

УДК 339.9:330.341.2:[316.772.3:004.738.5]

*Е. О. Ещенко,
стажер, Харьковский национальный университет имени В.Н. Каразина*

СЕТЕВЫЕ СООБЩЕСТВА ЭЛЕКТРОННОГО ПРОСТРАНСТВА В МЕХАНИЗМЕ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫХ ПРЕОБРАЗОВАНИЙ ГЛОБАЛЬНОЙ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ СИСТЕМЫ

E. Eshchenko,
graduate employee, V.N. Karazin Kharkiv National University

NETWORK COMMUNITIES OF ELECTRONIC SPACE IN THE MECHANISM OF INSTITUTIONAL REFORMATION OF THE GLOBAL ECONOMIC SYSTEM

В статье определены факторы институционализации сетевых сообществ электронного пространства и их структура, выделены этапы их развития как нового института хозяйствования и проанализировано их влияние на основные конституирующие нормы рынка.

Institutionalization factors of network communities of electronic space and their structure have been identified. The stages of their formation as a new economic institute have been carried out. Their influence on the basic constitutive rules of the market has been also analyzed.

Ключевые слова: сетевые сообщества, факторы институционализации, доверие, эмпатия, утилитаризм, свобода выбора, легализм.

Key words: network communities, institutionalization factors, trust, empathy, utilitarianism, freedom of choice, legalism.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМЫ

XXI столетие отмечается кардинальными изменениями взаимодействия хозяйствующих субъектов как по масштабам, так и по содержанию и механизмам, что обусловлено лавинообразным развитием информационных технологий. Сегодня значительное количество пользователей сети Интернет объединены различными социальными сетями, которые стали мощным средством воздействия на все стороны жизни общества и вместе с тем становятся перспективным каналом обратного действия. По данным аналитического агентства eMarketer, предполагается, что в 2017 году такие сайты, как Facebook, Twitter, LinkedIn, Google, будут посещать 2,33 млрд пользователей (сейчас это число больше 1,6 млрд) [7].

Формируются новые модели экономического поведения потребителей и новые формы ведения бизнеса с использованием сетевых сообществ (от создания еди-

ной внутренней информационной среды до полной интеграции бизнеса в электронное пространство и внешнего взаимодействия с субъектами рынка через глобальную информационную сеть). Такое динамичное развитие сетевых сообществ и их применение в хозяйственной практике вызывает интерес со стороны экономической науки, требуя теоретического осмысления данного феномена.

АНАЛИЗ ПОСЛЕДНИХ ИССЛЕДОВАНИЙ И ПУБЛИКАЦИЙ

Проблемам сетевой организации экономических взаимодействий посвящены работы С. Паринова, А. Гриценко, А. Неклесса, И. Стрелец, К. Келли. Отношения хозяйствующих субъектов в электронном пространстве рассматриваются в работах Ф. Котлера, И. Трусевича, Дж. Хоу и др. Однако научное осмысление сетевых сообществ как важ-

нейшего института современной хозяйственной жизни еще не осуществлено в полном объеме.

ЦЕЛЬ ИССЛЕДОВАНИЯ

Цель данного исследования: на основе анализа процесса формирования и развития сетевых сообществ электронного пространства выделить этапы становления их как нового института хозяйствования, изменяющего основные конституирующие нормы рынка.

РЕЗУЛЬТАТЫ

Интернет и компьютерные сети стали ключевыми технологиями информационной эпохи, или, по словам Кастельса, "становым хребтом" всех современных обществ по всему миру [3, с. 296]. В электронном пространстве сформировались сетевые сообщества, которые уже играют важную роль в глобальной системе хозяйствования. Их институционализация обусловлена рядом взаимосвязанных факторов, которые рассмотрены ниже.

Материально-технические: развитие информационных технологий, совершенствование механизмов и инструментов мультимедиа, обеспечивающих коммуникационные процессы между людьми.

Технологические: появление новых электронных средств и форм ведения бизнеса, информатизация и компьютеризация хозяйственных процессов.

