



## ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

**Ірина Володимирівна ЯЩИШИНА,**  
доктор економічних наук, доцент,  
декан економічного факультету  
Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка,  
[yarinaeco@mail.ru](mailto:yarinaeco@mail.ru)

УДК 330.341.1

### ЕВОЛЮЦІЯ ТОВАРУ В УМОВАХ ІННОВАЦІЙНО-ІНФОРМАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ

*В умовах стрімкого розвитку технологій відбувається формування інформаційно-інноваційної економіки, зростає значущість нематеріальних ресурсів та об'єктів, виникають нові види ресурсів та економічної діяльності, збільшується частка продажів через Інтернет та з'являються нові види товарів, зокрема електронні. Залишаються невивченими їх особливості та характерні риси, дослідження яких визначено метою роботи. Досліджено зміну характеристик товару в умовах утвердження нових типів економіки кінця XX — початку XXI ст.; виявлено суть електронних товарів та здійснено порівняльну оцінку їх з традиційними товарами. Проведене дослідження уможливило такі висновки: електронні товари — це нематеріальні продукти, створені та реалізовані у віртуальному просторі, що задовольняють потреби споживачів; вони характеризуються низкою особливостей порівняно із традиційними товарами, а також потребують подальших досліджень у теоретичній та практичній площині.*

**Ключові слова:** інноваційна економіка, інформаційна економіка, електронні товари.

Теоретична та прикладна економічна наука XXI ст. стикається з низкою нових проблем та невирішених завдань, поява яких обумовлена кардинальними змінами не тільки економіки, а й усього суспільного розвитку, які відбуваються під впливом бурхливого науково-технічного прогресу. Одним із таких новітніх та майже не досліджених явищ є виникнення електронних товарів.

© Ящипшина І. В., 2015



Сучасні дослідники визначають, що нові явища та перетворення суспільного життя, які почали проявлятися із середини ХХ ст., зумовили виникнення низки концепцій, котрі наголошували на певних характерних рисах новітнього господарського розвитку і тому визначали нові види сучасної економіки (табл. 1).

Таблиця 1

## Характеристика концепцій\*

Тип економіки	Основна характеристика	Час виникнення
Постіндустріальна економіка**	Автоматизація, роботизація, комп'ютеризація матеріального виробництва, зростання сфери послуг	50–60-ті рр. ХХ ст.
Економіка знань	Створення, накопичення, розповсюдження та використання знань	60-ті рр. ХХ ст.
Інноваційна економіка	Створення, дифузія, впровадження та споживання інновацій	70-ті рр. ХХ ст.
Інформаційна економіка	Формування, накопичення, передача, застосування електронної інформації	Рубіж ХХ — ХХІ ст.
Мережева економіка	Виробництво, обмін і розподіл мережевих благ	Рубіж ХХ — ХХІ ст.

*Примітки:* \* — складено автором за [1];  
\*\* — з'явилися перші ознаки.

Визначний внесок у формування постіндустріальної парадигми належить Д. Беллу. Щодо особливостей товару в постіндустріальному суспільстві, Д. Белл так визначав прикметні риси: перехід від виробництва товарів до виробництва послуг і зростання значущості галузей соціальної інфраструктури; припинення обмеженості благ, товарів та ресурсів і виникнення нового виду обмеженості у формі нестачі інформації та часу; формування економічної теорії інформації та перехід від трудової теорії вартості до теорії вартості, яка базується на знаннях [2].

Поняття “економіка знань” введено до наукового вжитку австрійським ученим Фрицем Махлупом у 1962 році для позначення сукупності високотехнологічних секторів національного господарства. Однак широкого розповсюдження термін “економіка знань”, або “економіка, заснована на знаннях” отримав наприкінці 90-х років ХХ ст. [3] як економіка, що створює, розповсюджує та використовує знання для забезпечення свого зростання та конкурентоспроможності [4]. Дослідники зазначають, що в економіці знань відбувається збільшення частки інтелектуальних товарів та послуг на ринку; товаром стає освіта [4, с. 60–62]; бурхливий розвиток та розповсюдження такого товару як інформаційні технології, що спрямовані передусім не на механізацію ручної та механізованої праці, а на механізацію розумових операцій [3].

Виникнення концепції інноваційної економіки стало наслідком широкого розгортання в середині ХХ ст. НТР та визнання залежності розвитку економіки і суспільства насамперед від нововведень та нових технологій. В умовах цього типу економіки відзначається значне збільшення обсягу покупки-продажу товару — інновації (продукту, ресурсу, інформації, знання, ноу-хау); стабільне зростання частки наукомістких товарів [4]; нарощування швидкості продукування нових знань і, як наслідок, швидкості виробництва нових технологій і товарів [5].



