

УДК 338.48

Маловичко С.В.,
канд. екон. наук, доц.

Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського,
м. Кривий Ріг, Україна,
e-mail: svetlana.malovichko@mail.ru

НОВІТНЯ ПАРАДИГМА ТА КОНЦЕПТУАЛЬНІ НАСТАНОВИ УДОСКОНАЛЕННЯ ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ ПІДПРИЄМСТВ

Malovychko S.,
Candidate of Economics,
Associate Professor

Donetsk National University of Economics and Trade
named after Mykhailo Tugan-Baranovsky,
Kryvyi Rih, Ukraine,
e-mail: svetlana.malovichko@mail.ru

NEWEST PARADIGM AND CONCEPTUAL APPROACHES OF ENTERPRISES E-COMMERCE IMPROVEMENT

Мета. Окреслити парадигму вдосконалення електронної торгівлі підприємств та розробити концепцію її розвитку в умовах інформаційної економіки та глобальних трансформацій.

Методи. Використано діалектичний метод наукового пізнання, а також комплекс загальнонаукових методів гносеології: теоретичного узагальнення і порівняння, графічний метод угруповання і класифікації.

Результати. На основі критичного аналізу аргументовано необхідність виокремлення та запропоновано парадигму удосконалення електронної торгівлі підприємств, що враховує двоїстість домінуючих імпульсів розвитку: урахування загальнодержавного впливу на процеси торгівлі та урахування внутрішніх імпульсів розвитку підприємства.

Ключові слова: торгівля, електронна торгівля, концепція, парадигма, удосконалення, розвиток.

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.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Важливу роль у дослідженні проблематики електронної торгівлі, розвитку торговельних відносин з позицій інноваційних та інформаційно-комунікаційних аспектів в умовах асиметрії інформації відіграють праці відомих теоретиків та практиків, зокрема: У. Балик, Л. Барицької, О.В. Ван дер Марка, Д. Валько, Н. Валькової, І. Гамової, А. Гресь, М. Гудзенко, В. Звасса, М. Колісник, О. Креденець, А. Новицького, В. Галкіна, О. Галочкіна, Д. Євтушенко, Н. Кулак, С. Ковальчук, Мартинович, І. Міщук, В. Павлової, В. Плескач, Н. Савицької, В. Скіцько, Є. Стрельчук, Н. Тягунової, К. Полторак, О. Шалевої, М. Швець. Однак подальшого теоретичного опрацювання потребують питання розробки концептуальних засад та дієвих механізмів удосконалення електронної торгівлі як поліфункціонального явища.

Мета статті. Метою роботи є окреслення парадигми вдосконалення електронної торгівлі підприємств та розробка концепції її розвитку в умовах інформаційної економіки та глобальних трансформацій.

Виклад основного матеріалу дослідження. Спільність проблем управління

електронною торгівлею для підприємств будь-якої форми власності, типів і видів визначає закономірність поглиблення теоретико-методологічних опрацювань. Таке бачення спричинило генерування інтегральної парадигми електронної торгівлі, яка передбачає мультиагенську взаємодію комунікантів у процесі здійснення електронної торгівлі, поліконтурне управління цим процесом, ранжування пріоритетів, перманентну раціоналізацію, інтенції до позитивних екстремумів у процесі гармонізації інтересів держави і підприємств.

З урахуванням вищезазначеного, парадигму удосконалення електронної торгівлі підприємств запропоновано розглядати інтегрально: з урахуванням загальнодержавного впливу на процеси торгівлі та з урахуванням внутрішніх імпульсів розвитку підприємства (рис. 1).