Экономические: увеличение роли информации в функционировании современных социально-экономических систем. Необходимость ускорения процессов ее производства, накопления и потребления, а также снижения издержек этих процессов. Глобализация хозяйственных процессов и возрастающая неустойчивость и неопределенность экономики, которая приводит к расширению самоорганизующихся социально-экономических систем с широким распространением сетевых структур. Ускорение и ускорение экономических процессов. Во многих фирмах растущая функциональность информационных систем вступает в противоречие с устоявшейся хозяйственной деятельностью. Старые технологические системы вступают в конфликт с новыми техническими принципами. Принципы корпоратизации начинают противоречить необходимости деловой кооперации и новой мотивации труда сотрудников. Возникает необходимость создания новых форм и способов организации взаимодействий между экономическими субъектами для преодоления пространственных и временных ограничений.

Вопросам структуры взаимодействий в рамках концепции сети уделяется особое внимание. Определенным формам экономической деятельности соответствует взаимодействие, которое следует определенным образцам. В узком смысле сеть называют именно особые структуры, состоящие из "узлов" (фирмы, другие экономические субъекты) и совокупности связей между ними. Фактически применение термина "сеть" уместно лишь для структурного анализа, когда локальные взаимодействия рассматриваются через призму их структуры [9, с. 92].

Сетевые взаимодействия являются своего рода противоположностью директивам. Речь идет о самостоятельном, частично автономном взаимодействии лиц, имеющих отношение к какой-либо проблеме. Например, такое может происходить при принятии группового решения или двустороннего, трехстороннего и т.д. обмена данными. В процессе работы каждый участник вынужден самостоятельно принимать решения о выполнении тех или иных действий. Сетевая организация экономической деятельности требует нового мышления руководителей: отказа от всестороннего контроля, перехода к неформальной координации, взаимному доверию [9, с. 92].

В сетевых сообществах пользователи сами передают данные о себе и создают сети, причем в готовом для анали-

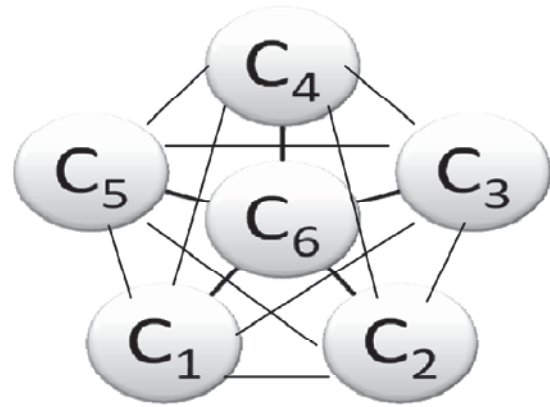


Рис. 1. Взаимоотношения внутри сети

Составлено автором.

за виде. Очевидно, что, объединив личные сети каждого из участников коллективного проекта по построению социальной сети и применив к ним методы анализа графов, можно получить интересные результаты. Перед исследователями предстают качественно новые возможности по анализу бизнеса, политики, различных социологических исследований. Можно оценить популярность отдельных личностей компаний, отследить информационные потоки внутри и между странами [8].

Таким образом, сетевые сообщества электронного пространства отражают отношения каждого с каждым и со всем сообществом в целом, и количество участников сообщества не ограничено, если сеть не закрыта (рис. 1).

Как институт современной хозяйственной системы сетевые сообщества прошли несколько этапов своего становления и зрелости (с точки зрения взаимодействий хозяйствующих субъектов).

Можно выделить четыре основные направления взаимодействия субъектов хозяйствования в электронном пространстве: B2B (фирма фирме), B2C (фирма потребителю), C2B (потребитель фирме) и C2C (потребитель потребителю) [4]. Но роль этих форм коммуникации в развитии хозяйственной системы, их взаимодействие между собой имеют поэтапный характер.

1-й этап: предприниматель формирует отношения в бизнес среде, создает продукт и формирует отношения в электронном пространстве с потребителем (рис. 2) [2, с. 6].

Интернет помогает компаниям действовать быстрее, точнее, с меньшими затратами, расширяет рамки времени и пространства, позволяет кастомизировать и персонализировать предложение. Организации открывают web-сайты с целью распространения информации и продвижения товаров и услуг. Они используют интранет для облегчения внутренней коммуникации между работниками и экстранет для облегчения обмена данными, заказами и платежами с поставщиками и дистрибьюторами.

2-й этап: данный этап характеризуется тем, что связи с бизнес партнерами все больше обуславливаются связями с клиентами (их интересами, ценностями и потребностями).



Рис. 2. Первый этап институционализации сетевых сообществ электронного пространства

Составлено автором.

