

**С.И. ГРИЦЕНКО, д.э.н., проф.,**  
**А.В. ОМЕЛЬЧЕНКО**  
*Донецкий национальный университет*

## ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ТОРГОВЫХ ОТНОШЕНИЙ В УСЛОВИЯХ СЕТЕВОЙ ЭКОНОМИКИ

*В статье исследованы и синтезированы механизмы торговых отношений в условиях формирования сетевой экономики, в частности, инструменты и методы ведения электронной коммерческой деятельности, связанные с формированием маркетингово-логистических механизмов, а также оценкой экономической эффективности её развития, поддержкой пользователей сети Интернет и установлением партнерских отношений между контрагентами электронного рынка.*

**Ключевые слова:** сетевая экономика, коммерческая деятельность, Интернет, электронная коммерция, IT-технологии.

**Актуальность темы.** Под влиянием углубления международного разделения труда, ускорения научно-технического прогресса и других вектор-факторов современной цивилизации возрастают масштабы и степень связи и взаимообусловленности развития производительных сил. В «новой (сетевой) экономике» XXI ст. управление – главный фактор жизнеспособности, эффективного функционирования и развития систем, которые входят в нее, а информация – важный ресурс производительности общественного труда. Основа этих процессов – бурный рост информационных и коммуникационных технологий, превращение компьютера в доминирующее орудие труда и распространение сетей передачи данных.

Сеть Интернет является источником появления новой электронной логистической экономики, отличающейся мобильностью, инновационными возможностями для производственной и деловой активности, изменением структуры рынка труда и капитала. При этом доля оборота от электронной коммерции в общем обороте предприятий США в 2011 г. составила

около 25%, Японии – более 20%, в странах ЕС-27 – 14% [1]. Таким образом, все вышеизложенное подчеркивает особую актуальность системных научных исследований в контексте развития сетевой экономики и, в первую очередь, процессов формирования национальной системы электронного бизнеса, а также разработки критериев оценки её эффективности.

Исследованию проблем развития электронной коммерции как неотъемлемой составляющей новой экономики посвящены научные разработки таких учёных, как И. Балабанов, А. Калинина, Д. Козье, И. Успенский, А. Юрасов и др. [2, 3, 4, 5, 6]. Вместе с тем, комплекс научно-практических проблем, связанных с формированием маркетингово-логистических механизмов развития электронной коммерции, с оценкой её экономической эффективности, поддержкой пользователей сети Интернет и установлением партнерских отношений остаются недостаточно исследованными в зарубежной и отечественной научной литературе.

В соответствии с вышеизложенным, целью данной статьи является исследование теоретико-методологических основ и разработка ряда практических направлений развития электронной логистики как подсистемы трансформации торговых отношений в условиях современной сетевой экономики.

Трансформация производительных сил и производственных отношений, социально-экономических связей обусловлена периодизацией волн инновационного развития. Инновационные преобразования рассматриваются как последствия технологической революции, под которой обычно понимается радикальное изменение доминирующего в обществе технологического

© С.И. Гриценко, А.В. Омельченко, 2013

уклада (технологического способа производства как способа и условий организации общественного производства и жизнеобеспечения общества).

В рамках постиндустриальной концепции развития общества выделяют аграрное, или патриархальное, общество, индустриальное общество и постиндустриальное, или информационное, общество (табл. 1).

Современный этап развития постиндустриального общества, информацион-

ных технологий, возросший уровень интенсивных межстрановых связей свидетельствуют об интернационализации и глобальной интеграции экономик промышленно развитых стран. Формирование пятого технологического уклада на основе развития компьютерных технологий, телекоммуникаций, информационных услуг определило становление глобальной экономической системы, движение к общепланетарному метaprостранству, формированию единого мирового сообщества.