Значна комп'ютеризація та автоматизація бізнес-процесів, що розпочалась ще із настанням постіндустріальної економіки, зростання значущості інформаційних технологій (ІТ) призвели до виокремлення інформаційного типу економіки, що сформувалася в самостійну концепцію на межі ХХ і ХХІ століть. В умовах інформаційної економіки товар набуває нових ознак [3]: перетворення інформаційних продуктів в один із основних товарів; збільшення обсягів та прискорення обробки і передачі інформації; перехід від стандартизованої до індивідуалізованої продукції; перехід до мережевого бізнесу і визнання основним суб'єктом економіки мережі фірм, а не окремої фірми.

Крім інформаційної економіки, останнім часом ширше використовуються такі терміни як “мережева економіка” та “віртуальна економіка”. Мережеву економіку визначають як економіку, пов'язану із виробництвом і розподілом мережових благ, яким притаманні такі властивості: комплементарність, суттєва економія на масштабі виробництва, мережеві зовнішні ефекти [6]. Формування мережевої економіки базується на створенні мереж спочатку в межах фірми, а потім глобальної — Інтернету, що також сприяє певним змінам товару, а також виникненню принципово нового товару — електронного.

*Мета статті* полягає у дослідженні електронного товару, що з'явився в умовах розвитку інноваційно-інформаційної економіки, виявленні його особливостей, характерних рис та означенні проблем, які виникають у теоретичному та прикладному полі його вивчення.

Отже, в ХХ ст. під впливом науково-технічного прогресу відбувається трансформація теоретичних підходів до визначення різних типів економіки, змінюються і класичні уявлення про товар та його види (табл. 2).

Таблиця 2

**Характеристика товару в умовах різних типів економіки**

Тип економіки	Основна характеристика
Доіндустріальна економіка	основним є матеріальний товар, створений кустарною ручною працею
Індустріальна економіка	основним залишається матеріальний товар, створений машинною працею
Постіндустріальна економіка	зростає частка послуг; зменшується обмеженість благ;
Економіка знань	збільшується частка інтелектуальних товарів та послуг; все більше товаром стає освіта та знання;
Інноваційна економіка	значно збільшуються обсяги купівлі-продажу товару — інновації (продукту, ресурсу, інформації, знання, ноу-хау); стабільно зростає частка наукомістких товарів;
Інформаційна економіка	перетворення інформаційних продуктів в один із основних товарів
Мережева економіка	основним видом товару стає мережеве благо, яке не тільки обмінюється, а й часто створюється в мережі, виникають (електронні) віртуальні товари

*Примітка:* Складено автором за джерелами [3–7].

Проведені узагальнення свідчать про значні зміни в уявленнях про товар впродовж ХХ ст. Особливістю розвитку сучасної економіки є виникнення нового середовища, яке почало активно використовуватися в економічних відносинах,



— Інтернету. Вплив всесвітньої мережі проявляється як на рівні інтересів підприємств і організацій (мікрорівні), так і в макроекономічному масштабі.

К. Келлі [5], характеризуючи мережеву економіку, відзначає певні особливості товарів у ній:

- мережі володіють зростаючою граничною корисністю;
- цінність участі у мережевій економіці зростає експоненціально від збільшення кількості учасників;
- агенти, користувачі й конкуренти разом створюють цінність мережі, хоча приріст віддачі може бути розподілений між ними нерівномірно;
- ціни на трансакції, як на одиницю інформації, так і на всі об'єкти, які можна скопіювати, пристосовуються до закону інверсійного (зворотного) ціноутворення і дешевшають у міру їх вдосконалення, тобто в мережевій економіці можна розраховувати на те, що краще стане дешевшим, і це відкриває горизонти для нового, яке поки що дороге;
- цінними є ті речі, які безкоштовні; єдиний фактор у світі, який стає рідкісним ресурсом, — це увага, здатність бути поміченим користувачем, адже, викидаючи на ринок безкоштовний товар, агент намагається отримати частку людської уваги, що призведе до зростання його частки ринку, і те, що сьогодні є безкоштовним, завтра отримає вартість;
- наявність значних позитивних зовнішніх ефектів для її користувачів;
- дія “мережевих пасток”, які пов’язані з переміщенням витрат від одних агентів до інших, що зумовлене їх технологічною взаємозалежністю;
- повтори, копіювання, автоматизація швидко знецінюються, а зростає цінність творчості й оригінальності.