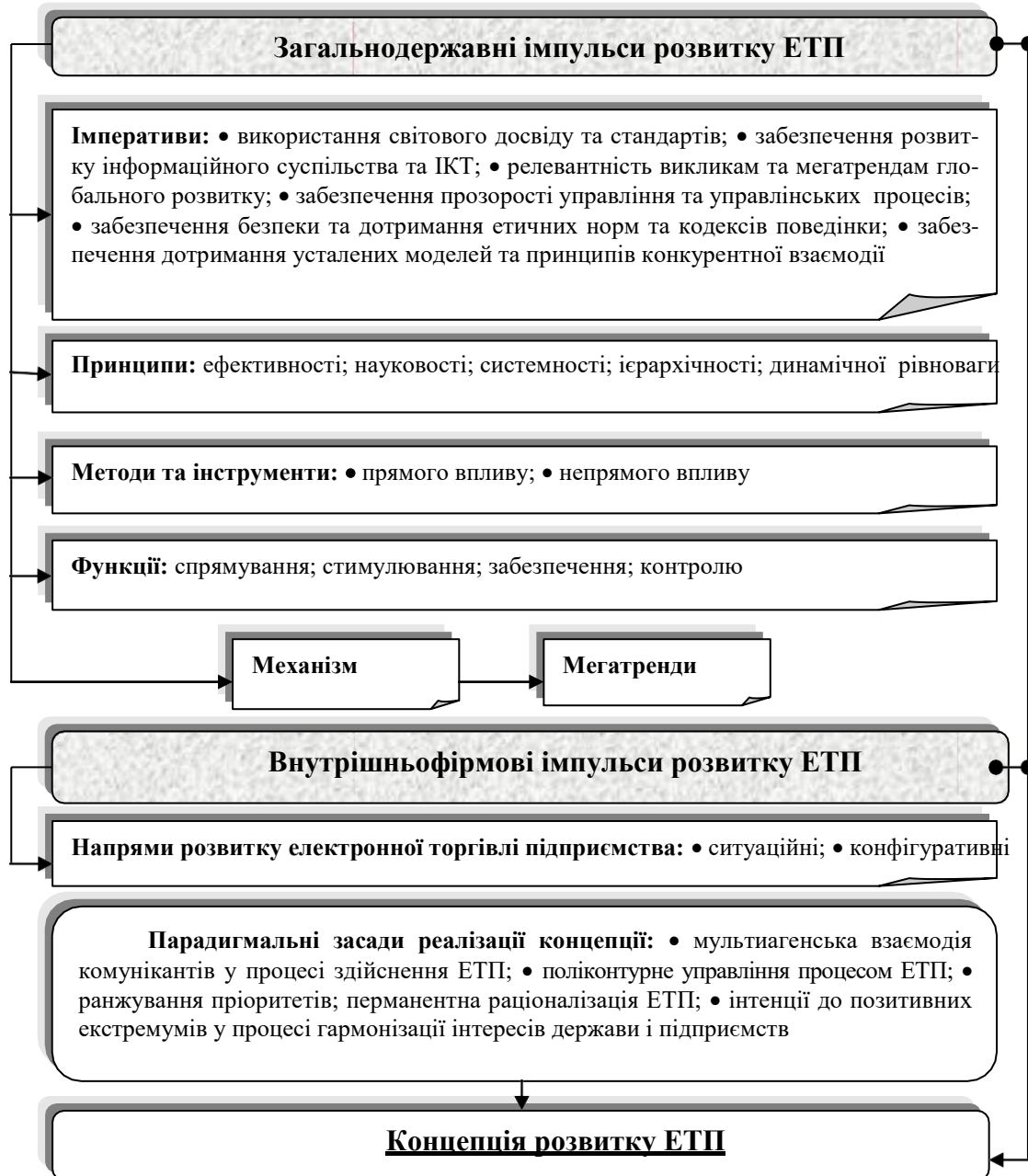


Рисунок 1. Візуалізація інтегральної парадигми удосконалення електронної торгівлі підприємств (ЕТП)

Джерело: розроблено автором

Запропонована парадигма розкривається крізь призму: імперативів (використання світового досвіду та стандартів; забезпечення розвитку інформаційного суспільства та інформаційно-комунікаційних технологій; релевантність викликам та мегатрендам глобального розвитку; забезпечення прозорості управління та управлінських процесів; забезпечення безпеки та дотримання етичних норм та кодексів поведінки; забезпечення дотримання усталених моделей та принципів конкурентної взаємодії), принципів (ефективності; науковості, системності, ієрархічності, динамічної рівноваги), механізму удосконалення та розвитку електронної торгівлі, напрямів (ситуативні, конфігуративні), функцій (спрямування, стимулювання, забезпечення, контролю), методів (прямого, непрямого впливу) та мегатрендів.

Сучасний стан та вектор зміни глобальної конкурентної позиції України об'єктивно обумовлюють необхідність формування концепції розвитку електронної торгівлі як реакції на виклики сьогодення.

Концепція – це система поглядів, те або інше розуміння явищ, процесів; єдиний визначальний задум [1 с. 473]. Ураховуючи, що управління розвитком електронною торгівлею підприємств країни є складовою процесу макроекономічного управління, концепція управління розвитком електронної торгівлі має базуватися на синтезі загальних функцій макроекономічного та специфічних функцій мікроекономічного управління, які визначаються теоретико-методологічними розробками в зазначеній сфері.

Виходячи з цього, концепцію розвитку електронної торгівлі підприємств України запропоновано визначати як генеральний задум, комплекс точкових напрямів, згрупованих в ключові блоки пріоритетів, що мають за мету реалізацію ідеї удосконалення та розвитку електронної торгівлі на засадах комплексності та системності.

Розробка концепції розвитку електронної торгівлі підприємств України має базуватися на запропонованих парадигмальних засадах удосконалення електронної торгівлі підприємств країни, що обумовлюють принципи, механізм, напрями та інструменти розвитку в двох площинах: на загальнодержавному та на мікроекономічному рівні.

