

## АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТЕОРІЇ І ПРАКТИКИ ТОРГІВЛІ ТА ТОВАРОЗНАВЧОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

УДК 330.837:655.5:004.738.5

БАЗИЛЮК В. Б., БЕЗПАЛЬКО І. Р.  
Українська академія друкарства м. Львів

### ОСОБЛИВОСТІ ІНСТИТУЦІЙНОГО МЕХАНІЗМУ ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ КНИЖКОВОЮ ПРОДУКЦІЄЮ

*У статті розглянуто особливості інституційного механізму електронної торгівлі книжковою продукцією. Досліджено суть економічного змісту поняття "інституційний механізм ринку електронної торгівлі". Проведено дослідження особливостей функціонування та сформовано структурну схему інституційного механізму ринку електронної торгівлі книжковою продукцією.*

*Ключові слова: механізм, інститут, електронна торгівля, книжкова продукція.*

BAZYLIUK V. B., BEZPAL'KO I. R.  
Ukrainian Academy of Printing, Lviv

### FEATURES OF INSTITUTIONAL MECHANISM ECOMMERCE OF BOOK PRODUCTS

*It was considered the essence of economic contents of economic institutional mechanism ecommerce market concept. The institutional mechanism was showed for the definition of market book trade. The basic processes, which characterize modern publishing and printing activity and the influence on it of the development of information and communication technologies, were analyzed. The main features of the institutional mechanism ecommerce book products were mentioned and described. It was researched the features of functioning and was formed the structure scheme of institutional mechanism ecommerce of market book trade. Systematization of the main features of institutional mechanism ecommerce market book trade will allow regulators - to increase the effectiveness of institutional change, institutional agents - to reduce transaction costs and market actors - to step up it's development.*

*Keywords: mechanism, institution, ecommerce, book products.*

**Постановка проблеми.** Створення та розвиток ефективного книжкового ринку в умовах активізації глобалізаційних процесів, інформаційного насичення, зростання ролі інформаційно-комунікаційних технологій, зумовлює необхідність розвитку моделей та інструментальних підходів вдосконалення існуючих інституційно-економічних механізмів. Тривалий та непослідовний процес трансформації вітчизняної ВПД (видавничо-поліграфічної діяльності) призвів до низької ефективності існуючих ринкових механізмів. За таких умов впровадження нових інформаційних технологій та ріст обсягів електронної торгівлі книжковою продукцією сповільнюється через недосконалість інституційного середовища, що проявляється в неефективності існуючих інституційних механізмів, які здійснюють безпосередній вплив на економічні процеси у ВПД.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Обґрунтування важливості інституційного механізму для активізації економічного розвитку проведено такими відомими авторами, як Дж. М. Бьюкенен, Д. Норт, К. Менар. Передумови розгляду інституційного механізму як самостійного феномена економічної дійсності закладені в рамках теорії організацій, теорії суспільного вибору, а також неінституційної теорії.

Дослідження ринку електронної торгівлі у вітчизняній та зарубіжній літературі відображені в значній кількості праць, серед яких можна виділити роботи: А. Гресь, Д. Джонсона, Д. Вуда, Д. Вордлоу, В.В. Мазурик, І.А. Петропавлова та інших.

Проблеми діяльності видавництва та книготорговельних підприємств розглядаються в працях українських дослідників О. А. Афанасьєвої, О. В. Афоніна, Б.В. Дурняка, Д. В. Капранова, Ж. М. Ковби, М. І. Тимошика, Л.А. Швайки. Однак, перспективам розвитку ринку електронної торгівлі книжковою продукцією, а також впливам на нього інституційного механізму, приділяється недостатня увага.

**Постановка завдань.** Розглянути суть поняття «інституційний механізм ринку електронної торгівлі» та розкрити особливості інституційного механізму ринку електронної торгівлі книжковою продукцією.

**Результати дослідження.** Вивчення суті економічного змісту поняття «інституційний механізм ринку електронної торгівлі книжковою продукцією» необхідно, на нашу думку, розпочати з аналізу термінів із яких він формується: «електронна торгівля», «книжкова продукція» та «інституційний механізм». Дослідження суті кожного із наведених понять слід здійснювати відповідно до еволюційного принципу. Отже, першочергово необхідно дослідити еволюцію поняття «інституційний механізм» в контексті розвитку неінституційної економічної теорії і лише пізніше розглянути взаємозв'язок даної категорії із сучасними тенденціями розвитку відносно нового інструмента книжкового ринку – електронної торгівлі.