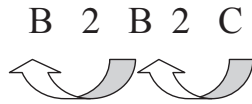


Рис. 3. Второй этап институционализации сетевых сообществ электронного пространства

Составлено автором.

Активно развивается обратная связь (от потребителя к производителю) (рис. 3) [2, с. 6].

3-й этап: на данном этапе потребитель активно общается с другими потребителями в сетевых сообществах, что позволяет ему корректировать свои ценности и предпочтения, и после этого уже выбирает и строит свои отношения с представителями бизнеса (под влиянием сформировавшихся в С2С мнений) (рис. 4) [2, с. 6].

Проходя все эти этапы, сетевые сообщества электронного пространства меняют конституирующие нормы рынка (по Олейнику) [6]:

1. Нарастание континуума потенциальной свободы выбора. Сетевые сообщества позволяют человеку не только найти информацию о том или ином товаре, услуге, производителе, но и рассмотреть и выбрать оптимальный из множества вариантов удовлетворения своей потребности. Если раньше необходимо было приложить усилия по поиску вариантов, то теперь эти варианты сами "находят" потенциального потребителя [2, с. 6].

2. Норма эмпатии. "Индивид действует на основе эмпатии, когда он ставит себя на место контрагента и пытается понять его ощущения, интересы и намерения" [6]. Здесь следует разделять, с одной стороны, желание понять ощущения другого на основе аффекта, личной привязанности и симпатии и, с другой стороны, эмпатию как элемент целерационального действия. В первом случае речь идет о психологическом феномене, который по определению ограничен узким кругом близко знакомых лиц. В последнем же случае "индивид пытается встать на лишнюю эмоциональную окраску позицию контрагента: продавца, покупателя, кредитора, любого другого субъекта рыночных отношений" [6]. Например, когда производитель старается выяснить отношение потенциального покупателя к его продукции, пытается увидеть ее глазами покупателя. Сетевые сообщества меняют не саму суть, но механизм "работы" нормы эмпатии: теперь потребитель сам предоставляет необходимую информацию о своих нуждах, желаниях и потребностях, что облегчает, ускоряет и снижает затраты действий производителя на основе эмпатии [2, с. 6].

Характерным примером может служить краудсорсинг (термин был введен в 2006 г. Джеффом Хау и Марком Робинсоном) [11]. Краудсорсинг — это "инновация с расчетом на пользователя", при которой компании-производители полагаются на пользователей не только в вопросе формулировки потребностей, но и в определении изделий и усовершенствований, которые бы удовлетворили эти потребности [10].

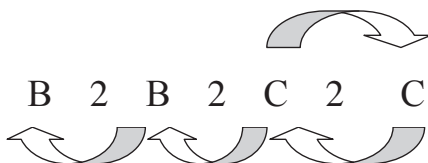


Рис. 4. Третий этап институционализации сетевых сообществ электронного пространства

Составлено автором.

3. Норма доверия. Доверие заключается в "ожидании определенных действий окружающих, которые влияют на выбор индивида, когда индивид должен начать действовать до того, как станут известными действия окружающих". На рынке доверие контрагентов воплощается в деперсонифицированной форме, так как круг участников сделок не ограничен лично знакомыми людьми. Товар "говорит" сам за себя, репутация производителя является залогом качества и надежности. Однако в глобализирующемся мире товары все чаще подделывают, повышаются затраты на идентификацию качества желаемого товара. Все это подрывает доверие. Сетевые же сообщества восстанавливают норму доверия, персонифицируя "деперсонифицированное" доверие в специфической форме [2, с. 7].

4. Норма утилитаризма. Норма рыночной конституции — это сложный утилитаризм (когда индивид максимизирует свою полезность, осуществляя продуктивную деятельность) в отличие от простого утилитаризма (когда индивид пытается максимизировать свою полезность не основываясь на своей продуктивной деятельности) [6]. Современные ИКТ и сетевые сообщества воспроизводят этот институт в специфической форме: происходит своеобразное дополнение сложного утилитаризма, когда индивид может максимизировать полезность за счет присвоения информации, то есть без обязательного увеличения собственной продуктивности — в сетевой экономике такая максимизация возможна за счет сетевых эффектов (такого свойства сетевых сообществ как эмерджентность) [1].

