

ԷԼԵԿՏՐՈՆԱՅԻՆ ԿԱՄ ԹՎԱՅՆԱՑՎԱԾ ԲԻԶՆԵՍԻ ԶԱՐԳԱՑՄԱՆ ՀԻՄՆԱԽՆԴԻՐՆԵՐՆ ՈՒ ՄԱՐՏԱՀՐԱՎԵՐՆԵՐԸ

Արման ՆԱՎԱՍԱՐԴՅԱՆ

ԵԿՏՍՍ Տնտեսագիտության և կառավարման ամբիոնի հայցորդ

Բանալի բառեր. էլեկտրոնային բիզնես, համացանց, թվայնացված տնտեսություն

Համացանցը տեղեկատվության փոխանակման որակական նոր հնարավորություններով արդեն վաղուց ներխուժել է տնտեսական ու սոցիալական գործունեության ոլորտներ: Դրա շնորհիվ մարդկային քաղաքակրթությունը ի թիվս այլ բազմաթիվ ձեռքբերումների ի հայտ բերեց նաև էլեկտրոնային կամ հեռահաղորդակցության առցանց տնտեսության կամ թվայնացված տնտեսություն հասկացությունը, այն է՝ համացանցի միջավայրում իրական ժամանակի ռեժիմով տնտեսական գործունեության իրականացնելու հնարավորությունը: Այն հանդիսանում է հետինդուստրիալ հասարակության հայեցակարգի կառուցման, այդ թվում ցանցային տեխնոլոգիաների հենքը, որի գիտական հետազոտությունների հիմքը դրվեց անցած դարի է 60-70-ական թվականներին: Դրա տեսաբանների շարքում են Դ. Բելը¹, Պ. Դրակերը², Ջ. Գելբրեյտը³, Է. Տոֆլերը⁴, Մ. Կաստելսը⁵, Ֆ. Ֆուկույաման⁶ և ուրիշներ: Այդ հայեցակարգային մտեցումներով առաջ քաշվեց նաև «տեղեկատվական հեղափոխության» գաղափարը և խնդիր դրվեց վերլուծել դրա հնարավոր հետևանքները: Հարկ է նշել, որ այդ հայեցակարգային մտեցումները շատ արագ դարձան իրականություն և մարդկությունը թևակոխեց նոր՝ հետինդուստրիալ տեղեկատվական հենքի վրա հիմնված դարաշրջան, որի առհավատյան էլեկտրոնային առցանց տնտեսությունը կամ թվայնացված

¹ Տե՛ս՝ Белл. Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования, М.: Academia, 2004. 788 стр. rema44.ru/resurs/conspcts/all2014/bell.doc
Տե՛ս՝ [Белл Д. - Грядущее постиндустриальное общество,](http://platona.net/load/knigi_po_filosofii/sociologija/bell_d_grjadushhee_postindustrialnoe)

http://platona.net/load/knigi_po_filosofii/sociologija/bell_d_grjadushhee_postindustrialnoe
² Տե՛ս՝ Друкер, Питер, Ф. Задачи менеджмента в XXI веке. М.: «Вильямс», 2004. – 272 с.,
www.nsu.ru/xmlui/bitstream/handle/nsu/9031/druker_managementXXI_ru.pdf

³ Տե՛ս, ДЖОН ГЭЛБРЕЙТ. НОВОЕ ИНДУСТРИАЛЬНОЕ ОБЩЕСТВО. ГЛАВА XXXV. БУДУЩЕЕ ИНДУСТРИАЛЬНОЙ СИСТЕМЫ, [Гуманитарные технологии](http://gtmarket.ru/laboratory/basis/5021/5056), [Гуманитарная библиотека](http://gtmarket.ru/laboratory/basis/5021/5056), <http://gtmarket.ru/laboratory/basis/5021/5056>

⁴ Տե՛ս՝ Тоффлер Элвин - Третья волна, (Новая конфигурация будущего), стр.
http://royallib.com/book/toffler_elvin/tretya_volna.html

⁵ Տե՛ս՝ Мануэль Кастельс, Информационная эпоха,
<http://eelmaa.net/dld/blog/kastelsinfoep.pdf>

⁶ Տե՛ս՝ Фукуяма, Ф. Сильное государство: Управление и мировой порядок в XXI веке: М.: ХРАНИТЕЛЬ, 2006. http://yanko.lib.ru/books/politologiya/fukuyama-state_building--ru-2007-1.

