

НОВА ЕКОНОМІКА: ОСОБЛИВОСТІ, ПРОБЛЕМАТИКА, ПРІОРИТЕТИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

*Зомчак Л.М., к.е.н., доцент, доцент кафедри економічної кібернетики,
Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів, Україна*

Вдовин М.Л., к.е.н., доцент, доцент кафедри статистики,

Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів, Україна

*Романич І.Б., к.е.н., доцент кафедри менеджменту організацій, Львівський інститут
Міжрегіональної академії управління персоналом, м. Львів, Україна*

Події останніх років, які мали в економіці, стали підтвердженням тези про те, що світ бізнесу стоїть на порозі революційних змін. Сучасні теорії управління переорієнтовуються на відповідність новим тенденціям розвитку економіки. На початку XXI століття в економіці відбуваються структурні зрушення, спричинені стрімким розвитком комунікаційних та обчислювальних технологій. Хоча ці зміни й позитивні по суті, однак управлінці навіть вищих ланок виявились неготовими до них. Сьогодні вже можна констатувати, що ці зміни не лише відбуваються, але й пришвидшуються під впливом швидких технологічних інновацій глобалізації бізнесу, і, не в останню чергу, поширенням Інтернету та електронної комерції. За нових умов зовнішнього середовища виявляється, що старі базові припущення та бізнес-моделі неадекватно описують дійсність, тому нема сенсу їх застосовувати у вирішенні проблем, але є гостра необхідність розробки нових теорій.

Термін «нова економіка» ввійшов до активного наукового обігу наприкінці XX століття на противагу класичній економіці, однак донині так і не сформувалось єдине визначення цього поняття. Чи не вперше цей термін був вжитий Г. Мінзом ще у 40-их роках однак змістове навантаження поняття було зовсім іншим: «Нова економіка, з точки зору дослідника, виступає як економіка домінування великих корпоративних підприємств, економіка недосконалої конкуренції, дрейфу від цін, що встановлюються стихійним ринком, до негнучких цін, що адмініструються корпораціями» [1]. Повернення терміну у науковий обіг в середині 80-их супроводжувалось уже зовсім іншим змістом.

Серед характерних рис нової економіки варто виділити глобалізаційні та інтеграційні процеси у світовій економіці, зміну методів ведення бізнесу та перехід до принципів керування системи із самонавчанням, глибоке проникнення інформаційних технологій у бізнес і, як наслідок, зростання електронної комерції, інноваційна зорієнтованість компаній, що у свою чергу сприяє посиленню конкуренції та зростанню ролі нематеріальних активів і людського капіталу. Тісний зв'язок традиційного сектора економіки із новими елементами надає економічній системі принципово нової якості. Отже, можна сказати, що нова економіка – це економіка знань, нових інформаційних технологій, нових бізнес-процесів, що забезпечують лідерство та конкурентність. Цей термін близький за значенням до поняття «постіндустріальне суспільство». У контексті теорії економічних циклів

Н.Д. Кондратьєва це поняття описує період, проміжний між індустріальним та постіндустріальним суспільними устроями. Більш широко трактувати процеси, властиві економіці знань, такі учені, як В.І. Вернадський, Е. Тофлер, М. Кастельс, тощо.

Дослідження особливостей «нової економіки» показало, що їй більш властиві характеристики не механічних систем, а радше біологічних, тому для їх аналізу цілком логічним виглядає застосування методів природничих наук. Серед останніх слід виділити напрямок «математична фізика». Очевидно, що механічне перенесення фізичних підходів на економіку неможливо, при цьому обов'язково необхідно враховувати особливості та соціальні складові економіки. Існує декілька наукових підходів, у межах яких зроблено спробу адаптувати фізичні методи нелінійної динаміки до економічної бази. Серед них економічна синергетика, еконофізика, еволюційна економіка, теорія складності тощо. У контексті еконофізики нову економіку досліджено у статті Н. Гончарової, А. Степанова, І. Каруліна та А. Куливеця [2].

Якщо розглядати нову економіку з позиції типу залежностей у динаміці процесів та явищ, які маю місце в таких економіках, то чи не найбільше уваги цьому питанню приділено у роботах М. Кастельса. Відхід від лінійного способу мислення цілком відповідає інформаційно-технологічній парадигмі, запропонованій відомим соціологом М. Кастелсом у праці «Інформаційна епоха: економіка, суспільство, культура» [3]. В умовах інформаційного суспільства нелінійний характер взаємозв'язків, їх високий рівень динаміки та невизначеності, що є обов'язковими характеристиками нової економіки, проявляється особливо яскраво.