Таблица 1

**Компаративный анализ доиндустриального, индустриального и постиндустриального обществ**

Классификационные признаки	Доиндустриальное общество	Индустриальное общество	Постиндустриальное общество
1. Основной производственный ресурс	Сырьё	Энергия	Информация
2. Характер производственной деятельности	Добыча (извлечение)	Изготовление (производство)	Обработка
3. Доминирующий вид технологии	Трудоёмкая	Капиталоёмкая	Наукоёмкая
4. Доминирующая форма взаимодействия	Взаимодействие с природой	Взаимодействие с преобразованной человеком природой	Взаимодействие между людьми
5. Особенности личностных взаимоотношений	Имитация действий других людей	Усвоение знаний и возможностей предыдущих поколений	Интерперсональные взаимодействия и творчество
6. Форма человеческих сообществ	Естественная	Технологическая	Социальная

Отличительная черта постиндустриального общества – преобладание в структуре экономики сферы услуг над промышленным и сельскохозяйственным производством, наука становится главной производительной силой, определяя основы общественной жизни и государственной политики. Уровень жизни населения, рынки труда, товаров и финансов, системы управления и принятия решений существенным образом зависят от уровня использования информационных технологий, развития соответствующей инфраструктуры. Главным капиталом в информационном обществе становится информация, она же является и источником власти.

О процессах, приводящих к формированию информационной экономики, стали говорить еще в 70-х гг. XX в. (П. Друкер, И. Масуда, Э. Тоффлер и др.). Основа этих процессов – бурный рост информационных и коммуникационных логистических технологий, превращение компьютера в доминирующее орудие труда и распространение сетей передачи данных. Однако при всей важности технологий главными достижениями, которые может принести информационный век, являются революционные изменения в общественной жизни: взаимодействие бизнеса, граждан и государственных органов становится прозрач-

ным, что приводит к значительному уменьшению коррупции; информационные обмены оптимизируются настолько, что происходит не просто экономия ресурсов и времени, а изменение принципов и традиций общественного производства, распределения и потребления.

Эти изменения уже начались. Современный бизнес характеризуется постоянным ростом возможностей компаний-поставщиков, что приводит к расширению глобальной конкуренции и повышению качества товаров и услуг. Предприятия во всем мире меняют способы организации и управления бизнесом. Происходит отказ от старой иерархической структуры, исчезают барьеры между отделениями компании. Упрощается взаимодействие между компанией, ее заказчиками и поставщиками. Бизнес-процессы перестраиваются и выходят за старые границы, создаются *виртуальные предприятия* и совершенствуются технологии *аутсорсинга*.

В настоящее время около 10-15% стран мира начали переход к информационному (или постиндустриальному) обществу. Такой переход теоретически возможен только при наличии глубоких и быстрых изменений в менталитете, культуре и производственных навыках всего населения [7, с.31].

Анализ постиндустриальных стран позволяет выделить следующие тенденции развития мирового хозяйства [8, с.46-47]:

насыщение спроса, формирование и активизация организованного спроса потребителя;

приоритет потребителя и потребительского рынка;

переориентация потребностей с материальных на духовные, социализация рынка;

разработка и интенсификация внедрения ресурсосберегающих технологий;

флексбилизация рынка, основанная на краткосрочном планировании и быстром реагировании на изменение запросов потребителей;

увеличение масштабов координации экономических действий между субъектами рынка;

усиление роли конкуренции в выборе окончательного варианта деятельности предприятия и изменения ее качественного состояния, когда все в большей степени фирма конкурирует сама с собой;

усложнение, диверсификация общественных потребностей, деконцентрация производства, децентрализация управления;

наличие адекватной производственной, научной, информационной и другой инфраструктуры;

синтез двух типов механизмов, которые раньше рассматривались как взаимоисключающие друг друга: режима рыночной конкуренции и плана, свободных рыночных и контрактных отношений.

Данные тенденции становятся предпосылками для становления нового типа экономики, именуемого «сетевой экономикой». Новая экономика возникла как процесс объединения отдельных людей, целых предприятий в одну информационную систему общемирового масштаба.