З розвитком Інтернету та інформаційних технологій з’явилася віртуальна економіка. Віртуальна економіка — це економіка, в основі якої лежить електронний бізнес [8].

Активна економічна діяльність у мережі Інтернет чи з використанням її можливостей призвела до виникнення нового поняття — електронна комерція, що описує процес купівлі-продажу або обміну товарами, послугами, інформацією за допомогою мережі Інтернет, а також поняття е-бізнес, що охоплює не тільки обмін товарами та послугами, а й обслуговування споживачів, співпрацю із бізнес-партнерами, здійснення трансакцій у мережі [9]. Різницю між традиційним і електронним бізнесом яскраво демонструє трансформація категорії “Товар”. У традиційних видах бізнесу товар присутній у фізичному стані, тобто товари, що знаходяться в обігу, створюються, обмінюються реалізуються та існують матеріально. Продавцем є елемент інфраструктури ринку або індивідуум, що знаходиться в певному місці (за винятком продажу в домівках, за каталогами або поштою). Розрахунок проводиться грошима або кредитними картами, тобто предметами, що мають фізичну форму. Електронний бізнес став дуже популярним, тому що забезпечив високу прибутковість у порівнянні з реальним бізнесом, і в разі скоротив витрати. Розвиток інтернет-бізнесу призвів до розвитку низки видів робіт, які виконуються через Інтернет, і до зосередження грошових коштів на віртуальних рахунках. Остання обставина збільшила споживання товарів і послуг через Інтернет [8].

В електронному бізнесі доставка виробів та розрахунки споживання проводяться через комп’ютер (в основному — Інтернет). Контакти між продавцем і покупцем проводяться у віртуальному середовищі; прямих контактів між ними



немає. Однак це все ж Інтернет-торгівля реальними товарами, процес виробництва та споживання здійснюється в реальному, а не віртуальному світі.

З появою електронних товарів у самому е-бізнесі з'являється новий сегмент, обумовлений особливостями цього товару.

Першими проданими електронними товарами були ігрові елементи для використання в грі MUD. Гравці можуть торгувати один з одним віртуальними товарами: мечами, монетами, ліками та отрутами, у спеціально відведеному неігровому секторі гри. Компанія *Iron Realms Entertainment* у 1998 році стала першою, хто отримав прибуток від продажу віртуальних товарів від аукціону, на якому гравці придбали артефакти для гри *Achaea, Dreams of Divine Lands*, але після цього була досить тривала перерва до середини 2000 року, поки така компанія як корейська *Cyworld* змогла пройти шлях, що дозволив зробити віртуальні товари легітимними і здатними приносити законний дохід своїм творцям [9]. До відомих постачальників віртуальних товарів належать *Facebook, Nexon, Iron Realms Entertainment, Playdom, Playfish, Slide.com, SonyOnline Entertainment, World of Warcraft, Zynga, Flirtomatic*.

До прикладу, онлайн-гра "*World of Warcraft*" — один зі світових лідерів продажу серед віртуальних товарів. Юзери купують унікальні продукти: чи то швидшого коня, чи гостріший меч, — таким чином, вони отримують переваги в боях та продовжують свій ігровий час [10].

Онлайн-торгівля набирає обертів також у соціальних мережах. До прикладу, ви можете подарувати комусь віртуальний букет квітів чи м'яку іграшку, які за своєю суттю є не реальними, а електронними товарами.

Сьогодні електронні товари — прибутковий бізнес в Інтернеті. Онлайн-геймери часто торгують ними без відома операторів. Але виробники не хочуть, щоб з їхніх рук щось вислизало. Інтернет-магазин "Фрогстер", наприклад, продає всі додаткові послуги, доступні для нових ігор [10].

Також до віртуальних товарів можна віднести й криптовалюту, яка стрімко набирає популярності. Це один з типів електронних грошей, емісія та облік яких оснований на асиметричному шифруванні та застосуванні різних криптографічних методів захисту [11]. Кількість користувачів у світі, які завели Bitcoin-гаманці, досягла 41 мільйони — повідомляє Банк Англії. Точний обсяг операцій, здійснених з використанням криптовалюти, залишається невідомим, однак за оцінками аналітиків, у 2013 році він подвоївся. Як повідомляє джерело [12], батьки видають своїм дітям кишенькові гроші в цифровій валюті, щоб ті ставали повноправними учасниками цифрового суспільства; споживачі в країнах, що розвиваються, на зразок Бразилії, використовують Bitcoin, щоб застрахувати себе від коливань курсу валют; цифрова валюта стає інструментом інвестування. Її переваги очевидні: по-перше, використання *Bitcoin* спрощується за рахунок нових мобільних додатків і цифрових гаманців, представлених на ринку; по-друге, користувачі Bitcoin-гаманців можуть оплатити за допомогою цифрової валюти безліч товарів і послуг, адже про підтримку криптовалюти раніше оголосили такі торговці, як *Dell, Expedia, Dish Network* і багато інших [12]. Первинна вартість криптовалют становить вартість витраченої електроенергії, наступним елементом для визначення вартості є попит на цю валюту [10]. Варто зазначити, що, незважаючи на свої переваги, віртуальна валюта Bitcoin набирає все більшої популярності ще й тому, що вона дозволяє проводити анонімні трансакції, чим і користуються продавці і покупці протизаконних товарів. Так,