Например, краудкастинг (crowdcasting) — распространение информации о проблеме среди широкой аудитории в тайной надежде, что кто-нибудь сможет ее решить), краудфандинг (crowdfunding) — это коллективное сотрудничество людей (доноров), которые добровольно объединяют свои деньги или другие ресурсы вместе, как правило через Интернет, чтобы поддержать усилия других людей или организаций (реципиентов)). Эволюция рынка краудфандинга была исключительной за последние несколько лет: от 530 млн долл. США, полученных с 200 платформ по всему миру в 2009 г. до 2,7 млрд долл. США от 600 платформ в 2012 г. [5].

5. Норма легализма — уважение к законам и готовность добровольно подчиняться им [6]. Сетевые сообщества начали развиваться на основе неформальных правил, складывающихся в них. И поскольку люди непосредственно участвуют в создании этих правил и чтобы гармонично существовать в сетевом сообществе, увеличивая ценность сети, они добровольно их соблюдают. То есть легализм распространяется на неформальные правила [2, с. 7].

Таким образом, если в самом начале становления сетевых сообществ создателями дискурса были сами участники, первопроходцы и собственно строители этих сообществ, первоначальным интересом которых был сам процесс, технология и жизнедеятельность сообществ, то постепенно наряду с распространением явления и привлечением широких масс содержательность и ценность самих сетевых сообществ росла. Данная тенденция развивалась параллельно с общими закономерностями развития всего Интернет-сообщества, которые в итоге привели к формированию Интернета нового поколения — так называемого Web 2.0. Общая идея новой платформы может быть выражена триадой "активность, интеграция и свобода самовыражения". Постепенно увеличивалась возможность реального участия пользователей в формировании содержания виртуального пространства.

Таким образом, сетевые сообщества электронного пространства как институт предполагает взаимоотношения между всеми сетями, внутри каждой сети и определяющей ролью отношений С2С.

ВЫВОДЫ

Подводя итог, следует отметить, что на формирование и развитие сетевых сообществ электронного пространства повлияли технологические, материально-технические экономические факторы. Что касается структуры таких сообществ, то она отражает отношения каждого с каждым и со всем сообществом в целом (посредством направленных и ненаправленных связей). Сетевые сообщества электронного пространства в своем развитии прошли несколько этапов институционализации с точки зрения соотношения основных форм взаимодействия субъектов хозяйствования (1. Отдельное (параллельное) развитие отношений В2В и В2С. 2. Активное использование обратной связи с клиентами — С2В, что в свою очередь определяет отношения В2В. 3. Определяющая роль отношений С2С в системе хозяйственных взаимосвязей). Кроме того, сетевые сообщества электронного пространства изменяют такие конституирующие нормы рынка, как свободу выбора, доверие, эмпатию, легализм и утилитаризм. Все это свидетельствует о становлении данных сообществ как драйверов институциональных трансформаций в глобальной экономике. А их постоянное динамичное развитие и все большая имплементация в хозяйственные практики обуславливают необходимость их дальнейшего исследования.

Литература:

1. Ещенко Е.О. Сетевые сообщества как категория экономической науки / Е.О. Ещенко // Инвестиції: практика та досвід. — 2012. — № 22. — С. 67—69.
2. Ещенко Е.О. Сетевые сообщества — драйверы институциональных трансформаций глобальной хозяйственной системы / Е.О. Ещенко // Экономика и финансы. — 2014. — № 10. — С. 3—8.
3. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс; под ред. О.И. Шкаратана. — М.: ГУ ВШЭ, 2000. — 608 с.
4. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс. 2-е изд. / Пер. с англ. под ред. С.Г. Божук. — СПб.: Питер, 2006. — 464 с.
5. Краудфандинг создаст 96-миллиардный поток долл [Электронный ресурс]. — Материал с сайта ИА "Агентство промышленной политики". — Официальный веб-сайт. — Режим доступа: <http://minprom.ua/digest/139047.html>.
6. Олейник А.Н. Институциональная экономика: учебное пособие / А.Н. Олейник. — М.: ИНФРА-М, 2002. — 416 с.
7. Прогноз темпов роста числа пользователей социальных сетей [Электронный ресурс]. — Материал с сайта <http://2014god.com/>. — Официальный веб-сайт. — Режим доступа: <http://2014god.com/prognoz-rosta-polzovatelej-socsetej/>
8. Прохоров А. Социальные сети и Интернет [Электронный ресурс] / А. Прохоров // КомпьютерПресс. — 2006. — № 10. — Режим доступа: <http://www.compress.ru/article.aspx?id=16723&iid=776>
9. Тишина В.Н. Особенности сетевых взаимодействий экономических субъектов [Электронный ресурс] / В.Н. Тишина // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Экономика и менеджмент. — 2011. — № 41. — С. 90—94. — Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-setevyh-vzaimodeystviy-ekonomicheskikh-subektov>
10. Трусевич И.В., Трусевич И.П. Краудсорсинг в разработке икт-проекта по формированию перспективного резерва кадров [Электронный ресурс] / И.В. Трусевич, И.П. Трусевич // Инновационные образовательные технологии. — 2011. — № 4. — Режим доступа: http://media.miu.by/files/store/items/iot/28/iot_28_2011_4.pdf
11. Jeff Howe The Rise of Crowdsourcing [Электронный ресурс] / Jeff Howe // Wired Magazine. — 2006. — June. — P. 1—5. — Режим доступа: <http://www.crowdsourc>

