabrja 2005 g., Minsk / Otv.red. B.N. Pan'shin. – Mn.: BGU, 2001. – s. 38-48.

11. Chekina K.V. Internet ta suchasni sposoby vedennya elektronnoho biznesu [Tekst] / Chekina K.V., O. V. Orlyk // Informatyka ta informatsijni tekhnolohiyi : stud. nauk. konf., 20 kvitnya 2015 r. : mater. konf. —Odesa, ONEU. —S. 36-39.

*Рецензент: Чернега О.Б., д.е.н., професор кафедри міжнародної економіки і туризму Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського
18.09.2015*

УДК 65.012.4

Малюга Людмила

УПРАВЛІННЯ ІНДИВІДУАЛЬНИМИ ЗМІНАМИ

Стаття заснована на тому, що яким би не був рівень змін на підприємстві, вони завжди позначаються на конкретних людях, тому не враховуючи вплив змін на індивід не можливо підвищити ефективність та результативність загального управління