Масштаб и скорость развития Интернета, а также его значительные потенциальные возможности сделали его весьма привлекательным для бизнеса, что позволяет говорить о возникновении новой экономической среды, инфраструктура которой оказывает огромное воздействие на главные для любой фирмы процессы: инновации, производство, обмен и обслуживание потребителей. При этом меняются технологии ведения бизнеса, совершенствуются бизнес-процессы, формируется иная корпоративная культура.

Развитие Интернета и появление электронной коммерции вызывают кардинальные перемены в экономике и приводят к изменению традиционных положений экономической теории и практики. Исчезают расстояния между торговыми контрагентами. Иными становятся инструменты ведения коммерческой деятельности (табл. 2).

Таблица 1

**Инструменты и методы ведения традиционной и электронной  
коммерческой деятельности**

Традиционные инструменты коммерческой деятельности	Инструменты электронной коммерческой деятельности
1	2
Бумажный документооборот	Электронный документооборот
Телефонная связь	Автоматизированная связь с использованием компьютерных сетей
Традиционная почта	Электронная почта
Уличная реклама и реклама в СМИ	Традиционная реклама дополняется электронной (баннерная реклама, обмен ссылками, программы вирусного маркетинга и т. д.)
Использование локальных компьютеров только в сфере учета и документооборота	Вся компьютерная техника, используемая в хозяйственной деятельности, подключена к глобальной Сети через собственные веб- и СУБД-сервера, что устраняет влияние географического фактора при получении информации и управлении финансовыми, материальными и информационными потоками
«Живая» печать и подпись	Электронная подпись, которая не требует присутствия участников в одном месте при заключении сделки
Использование наличных денег и традиционных безналичных банковских переводов	Использование систем Клиент-банк, Интернет-банк, электронных денег и пластиковых карт
Сегментация потребителей, ориентация на массового потребителя	Ориентация на индивидуальные потребности каждого потребителя
Аналогичные методы отсутствуют	Организация сообществ потребителей
Объединение работников в рамках локальных офисов	Использование механизмов телеработы, мобильной коммерции и создание виртуальных предприятий
Опора на полученные знания и навыки	Обучение – непрерывный процесс длиной в жизнь
Опора на безопасность и стабильность	Мобильность, готовность к риску, склонность к постоянному совершенствованию
Ориентация на сохранение старых рабочих мест	Ориентация на создание новых рабочих мест
Реализация всех бизнес-процессов (в том числе и вспомогательных) силами предприятия	Аутсорсинг
Опора на капитал, основные показатели: капиталоемкость, энерго-, материалоемкость и т. п.	Опора на знания и интеллектуальный капитал, показатель – информационноемкость. Капитал становится в большей степени рабочим инструментом, фактором производства
Традиционные предприятия, владеющие ИТ-активами	Виртуальные предприятия, получающие доступ (например, на правах аренды) к ИТ-активам
Концепция «выигрыш-проигрыш» (от сделки одна из сторон выигрывает больше другой) и нулевого баланса (обе стороны стремятся свести к нулю свои потери)	Концепция «выигрыш-выигрыш», когда каждая из сторон сделки получает явный выигрыш от сделки

Использование электронных платежных систем, особенно электронных денег, существенно увеличивает скорость оборота оборотных средств предприятий, как, впрочем, и всей денежной массы, что в масштабах экономики приводит к увеличению совокупного дохода.

Отметим следующие особенности сетевой экономики:

1) спросом пользуются только те продукты, которые можно предварительно опробовать (experience good);

2) структура затрат сетевой экономики (почти нулевые предельные затраты на расширение выпуска) не позволяет выживать многим конкурентам в одном сегменте рынка. Остаются сильнейшие, так как затраты потребителя на смену поставщика близки нулю;

3) чем больше единиц продукта продано, тем больше вероятность того, что пользователь найдет дополнительные продукты или услуги, которые будут использовать или усиливать ценность основного продукта. Примером основного продукта могут служить персональный компьютер IBM PC или операционная система Windows, для совместного использования с которыми была произведена масса дополнительных продуктов.