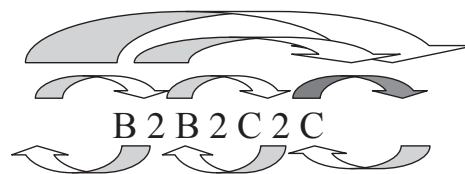


Рис. 5. Современный этап институционализации сетевых сообществ электронного пространства

Составлено автором.

rcingverband.de/wp-content/uploads/2013/01/Jeff-Howe_The-Rise-of-Crowdsourcing-.pdf

References:

1. Eshchenko, E. (2012), Setevye soobschestva kak kategoriya ekonomicheskoi nauki [Network communities as a category of economic science]. Investitsii: praktika ta dosvid, 22, 67-69 [in Russian].
2. Eshchenko, E. (2014), Setevye soobschestva — draivery institutsyonalnykh transformatsyi globalnoi khoziaystvennoi sistemy [Network communities — drivers of institutional transformation of the global economic system]. Economica i Finansy, 10, 3—8 [in Russian].
3. Castells, M. (2000), Informatsionnaia epokha: ekonomika, obshchestvo i kultura [The Information Age: Economy, Society and Culture]. Moscow: GU VSHE [in Russian].
4. Kotler, Ph. (2006), Marketing menedzhment. Ekspresskurs [Marketing management. Express course]. St.Petersburg: Piter [in Russian].
5. Kraudfanding sozdast 96-milliardnyi potok dollarov [Crowdfunding will create a 96-billion dollars flow]. minprom.ua Retrieved from: <http://minprom.ua/digest/139047.html> [in Russian].
6. Oleinik, A. (2002), Institutsyonalnaia ekonomika [Institutional Economics]. Moscow: INFRA-M [in Russian].
7. Prognoz tempov rosta chisla polzovatelei sotsialnykh setei [Forecast of growth in the number of social network users]. <http://2014god.com/> Retrieved from: <http://2014god.com/prognoz-rosta-polzovatelej-socsetej/> [in Russian].
8. Prokhorov, A. (2006), Sotsialnye seti i Internet [Social Networks and the Internet]. KomputerPress — ComputerPress, 10. Retrieved from: <http://www.compress.ru/article.aspx?id=16723&iid=776> [in Russian].
9. Tishina, V. N. (2011), Osobennosti setevykh vzaimodeistvii ekonomicheskikh subjektov [Features of the network of interactions of economic actors]. Vestnik Yuzhno-Uralskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomika i menedzhment — Bulletin of the South Ural State University. Series: Economics and Management, 41, 90—94. — Retrieved from: <http://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-setevyh-vzaimodeystviy-ekonomicheskikh-subektov> [in Russian].
10. Trusevich, I.V., Trusevich, I.P. (2011), Kraudsorsing v razrabotke ikt-proekta po formirovaniu perspektivnogo rezerva kadrov [Crowdsourcing in the development of ICT-project of long-term personnel reserve building]. Innovatsionnye obrazovatelnyeologii — Innovative educational technologies, 4. Retrieved from: http://media.miu.by/files/store/items/iot/28/iot_28_2011_4.pdf [in Russian].
11. Jeff Howe (2006), The Rise of Crowdsourcing. Wired Magazine, June, 1—5. Retrieved from: http://www.crowdsourcingverband.de/wp-content/uploads/2013/01/Jeff-Howe_The-Rise-of-Crowdsourcing-.pdf [in English].

Стаття надійшла до редакції 19.01.2015 р.