

ФОРМУВАННЯ МЕРЕЖЕВОЇ ЕКОНОМІКИ ТА БІЗНЕС-КОМУНІКАЦІЙ НА ВІРТУАЛЬНИХ РИНКАХ

Державний біотехнологічний університет

***Анотація.** Обґрунтовано, що розвиток глобальних інформаційних й комунікаційних технологій привели до формування глобального електронного середовища в системі взаємодії бізнес-суб'єктів. Визначено основною умовою ефективного розвитку мережевої економіки вважати використання Інтернет-технологій. Доведено, що найпоширеніші види Інтернет-технологій складаються із засобів оперативного обміну та розповсюдження інформації, а також із засобів створення і підтримки інформаційних ресурсів в мережі Інтернет. Наведено класифікацію бізнес-структур, які надають інформаційні послуги.*

Ключові слова: інформаційні технології; мережева економіка; бізнес-структури; мережеві комунікації

THE FORMATION OF THE NETWORK ECONOMY AND BUSINESS COMMUNICATIONS ON VIRTUAL MARKETS

***Abstract:** It is substantiated that the development of global information and communication technologies led to the formation of a global electronic environment in the system of interaction of business entities. It was determined that the main condition for the effective development of the network economy is the use of Internet technologies. It has been proven that the most common types of Internet technologies consist of means of rapid exchange and distribution of information, as well as means of creating and maintaining information resources on the Internet. The classification of business structures that provide information services is given.*

Keywords: information technology; network economy; business structures; network communications

Успішна діяльність будь-якої компанії в сьогоденних умовах української кризи залежить від розуміння процесів, що відбуваються в суспільстві та в економіці. Криза економіки змушує шукати нові способи успішного ведення бізнесу, нові шляхи просування товару ринку. Сучасні досягнення у розвитку національних та міжнародних інформаційних технологій призвели до формування глобального електронного середовища ринкових відносин. Ігнорування нових, змінних умов та нових технологій, що виникають внаслідок розвитку мережевої економіки, призводить до значних негативних економічних та соціальних наслідків [1, с. 124].

Для запобігання можливим збиткам в умовах розвитку глобальних інформаційних та комунікаційних технологій виникає потреба у дослідженні мережевої економіки та електронної комерції; аналізі впливу цих факторів на зміну конкурентного середовища на макро-і на мікрорівні; розроблення методів оцінки рівня інтеграції компанії та взаємодії із суб'єктами електронного ринку в умовах розвитку мережевої економіки [2, с. 121-123; 3, с. 106].

Для підприємців актуальним та важливим є також розробка методик та практичних рекомендацій щодо реорганізації існуючих форм та методів організації процесу підприємництва, адаптації структури управління та інших атрибутів сучасного підприємства до розвитку глобальних інформаційних та комунікаційних технологій. При цьому підприємцям необхідно уважно відстежувати всі зміни, що відбуваються на макро- та мікроекономічних рівнях внаслідок розвитку мережевої економіки, базуючись на знанні історії її розвитку та розумінні її тенденцій. Все це дозволить підприємству успішно функціонувати та розвиватися, маючи переваги в умовах жорсткої конкуренції [4, с. 146-163].

Питаннями розвитку мережевої економіки, впливу цього процесу на економічну поведінку суб'єктів мережі присвячені роботи вітчизняних та зарубіжних фахівців: Ф. Котлер, Е. Тофлер, Р. Дрюкер, Ж. Ламберн, Н. Ушакової, Н. Савицької, І. Помінової, Н. Федоренко та ін. Високо оцінюючи теоретичний і методичний внесок вчених у розробку даної проблематики, слід зазначити, більшість цих робіт мають концептуальний характер. Наука та практика постійно висуває низку нових завдань, що стосуються методологічного та методичного забезпечення конкурентоспроможності підприємства та його продукції в умовах розвитку мережевої економіки. Теоретично недостатньо опрацьована тема

формування мережевої економіки, що динамічно розвивається. Тож доцільно визначити процес формування мережевої економіки та бізнес-комунікацій на віртуальних ринках, маркетинг-взаємодії та електронну комерцію як фактори підвищення ефективності підприємництва в сучасних умовах, що є актуальним завданням нашого дослідження.