Одним із перших суть інституційного механізму почав вивчати К. Поланьї, який трактував інституційний механізм у ринковій економіці як механізм взаємного перерозподілу, що базується на натуральній основі та товарообміні [1]. Проте, змістовний апарат категорії «інституційний механізм» сформулював у своїх роботах Д. Норт, який розумів під інституційним механізмом особливий вид механізму, що формує правила і забезпечує наслідки їх застосування [2].

Подальші роботи авторів розвивають напрацювання у даному напрямі та припускають наявність у інституційному механізмі функцій упорядкування та системності, які притаманні механізмам. Так, А. К. Менар в основі інституційного механізму бачить контрактні відносини, що виникають між партнерами, згрупованими в ієрархічну організаційну структуру для досягнення загальних цілей [3].

Отже, через механізм відбувається впровадження інституційних норм та правил у життя економічних суб'єктів. За таких умов інституційний механізм виступає невід'ємною частиною господарського механізму, що забезпечує вироблення адекватних вимогам зовнішнього середовища правил господарювання.

З метою проведення подальших досліджень розглянемо специфіку інституційного механізму та його вплив на ринок. Інституційний механізм ринку товарів формується з ряду інститутів різного призначення, які покликані сформувати структуру, забезпечити організацію та легітимність торгівельної діяльності.

Зважаючи на предмет наших досліджень, слід виокремити із торгівельної діяльності та перейти до конкретизації відносно нового поняття – «електронної торгівлі».

Існує велика кількість термінів щодо визначення терміну «електронна торгівля». За таких умов не завжди можна однозначно відповісти, яке із визначень є найбільш повним та чи існують відмінності між термінами «електронна торгівля», «електронна комерція» і «електронний бізнес». Тому, ми вважаємо, доцільно взяти за основу визначення, що запропоноване Міжнародною стандартною галузевою класифікацією всіх видів економічної діяльності, яке трактує електронну торгівлю як отримання замовлень, продаж вироблених товарів і послуг через Інтернет [4].

При розгляді теоретичних моделей у взаємозв'язку з формами їх реалізації виділяють технологічні, економічні та інституційні чинники і механізми функціонування електронної торгівлі [5]. З практичної сторони, такий розгляд дозволяє не тільки визначати ринкові сегменти і структурувати електронний бізнес, а й виявляти тенденції та перспективи розвитку ринку електронної торгівлі.

Таким чином, розглянуті характеристики понять інституційного механізму та електронної торгівлі дають підстави перейти до інтерпретації особливостей та умов функціонування інституційного механізму електронної торгівлі книжковою продукцією.

Інституційний механізм ринку електронної торгівлі книжковою продукцією покликаний забезпечити регулярність, чіткість, передбачуваність і надійність функціонування зв'язків, відносин, трансакцій та їх учасників щодо розподілу та обміну книжковою продукцією.

Проведені дослідження особливостей ринку електронної торгівлі книжковою продукцією свідчать, що будь-яка трансакція відбувається в інституційному середовищі та з ним взаємодіє. Під впливом економічних інститутів ринок електронної торгівлі здійснює регулювання діяльності суб'єктів книжкової торгівлі та створює можливості для розвитку.

Основними елементами інституційного середовища та учасниками трансакцій на ринку електронної торгівлі книжковою продукцією виступають такі суб'єкти: держава; видавничо-поліграфічні підприємства; об'єднання інтернет-користувачів (соціальні групи, мережі); споживачі продукції (фізичні та юридичні особи).

Отже, на нашу думку, інституційний механізм ринку книжкової торгівлі – це особлива структурна складова ринкового механізму, що забезпечує створення норм і правил інституційного середовища виробників та споживачів книжкової продукції з метою реалізації їх економічних інтересів та забезпечення розвитку ринку.

За таких умов ефективне функціонування інституційного механізму книжкової торгівлі повинна забезпечувати реалізація базових інституційних функцій: формування норм і правил; коректування; адаптація до соціальних норм, цінностей та інших компонентів соціального середовища; реалізація та контроль.

Структурно інституційний механізм є частиною загального ринкового механізму, але це не свідчить про те, що він є наслідком процесів, які відбуваються при трансформації ринку. Інституційний механізм забезпечує формування формальних та неформальних інститутів, які структурують взаємовідносини суб'єктів книжкової торгівлі в ринковому середовищі.

Перш ніж перейти до особливостей інституційного механізму ринку електронної торгівлі книжковою продукцією в Україні необхідно окреслити основні процеси, що притаманні ВПД та визначити вплив на неї розвитку інформаційних технологій. У порівнянні з більшістю інших галузей застосування інформаційних технологій у поліграфії та видавничій справі пов'язане не лише із прогресивними тенденціями у виробництві друкованої продукції, а й з процесами переходу книжки з паперового носія у електронну форму та переорієнтацію книгорозповсюдження із книжкових магазинів в бік електронної торгівлі.