клієнти наркодилерської онлайн-мережі *Silk Road* розраховувались саме *Bitcoin* [12].

На основі аналізу літератури можна здійснити порівняльну характеристику традиційних та електронних товарів.

Таблиця 3

### Порівняльна характеристика звичайних та електронних товарів

Критерії	Традиційні товари	Електронні товари
задоволення потреб	матеріальних і нематеріальних	нематеріальних (інтелектуальних, духовних)
функціональне призначення	використання у повсякденному житті	використання у віртуальному світі
джерело для створення	енерго-, матеріало- та трудомістке виробництво	наукоємне виробництво із високою питомою вагою доданої вартості
основний ресурс для створення	матеріальні та трудові	знання, інформація, інтелект
виробництво	у матеріальному світі	у комп'ютерній мережі
обмін	за допомогою різних форм організації торгівлі, в т.ч. і за допомогою е-комерції	в мережі Інтернет
споживання	в реальному світі	в мережі Інтернет
спосіб створення	ручними та автоматизованими технологіями	за допомогою комп'ютерних та Інтернет технологій
собівартість	визначається середніми витратами для кожної одиниці	існує лише для першої одиниці
хто може стати споживачем	будь-яка пересічна людина, яка володіє грошми	користувач всесвітньої мережі Інтернет
мета створення	задоволення потреб споживачів та отримання прибутку виробниками	задоволення потреб споживачів та отримання прибутку виробниками
корисність	підпадає дії закону спадної граничної корисності	корисність зростає із збільшенням числа споживачів

Електронні товари — це просто байти, однак вони мають певну матеріальну цінність. Товар являє собою *Digital Contents* або нематеріальну послугу. Всі розрахунки та доставка здійснюється у комп'ютерній, онлайн-мережі. Вони купуються користувачами соціальних мереж, віртуальних світів і онлайн-ігор. Ці товари можуть використовуватися тільки у специфічному віртуальному середовищі, відповідно не мають матеріальної цінності в реальному світі. Тому електронні товари — це нематеріальні продукти, створені та реалізовані у віртуальному просторі, що задовольняють потреби споживачів — користувачів Інтернету.

Фактично ми маємо справу з новими товарами нової економіки. Дослідники сучасної інноваційно-інформаційної економіки [7] формують декілька законів, які їй притаманні:



— закон зв'язку: для зв'язку необхідна мережа міжкомп'ютерних комунікацій;

— закон добробуту: в традиційній економіці дорожнеча походила від нестатку, в новій економіці стан діаметрально протилежний — чим більше речей, більша кількість споживачів ними володіє, тим вони цінніші;

— закон позитивного зворотного зв'язку в динаміці прибутків: вартість товару зростає з кількістю його споживачів, а стрімке зростання вартості трансформується в більшу кількість споживачів;

— закон протилежності в системі “ціна-якість”: у традиційній економіці просування в якості призводить до зростання ціни, в сучасній економіці — найкращі вироби постійно дешевшають.

Потрібно відзначити, що розвиток торгівлі віртуальними товарами є достатньо стрімким, однак стикається із низкою проблем:

1) електронні товари не означені з теоретичної та методологічної точки зору, потрібно визнати, що тут економічна практика пішла набагато далі за теорію;

2) дослідження електронних товарів зіштовхується із проблемою відсутності державної статистики відносно обсягів такої торгівлі, не існує форм статистичної звітності щодо реалізації віртуальних товарів, навіть експертні оцінки обсягів реалізації електронних товарів відсутні;

3) фактично невирішеною залишається проблема оподаткування такого виду діяльності як “виробництво та реалізація електронних товарів”.

Таким чином, із появою мережевої економіки з'являється новий вид товару — електронний товар, більш глибокі теоретико-методологічні та прикладні дослідження якого ще попереду.