В умовах нової економіки суспільство залишається капіталістичним, але змінюється його технологічна база з енергетичної на інформаційну. Інформація набуває первинної ваги у визначенні продуктивності економіки. І хоча мережі не є новою формою соціальної інформації, за таких умов вони стають «ключовою характеристикою соціальної морфології» [4], що в економіці відображається у зсуві від вертикальної до горизонтальної структури управління. В економічній теорії перехід до мережевої економіки відображається у зміні об'єкта дослідження від окремої фірми як організаційної одиниці до мережі фірм. Якщо індустріальна економіка базувалась на оцінюванні вартості від виробника до споживача, то за інформаційної економіки у цей ланцюг включаються додаткові позиції, такі як дизайнери, оператори тощо. Очевидно, що інформаційна чи нова економіка потребує більшої кількості високоосвічених працівників, ніж економіка індустріальна [5, 6].

Інформаційна економіка характеризується високим рівнем конкуренції за умов швидких змін у зовнішньому середовищі, швидких технологічних змін та невизначеності. Фірми стикаються із потребою постійно відслідковувати зміни зон конкурентного впливу та застосовувати інновації. Необхідність когерентної інтеграції соціальної, економічної та інформаційної мереж вимагає нового, міждисциплінарного наукового підходу до їх аналізу. Базовою концепцією для міждисциплінарних досліджень складних організаційних утворень у мережевій економіці та мережевому

суспільстві, для пояснення динаміки мережевих систем на різних рівнях аналізу від мікро- до макрорівня може стати теорія складності та нелінійної динаміки.

Список літератури:

1. Білоцерківець В.В. Екогенетичні засади визначення сутності економіки як інноваційної / В.В. Білоцерківець, О.О. Завгородній // Бюлетень Міжнародного Нобелівського економічного форуму. - 2010. - № 1 (3). - Том 1. – С. 29 - 37
2. Гончарова Н. «Новая экономика» в контексте эконифизики / Н. Гончарова, А. Степанов, И. Карулин, А. Куливец // Вісник МНТУ. – Серія економіка. - № 2 (5). – С. 37 - 44.
3. Castells M. The rise of the network society, the information age: economy, society and culture / Castells M. – Cambridge, MA; Oxford, UK: Blackwell. – 2009. – 656 p.
4. Merali Y. Using Complexity Science to effect a paradigm shift in Information Systems for the 21st century / Merali Y., McKelvey B. // Journal of Information Technology. – 2006. – №. 21. – P. 211 – 215.
5. Егорычев С.А. Основные тенденции и механизмы постиндустриального развития экономики / С.А. Егорычев // Вестник Оренбургского государственного университета. – 2010. – № 8 (114). – С. 60 - 63.

ЦІНОВА ДИСКРИМІНАЦІЯ В КОНТЕКСТІ ТЕОРІЇ МОНОПОЛІЇ

*Рудич О.А., аспірант кафедри фінансів і банківської справи,
ПНТУ імені Юрія Кондратюка, м. Полтава, Україна*

Уперше термін «цінова дискримінація» увів французький економіст Ж. Дюпюї. Він створив плацдарм, на основі якого розвивалася ідея, представлена в сучасному вигляді учнем А. Маршалла А. Пигу. Ж. Дюпюї, що представив свою концепцію в ХІХ столітті, описав у ній всі основні моменти, головним з яких є те, що компанія продає той самий товар за різною ціною [1]. Його ідея була пізніше розвинена економістом Д.Ларднером, який у своїх працях пильну увагу приділив еластичності попиту, а цінову дискримінацію розглядав як досить ефективний засіб по збільшенню прибутку компанії [2].

Обговорення проблеми цінової дискримінації проводиться звичайно в контексті теорії монополії, однак це - не єдина ринкова структура, в якій зустрічається таке явище. Будь-яка фірма, здатна призначити ціну на свою продукцію, якщо вона в змозі розділити потенційних покупців в залежності від еластичності попиту, а ці останні в принципі позбавлені можливості перепродувати свою продукцію, рано чи пізно стикаються зі спокусою скористатися стратегією цінової дискримінації [3].

Для здійснення цінової дискримінації необхідні певні умови: фірма має деяку монопольну владу, покупці чи продавці легко ідентифікуються, товар чи послуга, щодо