Бурхливий розвиток мережевих інтернет-комунікацій та електронної комерції спровокували виникнення нових форм просування товарів, потенціал розвитку яких поки що не отримав належного розвитку. Сьогодні ми є свідками корінної трансформації методів та прийомів просування товарів, обумовлених особливостями мережевих інтернет-комунікацій. Це явище не просто відкриває нові можливості для просування товарів у мережі. Мережеві інтернет-комунікації формують принципово нове інституційне середовище електронної комерції, яке практично не перетинається з традиційним інституційним середовищем, перебуваючи поза сферою впливу учасників традиційних маркетингових відносин [5, с. 426].

Перспективні форми електронної комерції завжди асоціювалися з розвитком комп'ютерних технологій. Ця обставина пояснюється тим, що комп'ютерні технології набагато ближче в інституційному відношенні до традиційної економіки, ніж віртуальні технології Інтернет-комунікацій. Однак комп'ютерні технології лише визначають умови мережевих технологій та електронної комерції і не більше. Інша справа з новими формами просування товарів у мережі Інтернет, де діють інші закони ринкового ведення та інші механізми маркетингових комунікацій.

Сьогодні в мережі можна виявити різні форми інституціоналізації комунікативного мережевого середовища, яке цілком піддається класифікації. Багато з цих форм з моменту їх появи активно використовуються для просування товарів та послуг у мережі Інтернет. Причому ефективність такого просування дозволяє говорити про формування нового інструментарію, що кардинально відрізняється від традиційних методів просування та конкурує на рівних з традиційною практикою ведення бізнесу (табл. 1).

Таблиця 1 – Класифікація основних мереж

н/зп	Вид мережі	Характерні ознаки та підсигтеми
1.	Соціальні мережі (Social Networking Services)	являють собою інтернет-сервіси, призначені для організації та підтримки мережевих комунікацій. Розрізняють: – загальноформатні соціальні мережі, – професійні соціальні мережі, – соціальні мережі за інтересами,
2.	Блоги (від англ. weblog – інтернет-журнал)	веб сайти, що містять авторські матеріали власників та коментарі користувачів. Відмінна риса блогів полягає в їх публічності та загальнодоступності. Відвідувачі блогів можуть залишати коментарі та вступати в полеміку із власниками. Це комунікативне середовище, що керується власниками та виконує одночасно функції електронної пошти, новинного каналу, веб-форуму та чату. Найбільшу маркетингову цінність представляють блогери з великою аудиторією. Тому їх поділяють на багатотисячників та галузевиків.
3.	Веб-форуми	інтернет-додатки, призначені для організації спілкування відвідувачів на сайті. Окремий форум складається з розділів для обговорення, у яких користувачі створюють теми. В рамках тем відвідувачі мають можливість висловлювати свою думку. Поділяються на: – корпоративні форуми, – тематичні форуми
4.	Електронні дошки оголошень	представляють собою найпростішу і найдоступнішу форму електронної комерції з великою кількістю учасників та мінімальним переліком послуг, що надаються. Сайт з оголошеннями не містить торгових інструментів, не несе відповідальності за результати угоди і часто навіть не стягує плату за розміщення інформаційних матеріалів.

Сьогодні інституційна сторона мережевих комунікацій у Інтернет продовжує перебувати поза увагою традиційних соціально-економічних інститутів. Розвиток йде паралельно, майже не стикаючись і не перетинаючи. Тут домінують свої інституційні процеси, що відбивають становлення нових економічних відносин у нових (віртуальних) умовах економічної діяльності. [5, с. 370].