Информационная составляющая любого товара или услуги занимает все большую долю в структуре стоимости. Поэтому для производителей становится все проще персонифицировать товар, чтобы он наиболее полно удовлетворял потребностям конкретного клиента.

Ведущие позиции по внедрению и использованию информационных технологий занимают промышленно развитые страны, где на современном этапе наступает новая эпоха, получившая название сетевой компьютеризации. Если в 70-е годы прошлого века на рынке господствовали ЭВМ, в 80-е – персональные компьютеры, то сейчас они объединены в компьютерные сети.

В 1995 г. лидеры ведущих индустриальных стран на саммите в Брюсселе приняли решение о разработке единой глобальной информационной системы. Лиди-

рующие позиции в этом процессе занимают США, где сконцентрирована почти половина (43%) мирового парка информационно-вычислительной техники.

США также значительно опережают другие страны по количеству компьютеров на душу населения. Кроме США, в первую десятку стран мира по этому показателю входят Австралия, Канада, Норвегия, Дания, Финляндия, Великобритания, Швеция, Новая Зеландия и Швейцария.

Индустрия информации в США входит в приоритетные отрасли экономики, уступая только аэрокосмической, радиоэлектронной и фармацевтической. На развитие информатизации в США тратится около 2% годовых расходов федерального бюджета.

США контролируют более 65% мирового рынка компьютеров, 63% – рынка программного обеспечения Западной Европы, 54% – аналогичного рынка Японии. И шесть фирм из десяти крупнейших мировых производителей программного обеспечения принадлежат Америке.

Среди новых индустриальных стран по степени использования электронно-вычислительной техники и информационных технологий выделяется Сингапур, который, занимая ведущее место по числу установленных профессиональных компьютеров, имеет один из лучших в мире коммуникационных и информационных центров. В стране создана общенациональная компьютерная сеть, объединяющая правительственные организации, частные фирмы, научные и общественные организации и отдельных граждан.

Во многих странах мира интенсивно развивается электронная коммерция, которая упрощает систему платежей, сокращает оборот наличных денег и изменяет рынки, особенно розничной продажи. При этом под электронной коммерцией понимается полностью сетевая модель ведения бизнеса, основными элементами которой являются: возможность получения информации, осуществление заказов, оплаты заказов и, в некоторых случаях, получения заказов в сети. В основе этого процесса лежит быстрое возрастание разнообразия мирового рынка промышленных товаров и

услуг, распространение работы «на заказ» – кастомизация производства, доступность и глобализация рынков.

Электронный бизнес включает, кроме продажи товаров: маркетинг, финансовый анализ, поддержку пользователей сети и установление партнерских отношений. Так, объем мировой торговли в Сети достиг 100 млрд. дол. Увеличение объемов электронной коммерции происходит за счет активности стран Европы и Азии, и к 2011 г. он возрос до 2,1 трлн. дол., что составило около 10% общего объема мировой торговли [9].

Сфера Интернет-коммерции в Украине развивается не так быстро, как другие сегменты отечественного Интернет-рынка, и имеет более скромные инвестиции, так как Интернет-магазины еще не получили массового признания украинскими покупателями. В авангарде украинской электронной коммерции Интернет-магазины Molotok.com.ua, Bambook, Azbooke, Webshop.Kiev.ua. Через UAnet сегодня хорошо продаются товары, которые не требуют контакта с покупателем: книги, кассеты, карточки мобильной связи, компьютеры и комплектующие. Многообещающим является рынок туристических услуг, рынок продаж и аренды жилья, продаж автомобилей, ценностей, редчайших товаров.

Очень перспективной в Украине является такая форма организации информационного и торгового взаимодействия между компаниями через Интернет, как электронная коммерция «бизнес-бизнес». В условиях углубления международного разделения труда, активного развития общей коммерции, когда предприятия не только покупают друг у друга продукцию, а и совместно работают над производством новых товаров и услуг, электронная коммерция такого направления приобретает особое значение, поскольку она предусматривает формирование продолжительных партнерских отношений между предприятиями, которые осуществляются через коммуникационные сети.