Схематично концепцію розвитку електронної торгівлі підприємств країни подано на рисунку 2.

Первинним питанням розробки концепції розвитку електронної торгівлі є визначення принципів здійснення відповідного державного управлінського впливу.

Базовими у реалізації такого впливу є такі принципи як: принцип ефективності, науковості, системності, ієрархічності, динамічної рівноваги.

Серед спеціальних виокремленні: принцип урахування трансформації економічних систем, принцип забезпечення інклюзивності програм державного управління, принцип послідовного розвитку та трансформацій, удосконалення системи державного управління та ін.

Таким чином, основоположне значення для розуміння сутності запропонованої концепції має теоретико-методологічний базис дослідження електронної торгівлі підприємств як поліфункціонального явища, що включає: теоретико-методологічний апарат теорії управління та розвитку, принципи та методи удосконалення системи, теоретико-методологічні підходи до діагностики розвитку електронної торгівлі у глобальному та національному вимірах, діагностики функціонального блоку системи управління електронною торгівлею підприємств, оцінки ресурсно-компетентнісного блоку управління електронною торгівлею підприємств, дослідження механізму інтернального адміністрування електронної торгівлі підприємств.

Орієнтація на урахування розвитку теорії та практики державного управління та управління підприємствами та організаціями утворює важливе підґрунтя концепції.