#### Список використаних джерел

1. Яцишина, І. В. Соціальне спрямування інноваційної економіки: досвід, тенденції, наслідки [Текст] : монограф. / І. В. Яцишина. — Кам'янець-Подільський : Сисин Я. І., 2012. — 368 с.
2. Белл, Д. Грядущее постиндустриальное общество [Текст] / Даниил Белл. — М. : Академия, 2004. — 570 с.
3. Егоров, И. Ю. Наука и инновации в процессах социально-экономического развития [Текст] / И. Ю. Егоров. — К. : [ІВЦ Госкомстата України], 2006. — 338 с.
4. Федулова, Л. І. Економіка знань [Текст] : підруч. / Л. І. Федулова. — К. : Ін-т екон. та прогноз., 2009. — 600 с.
5. Kelly, K. New rules for the new economy [Text] / Kevin Kelly. — Penguin Group US, 1999. — 192 p.
6. Стрелец, И. А. Сетевая экономика [Текст] : учеб. / И. А. Стрелец. — М. : Эксмо, 2006. — 208 с.
7. Соловійов, В. П. Нові виміри інноваційної економіки [Текст] / В. П. Соловійов // Актуальні питання розвитку інноваційної діяльності. — Сімферополь : СОНАТ, 2002. — С. 49–53.
8. Нове явище в третьому тисячолітті — віртуальна економіка [Електронний ресурс] Економічні новини України. — URL : <http://money-news.te.ua/2014/01/05/nove-yavysche-v-tretomu-tysyacholitti-virtualna-ekonomika>.
9. Основні категорії електронної комерції [Електронний ресурс] Українські реферати. — URL : <http://ukrefs.com.ua/print:page,1,2861-Osnovnye-kategorii-elektronnoiy-kommercii.html>.



10. Онлайн-торгівля: як за віртуальні товари отримати цілком реальні гроші? [Електронний ресурс] Телеканал 24. — URL : [http://24tv.ua/home/showSingleNews.do?onlyayntorgivlya\\_yak\\_virtualni\\_tovari\\_otrimati\\_tsilkom\\_realni\\_groshi&objectId=392679](http://24tv.ua/home/showSingleNews.do?onlyayntorgivlya_yak_virtualni_tovari_otrimati_tsilkom_realni_groshi&objectId=392679).
11. Віртуальні валюти: головний біль чи перспективний напрям [Електронний ресурс] Я-Кореспондент — Korrespondent.net. — URL : <http://blogs.korrespondent.net/blog/business/3430761>.
12. Фінансові новини [Електронний ресурс] Сьогодні.ua. — URL : <http://ukr.segodnya.ua/economics/finance/virtualnoy-valyutoy-bitcoin-polzuetsya-uzhe-bolshe-40-mln-chelovek-557129.html>.

Надійшла до редакції 27.01.2015

**Ящишина І. В. Еволюція товару в умовах інноваційно-інформаційної економіки**

*В умовах стрімкого розвитку технологій відбувається формування інформаційно-інноваційної економіки, зростає значимість нематеріальних ресурсів і об'єктів, виникають нові види ресурсів і економічної діяльності, збільшується частка продажів через Інтернет і з'являються нові види товарів, в тому числі електронні. Зостаються незвіданими їх особливості і характерні риси, дослідження яких визначені метою роботи. Досліджено зміну характеристик товару в умовах утвердження нових типів економіки кінця ХХ — початку ХХІ ст.; виявлено сутність електронних товарів і здійснено порівняльну оцінку їх з традиційними товарами. Проведене дослідження приводить до наступних висновків: електронні товари — це нематеріальні продукти, створені і реалізовані в віртуальному просторі, що задовольняють потреби користувачів-споживачів; вони характеризуються рядом особливостей порівняно з традиційними товарами, а також потребують подальшого дослідження в теоретичній і практичній площині.*

**Ключові слова:** інноваційна економіка, інформаційна економіка, електронні товари.

**Yashchyshyna, I. V. Evolution of the Goods in the Innovative-Information Economy.**

*With the rapid development of technology is the formation of information and innovation economy, increasing importance of intangible resources and objects, there are new kinds of resources and economic activities, the share of Internet sales and new products, including electronic. Remain unstudied their features and characteristics, the study of which is determined by the purpose of the work. The changing characteristics of the goods in the conditions of approval of new types of economy on the late XX — early XXI centuries has been researched in the article; the essence of electronic goods and a comparative assessment of their traditional products examines has been identified. The study makes the following conclusions: electronic goods are intangible products that are created and implemented in the virtual space that meets the needs of consumers; they are characterized by a number of features compared with traditional products, and require further research in theoretical and practical terms.*

**Keywords:** innovation economy, information economy, e-goods.

