

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЕЛЕКТРОННОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

*Литвиненко А.В., к.е.н, доцент,
Пономаренко О.О., к.е.н, доцент*

Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця

Регулююча роль держави є частиною інституціоналізації електронної комерції на третьому етапі її інституційного циклу і одним з факторів формування маркетингового середовища мережевої економіки. Завдання держави полягає в тому, щоб визначити законодавчі норми і правила електронної комерції, а також вивести її з тіні через прискорене створення мережевої інфраструктури. Якщо інфраструктура електронної комерції не буде створена в Україні в найближчі роки, то український споживчий ринок перейде під контроль зарубіжних постачальників.

Розвиток електронної комерції викликає неминучі структурні зміни в економіці. У віртуальному середовищі відбувається формування транснаціональних кластерів, які концентрують «інтелектуальні та інноваційні галузі і розвиваючі зв'язку з іншими виробниками і клієнтами» [2]. Ці кластери існують часто поза юрисдикцією окремих держав, володіючи незрівнянно більшою конкурентоспроможністю в порівнянні з традиційними економічними суб'єктами. Світові економічні лідери при цьому залишаються колишніми. «Основна частина світової економічної активності та міжнародної торгівлі зосереджена в трьох великих географічних регіонах: Північній Америці, Тихоокеанській області / Китаї (включаючи Японію) і Західній Європі. На ці три регіони припадає 80% світового економічного продукту і 75% світового експорту» [4].

Змінюється причина їх конкурентоспроможності. Якщо в традиційній економіці вона була пов'язана з виробничим потенціалом і технологічними розробками, то в мережевій економіці конкурентоспроможність визначається розвитком інфраструктури електронної комерції. Бізнес іде в Інтернет і його контролює той, хто контролює мережеву інфраструктуру.

Вже не настільки важливо, де розташовані виробничі потужності, або які технології використовуються при виробництві товарів масового попиту. Все це можна купити, скопіювати або створити самостійно. Однак без доступу до глобального ринку, який являє електронна комерція, ці традиційні економічні чинники конкурентоспроможності будуть марні. Тому традиційні галузі виробництва трансформуються в глобальні галузі, в яких «конкурентні позиції компанії на місцевому та національному ринках визначаються їх глобальними позиціями» [1].

Структурна трансформація економічних відносин веде до виникнення чотирьох глобальних зрушень у світовій економіці [4]: 1. Зростання глобального економічного значення бізнес-мереж, що визначають конкурентні переваги на ринку. 2. Поділ інформаційних і товарних потоків, коли угоди виртуалізують і відбуваються незалежно від місцезнаходження товару.

3. Розшарування світової економіки, завдяки якому формуються нові швидко зростаючі галузі з підвищеною прибутковістю. 4. Пріоритетний розвиток економік з «зростаючими доходами» за рахунок глобального перерозподілу інформаційних потоків.

В умовах віртуальної глобалізації питання полягає лише в тому, в яких країнах акумулюються дивіденди від розвитку електронної комерції, а в яких – збитки від супутньої деградації традиційної торгівлі. Не випадково багато західних економістів прямо вказують на те, що електронна комерція сьогодні «один з останніх ділянок, де бізнес може отримати переваги, і місце для майбутньої глобальної конкуренції» [3].

Як пріоритети інституційного розвитку роздрібною торгівлі вони відзначають, що «необхідно розробити інформаційні системи управління роздрібною торгівлею, щоб забезпечувати глобальні поставки, здійснювати платежі і виконувати всі банківські вимоги» [2]. Саме тут вже розгортається глобальна конкуренція, яка не пов'язана безпосередньо з виробничими технологіями, ні з фінансовим потенціалом.

Необхідність нормативно-правового регулювання, перш за все, пов'язано зі зміною інституційного змісту економічних відносин. Зміни екзогенно обумовлюють «поява всередині суспільства великого числа індивідів, які діють з порушенням угоди, що в результаті і призводить до зміни угоди» [2]. Економічні відносини в електронній комерції далеко вийшли за інституційні рамки правового регулювання. Тому прийшла пора трансформувати їх нормативно-правову базу у відповідності зі зміненими реаліями мережевого ринку. У свою чергу, можемо зробити ставку на інноваційну інфраструктуру розподілу товарів на пострадянському просторі. Тоді вдасться утримати ці ринки до того моменту, коли промислове виробництво споживчих товарів стане рентабельним і на ринку з'являться вітчизняні товари масового попиту.

Для забезпечення інтеграційних процесів на пострадянському просторі можна запропонувати споживчому ринку нехай не товари масового попиту, але інфраструктуру просування цих товарів. Завдання полягає в тому, щоб інтегруватися в розподільну інфраструктуру електронної комерції.

Література:

1. Бергер Э.Дж. Е-коммерция и цепи поставок: ломка прежних границ / Управление цепями поставок. Под ред. Дж.Л. Гатторны. – М.: Инфра-М, 2008. – 560 с.
2. Бугорский В.Н. Сетевая экономика. – М.: Финансы и статистика, 2008. – 256 с.
3. Хашева З.М., Ткачева Е.Н. Виртуальные организации в современной экономике: предпосылки становления и особенности управления // Вопросы экономики и права. – 2012. – № 2. – С. 61-69.
4. Chen Y., Hui D., Seong J. Click by click: How consumers are changing China's e-commerce landscape. / Consumer and Shopper Insights. – McKinsey & Company, July 2012.