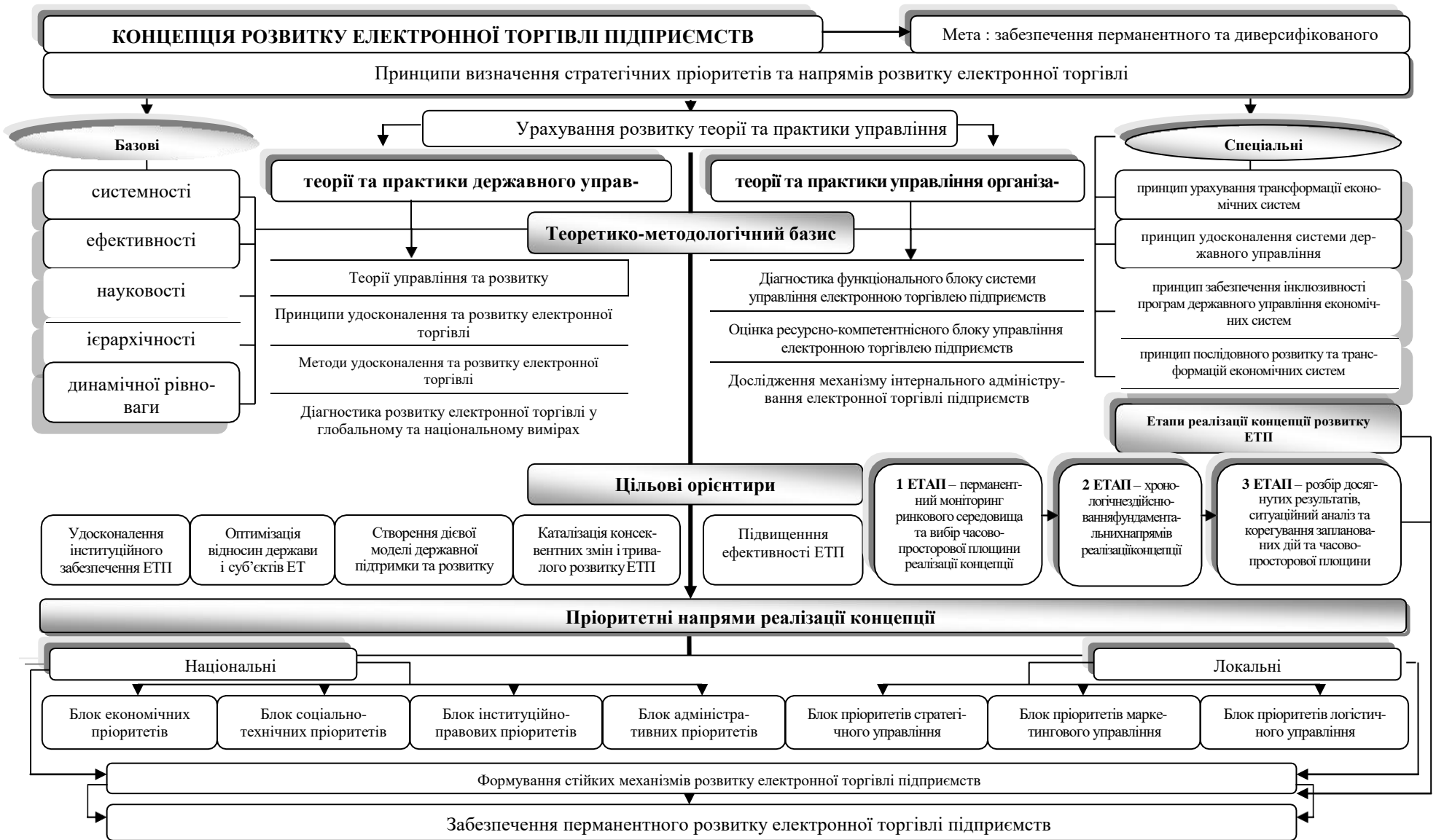


Рисунок 2. Концепція розвитку електронної торгівлі підприємств України

Джерело: розроблено автором

Серед національних пріоритетів у реалізації концепції визначено: блок економічних пріоритетів, блок соціально-технічних пріоритетів, блок інституціонально-правових пріоритетів, блок адміністративних пріоритетів.

Усі зазначені блоки мають знаходитися у відношеннях компліментарності, їх елементи повинні піддаватись постійному моніторингу та аналізу на предмет їх релевантності змінам, що мають екзогенну та ендегенну природу.

Серед ключових пріоритетів реалізації запропонованої концепції розвитку електронної торгівлі на рівні підприємства визначені: пріоритети в сфері стратегічного управління, пріоритети в сфері маркетингового управління, пріоритети в сфері логістичного управління.

Постійне підвищення якості управління електронною торгівлею пов'язано з налагодженням такого контуру керування, що надасть можливість отримати максимальний ефект від цього виду діяльності з мінімальними витратами. Серед заходів, що це декларують, необхідно виділити підвищення ефективності використання ресурсів підприємства електронної торгівлі; стимулювання створення мережі навчальних центрів, курсів з вивчення особливостей електронної комерції, з перепідготовки керівників, фахівців різних сфер діяльності для роботи в нових умовах тощо.

Крім того, ураховуючи, що електронна торгівля є складною системою, у межах якої виділяються специфічні сектори, усю сукупність напрямів удосконалення та розвитку електронної торгівлі доцільно розділити на універсальні та специфічні (пов'язані із емерджентністю системи електронної торгівлі).

Однак серед головних проблем подальшого розвитку електронної торгівлі на підприємствах України є відсутність необхідного законодавчого регулювання їх діяльності, стимулюючих та регулюючих нормативно-правових актів. На сьогодні головним завданням держави залишається адаптація законодавчої бази до світових стандартів з метою підвищення ефективності не тільки електронної торгівлі, а й електронної комерції в цілому.

Висновки. Стратегічні орієнтири вдосконалення електронної торгівлі на засадах рельєфного поєднання двох амбівалентних імпульсів розвитку (державного та внутрішньофірмового) концептуалізуються в наступні лінії: 1) подальше активне проникнення інформаційно-комунікаційних технологій та розповсюдження глобальної мережі Інтернет; 2) підвищення ролі Інтернету та комп'ютерних технологій в управлінні господарською діяльністю підприємств; 3) динамічне збільшення обсягів електронної торгівлі, збільшення її питомої ваги в загальному обсязі торгівлі; 4) необхідність активізації створення нормативно-правового забезпечення функціонування електронної торгівлі для її ефективного впровадження.

Список літератури / References

1. Большой экономический словарь / под ред. А. Н. Азриляна. – 7-е изд., доп. – М.: Институт новой экономики, 2008. – 1472 с.
Azrilijan, A. N. (2008) *Bol'shoj jekonomicheskij slovar'* [Big economic dictionary], Moscow, Institut novoj jekonomiki Publ., 1472 p.

Дата надходження рукопису 26.04.2016 р.

Objective. To designate a paradigm of enterprises e-commerce improvement and work out the conception of its development in terms of informative economy and global transformations.

Methods. Dialectic method of scientific knowledge and complex of scientific methods, such as theoretical generalization and comparison, graphic, clustering and classification are used.

Results. On the basis of principles of walkthrough the necessity of determination is argued, and also the paradigm of enterprises e-commerce improvement that takes into

account duality of dominant impulses of development, was offered: adjustment for national influence on the processes of trade and adjustment for internal impulses of enterprise development.

Key words: *trade, e-commerce, conception, paradigm, improvement, development.*

Цель. *Обозначить парадигму совершенствования электронной торговли предприятий и разработать концепцию ее развития в условиях информационной экономики и глобальных трансформаций.*

Методы. *Использованы диалектический метод научного познания, а также комплекс общенаучных методов гносеологии: теоретического обобщения и сравнения, графический метод группировки и классификации.*

Результаты. *На основе принципов критического анализа аргументирована необходимость определения, а также предложена парадигма усовершенствования электронной торговли предприятий, которая учитывает двойственность доминирующих импульсов развития: учет общегосударственного влияния на процессы торговли и учет внутренних импульсов развития предприятия.*

Ключевые слова: *торговля, электронная торговля, концепция, парадигма, усовершенствование, развитие.*