Важнейшее преимущество Интернета – его мультимедийный потенциал,

возможность одновременной передачи текста, звука, изображения и на этой основе – предоставление разнообразных средств ведения бизнеса:

- видеоконференции;
- электронная почта;
- информационный поиск;
- реклама, презентации и т.д.

Учитывая все охватывающее использование Интернета, новую экономику рассматривают как Интернет-экономику и включают в нее следующие составляющие:

- большое количество персональных компьютеров, объединенных в глобальные сети, программные приложения, человеческие ресурсы, участвующие в создании открытой и доступной сетевой среды;
- взаимосвязанные электронные рынки с различными механизмами обмена, возможными благодаря наличию персональных компьютеров и приложений;
- покупатели, производители (поставщики), продавцы в режиме реального времени, а также электронные посредники, которые обеспечивают процесс движения товаров и услуг к потребителям;
- системы электронных платежей, используемые в Интернет-транзакциях;
- законодательная политика.

Таким образом, проведенное исследование позволяет сделать следующие выводы:

1. Интернет – это источник появления новой электронной логистической экономики, отличающейся мобильностью, инновационными возможностями для производственной и деловой активности, изменением структуры рынка труда и капитала.

2. Электронная торговля реальными (физическими) товарами и услугами использует способы традиционной торговли, но на принципиально новом технологическом уровне. Это позволяет снизить затраты, расширить потенциал рынка, более полно удовлетворить запросы потребителей за счет тесного взаимодействия с поставщиком и эффективного управления информационными потоками.

3. Инфраструктура Интернет-экономики может создать весомые преиму-

щества в логистике и маркетинге, скорости ведения прямых продаж и т. д. Но более оптимально его использовать в другом, а именно в поддержке и улучшении основ общей электронной бизнес-практики. И когда появится опыт и доверие к новым моделям бизнеса, фирмы начнут определять место своих Интернет-стратегий в контексте будущей бизнес-среды.

4. Интернет-экономика достаточно молода, поэтому некоторые ее компоненты, такие как маркетингово-логистическое обеспечение исследование потенциала электронного рынка, создание электронных валют и систем платежей, а также правовые вопросы, связанные с регулированием таможенного и налогового характера, находятся в стадии разработки, что безусловно определяет перспективные направления дальнейших научных исследований по данной проблематике.

#### Литература

1. Global Internet and E-commerce Trends 2012. – yStats.com GmbH & Co. KG, 2012. – 251 p.
2. Балабанов И.Т. Электронная коммерция / И.Т. Балабанов. – СПб.: Питер, 2001. – 336 с.
3. Калинина А.Э. Интернет-бизнес и электронная коммерция. Учебное пособие. / А.Э. Калинина. – Волгоград: Изд-во ВолГУ. – 2007 г. – 148 с.
4. Козье Д. Электронная коммерция / Д. Козье – М.: Издательско-торговый дом «Русская редакция», 1999. – 288 с.
5. Успенский И.В. Интернет как инструмент маркетинга / И.В. Успенский. – СПб.: Питер, 2001. – 256 с.
6. Юрасов А.В. Электронная коммерция: Учеб. пособие. / А.В. Юрасов. – М.: Дело. – 2003. – 480 с.
7. Корсак К. Науки-лидеры: история и современность / К. Корсак // Персонал. – 2002. – № 3. – С. 26-32.
8. Корнилова И.Н. Становление рынка научно-технической продукции: Дис. ... канд. экон. наук: 08.01.01 / И.Н. Корнилова // Киев. ун-т им. Т.Шевченко. – К., 1996. – 209 с.
9. Netcraft. January 2011 Web Server Survey. [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://news.netcraft.com/archives/2011/01/12/january-2011-web-server-survey-4.html>.

Статья поступила в редакцию 11.04.2013