Розвиток вільного доступу до Інтернету, створення великої кількості інтернет-магазинів та сайтів з продажу книжкової продукції, поряд з суттєвим покращенням умов доставки товарів до кінцевого споживача, – зумовлює принципові позитивні зрушення у функціонуванні ВПД.

Можемо констатувати, що кризові явища у ВПД зумовлені системною кризою економіки та змінами інституційно-еволюційного плану частково компенсуються якісними перетвореннями щодо впровадження інформаційних технологій, електронної торгівлі зокрема.

Сучасні тенденції щодо скорочення тиражів періодичних видань і книг можуть розглядатися як наслідок розвитку системної кризи у ВПД, яка, на нашу думку, перебуває у довгостроковій фазі та зумовлена активізацією процесів заміщення друкованої продукції інформаційними технологіями, а також необхідністю інноваційних перетворень, які обумовлені новими механізмами розподілу книжкової продукції на видавничо-поліграфічному ринку. Отже, більшість із змін, що спричинили кризові явища носять інституційний характер та вимагають розробки адекватного інституційного механізму функціонування ВПД.

Зрозуміло, що відносини на ринку електронної торгівлі книжковою продукцією здійснюється в межах існуючого загальноекономічного інституційного середовища, однак, зумовлюють необхідність наявності власного інституційного механізму, який в повній мірі міг би врахувати її специфіку. При цьому основною особливістю інституціонального механізму ринку електронної торгівлі книжковою продукцією є можливість продажу друкованих видань, як в паперовому, так, і в електронному вигляді. За таких умов інституційний механізм повинен забезпечити сприйняття інформаційно-комунікаційних технологій, регламентів і протоколів комерційної взаємодії в Інтернеті на ринку електронної торгівлі книжковою продукцією.

Поряд з цим, інституційний механізм формує умови удосконалення інформаційно-комунікаційних технологій, які покликані підвищити ефективність взаємодії суб'єктів видавничо-поліграфічного ринку. Таким чином, інституціональний механізм забезпечує розвиток інформаційно-комунікаційних технологій та сам вдосконалюється разом із ними.

Проте, забезпечення такого симбіозу можливе лише за умов високої ефективності функціонування інституційного механізму, що забезпечується за допомогою легітимізації та формалізації інновацій в напрямі розвитку інформаційно-комунікаційних технологій. Для реалізації поставленої мети необхідне адаптивне та інноваційно спрямоване інституційне середовище, яке ґрунтується на прогресивних концепціях і законах.

Інституційний механізм, будучи структурною складовою ринку електронної торгівлі характеризується такими властивостями:

- відіграє основну роль у регулюванні взаємовідносин між продавцями та покупцями на ринку книжкової продукції;
- формується та розвивається в рамках ринкового господарського механізму і його трансформації зумовлені зміною ринкового господарського механізму;
- характеризується консервативністю у порівнянні з іншими структурними елементами механізму;
- структурує особистісні інтереси суб'єктів та забезпечує досягнення ними спільної мети в рамках книжкового ринку;
- встановлює і забезпечує правила взаємовідносин суб'єктів та агентів на ринку;
- чинить прямий вплив на стійкість ринкового механізму та забезпечує підвищення його ефективності;
- стабілізує ринок шляхом нівелювання відхилень дій суб'єктів від загальноприйнятих норм і правил.

Основою побудови сучасної моделі інституційного механізму ринку електронної торгівлі, на нашу думку, повинен стати суб'єктний і структурно-логічний підходи. Взаємодія суб'єктів ринку електронної торгівлі книжковою продукцією в рамках інституційного механізму відбувається за допомогою норм регламентації і регулювання формальними та неформальними інститутами.

Крім того, в основі інституційного механізму, на нашу думку, повинна бути характеристика інституційної системи, яка базується на закритості механізму для зовнішнього спостерігача, доступними є лише вхідні та вихідні параметри. За таких умов дослідження інституційного механізму пропонується проводити у наступній послідовності:

- аналізуються входи, які представляють собою наявні ресурси механізму;
- досліджуються виходи процесу, які в результаті впливу інституційного механізму на взаємодію суб'єктів, елементів інфраструктури, ресурсів дають змогу підвищити ефективність ринку електронної торгівлі книжковою продукцією;
- розробляються механізми управління процесом, інструментарій, інструкції тощо.