У комп'ютерному середовищі технологічні новації на найближчу перспективу легко прогножуються, оскільки цикл від розробки та впровадження до масового використання комп'ютерних технологій досить довгий. У віртуальному середовищі і форми мережевих комунікацій також багато в чому віртуальні. Це означає, що їх виникнення безпосередньо залежить від динаміки розвитку комп'ютерних технологій. Бізнес-структури, що відносяться до сфери надання інформаційних послуг поділяють на три групи: підприємства, що надають послуги хостингу; підприємства, що надають послуги SEO-оптимізації; підприємства, що формують та розповсюджують контент на замовлення [6].

Підводячи підсумки зазначимо, що різноманітність та масштабність перерахованих вище форм та видів мережевих інтернет-комунікацій свідчить про величезні можливості та перспективи розвитку цієї сфери. В інституційному сенсі маємо справу з типовим результатом скорочення транзакційних витрат. Віртуальне середовище всесвітньої мережі нівелює природні комунікативні обмеження, що існують у повсякденному житті поза Інтернетом. Саме тому нові форми інтернет-комунікацій здатні перетворитися на ефективний інструмент просування товарів. Причина криється в мультиплікативному ефекті Інтернету, що дозволяє у багато разів збільшити комунікативні можливості кожного учасника мережі. Незначні у звичайних умовах можливості міжособистісного непрофесійного спілкування за допомогою мережної мультиплікації перетворюються на потужний інструмент просування. Ця обставина перетворює найпростіші мережеві комунікації в один із найефективніших інструментів просування товарів. Причому такий інструмент, роль якого постійно зростає, а сам він стрімко змінюється, постійно розширюючи і поглиблює сферу свого застосування.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Кулініч О.А. Підприємницька оцінка впливу пандемії на вітчизняний бізнес. Бухгалтерський облік, контроль та аналіз в умовах інституційних змін. Всеукр. наук.-практ. конф. Полтавський державний аграрний університет (27 жовтня 2022 р.). Полтава. 2022. С. 124-127
2. Андросова Т.В., Кулініч О.А., Помінова І.І., Федоренко Н.М. Місце цифрової економіки в загальній системі сучасних господарських відносин. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг: зб. наук. праць ХДУХТ. Харків. 2021. С. 118-132.
3. Ушакова Н.Г., Зарецька Л.М., Кулініч О.А., Ільченко М.О. Вплив цифрової економіки на розвиток економік світу та України. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг: зб. наук. пр. Харків. ХДУХТ. 2021. Вип. 1 (33). С. 104-118.
4. Гринько А.П., Гринько П.Л., Ушакова Н. Г., Андросова Т.В., Кулініч О.А., Помінова І.І. Методологія керування бізнесом в умовах цифровізації : монографія. Х. МОНОГРАФ. 2022. 199 с.
5. Кулініч О.А., Зарецька Л.М. Застосування інформаційно-комунікаційних технологій в навчальному процесі. Модернізація вищої освіти та проблеми управління якістю підготовки фахівців. Удосконалення інформаційно-ресурсного забезпечення навчального процесу. XII Всеукр. наук.-практ. конф. ХДУХТ (25 вересня 2015 р.). Харків. 2015. С. 269-371
6. Фролова Л.В., Бавико О.Є. Тенденції розвитку мережевих бізнес-структур. Ефективна економіка. № 11. 2020р. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11_2020/24.pdf

Кулініч Оксана Андріївна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки та бізнесу, Державний біотехнологічний університет, Харків, e-mail: kulinich.ekonom@gmail.com

Андріяш Олена Сергіївна, бакалавр факультету економічних відносин та фінансів, Державний біотехнологічний університет, Харків

Kulinich Oksana, PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Economics and Business, State Biotechnological University, Kharkiv, e-mail: kulinich.ekonom@gmail.com

Andriyash Olena, Bachelor of the Faculty of Economic Relations and Finance, State Biotechnological University, Kharkiv