Отже, на вході інституційного механізму ринку електронної торгівлі книжковою продукцією знаходяться суб'єкти, ресурси та інституційні інструменти впливу, на виході – результат роботи механізму, а саме активізація стратегічних напрямів розвитку електронної торгівлі та ріст обсягів продажу книжкової продукції через мережу Інтернет (рис. 1).

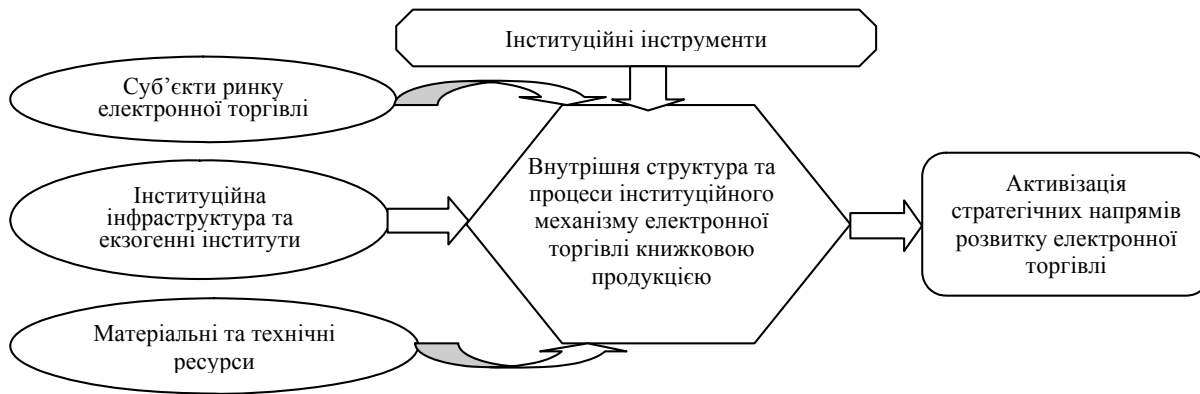


Рис. 1. Структурна схема інституційного механізму електронної торгівлі книжковою продукцією

Приведення в рух інституційного механізму здійснюється самими суб'єктами видавничо-поліграфічного ринку за допомогою торговельних трансакцій та бажання мінімізації при них рівня трансакційних витрат. За таких умов прагнення до оптимізації торгового і комунікаційного процесу в інституційному середовищі ініціює еволюційне формування нових неформальних норм. Через певний проміжок часу при достатній ефективності неформальних норм за допомогою інституційного механізму вони перетворюються у формальні норми та пов'язані із ними інститути.

**Висновки.** Представлені особливості інституційного механізму електронної торгівлі книжковою продукцією відображають основні тенденції, що відбуваються на вітчизняному ринку і дозволяють дати узагальнюючу характеристику його функціонування. Систематизація основних характеристик представленого механізму, на нашу думку, дозволить регуляторам – підвищити ефективність інституційних змін, інституційним агентам – знизити рівень трансакційних витрат, а ринковим суб'єктам – активізувати свій розвиток.

Представлена структурна схема відображає основні особливості інституційного механізму ринку електронної торгівлі і дозволяє дати загальну характеристику умов його функціонування.

Проте, інституційний механізм потребує подальших досліджень щодо умов адаптації до сучасних економічних реалій та з метою подолання перешкод з формування розвинутого ринку електронної торгівлі книжковою продукцією.

### Література

1. Поланьї К. Экономика как институционально оформленный процесс / К. Поланьї // Экономическая социология. – 2001. – Т. 3. – № 2, – С. 68–73.
2. North D. Institutions and Economic Growth: An Historical Introduction / D. North. – World Development. –1989. – № 17(9). – P. 1319–1332.
3. Менар К. Экономика организаций / К. Менар ; [пер с франц. ; под ред. А. Г. Худокормова]. – М. : Инфра-М, 1996. – 160 с.
4. Международная стандартная отраслевая классификация всех видов экономической деятельности. Четвертый пересмотренный вариант [Электронный ресурс] / Организация Объединенных Наций. – Нью-Йорк, 2009. – Режим доступа : [http://unstats.un.org/unsd/publication/seriesm/seriesm\\_4rev4r.pdf](http://unstats.un.org/unsd/publication/seriesm/seriesm_4rev4r.pdf)
5. Савицька Н. Л. Драйвери та бар'єри розвитку онлайн-ритейлу: теоретико-методичний аспект / Н. Л. Савицька // Бізнес-Інформ. – 2014. – № 10. – С. 236–241.

Надійшла 16.05.2016; рецензент: д. е. н. Палига С. М.