տնտեսությունն է: Համացանցի առցանց բիզնես հարթակը խորը ազդեցություն և հետք թողեց տնտեսական զարգացումների և մասնավորապես բիզնեսի կառուցվածքի վրա: Համացանցը տնտեսվարողին ազատում է տարաբնույթ ու բազմաթիվ տնտեսական, ինչպես նաև սոցիալ-քաղաքական սահմանափակումներից, բազմապատկելով նրա արդյունավետությունը և նրանց համար բացում է տնտեսական զարգացման պոտենցիալ նոր հեռանկարներ: Գլոբալացման և համացանցային տեխնոլոգիաների շնորհիվ փոքր ձեռնարկությունները խոշորների կողքին կարող են իրենց տեղը գտնել ազգային սահմաններ չունեցող քլաստերների շղթայում: Ինչևիցէ չպետք է մոռանալ, որ համացանցի ինդուստրիան պահանջում է հարմարեցման (ադապտացման) համեմատաբար երկարատև ժամանակ և հաճախ կախված է թանկարժեք տեխնոլոգիաների և ենթակառուցվածքների առկայությունից:

Հարկ է նշել, որ էլեկտրոնային կամ թվայնացված բիզնեսի (այսուհետև տեքստում ԹԲ) մատրիցը այնքան է խորացել և տարածվել, որ խիստ նեղացրել է ավանդական բիզնեսի սահմանները և վերջինս մաքուր տեսքով այլևս գոյություն չունի: Միևնույն ժամանակ, էլեկտրոնային կամ ԹԲ-ն գրավում է նոր հարթակներ և «տարածքներ», որն, իր հերթին, առաջացնում է նոր մարտահրավերներ: Այդ առումով ԹԲ-ն որոշակիորեն փոխակերպում է ավանդական տնտեսության հիմքերը: Թվայնացված տնտեսության զարգացման հիմնախնդրի հետազոտության առումով կարևոր են մի քանի առանցքներ, մասնավորապես՝ ա) ինչ հիմքով է կառուցվում ԹԲ-ն, բ) ինչ առավելություններ է ներմուծում ավանդական բիզնեսում, գ) ինչ պոտենցիալ և հեռանկարներ այն կարող է դեռևս բացել, դ) ինչ մարտահրավերներ է այն ստեղծել և դեռ կարող է առաջացնել: Նշված խնդիրների առումով կարևոր է նաև այն, որ ԹԲ-ը առավել կայուն է ճգնաժամերի նկատմամբ: ՏՀԶԿ-ի ուսումնասիրության համաձայն, ֆինանսատնտեսական վերջին ճգնաժամը էապես չի ազդել հեռահաղորդակցության և ՏՏ ոլորտի աշխարհի առաջին 250 ընկերությունների եկամուտների վրա, չնայած վերջիններս էապես կործատել են հետազոտական և մշակումների վրա կատարվող ծախսերը⁷: էլեկտրոնային կամ ԹԲ-ի հիմքում ՏՏ և հեռահաղորդակցության գործիքակազմն է: Այն նպատակաուղղված է գործարար կազմակերպությունների, ներառյալ՝ արտադրողների, մատակարարների և դրանց գործընկերների, սպառողների ու հաճախորդների կառուցվածքային, կազմակերպական, տեղեկատվական ձևաչափերի և խնդիրների նոր որակական լուծմանը: Այն մի-

⁷ Measuring Digital Economy OECD (2014), A new perspective, page 16, <http://ec.europa.eu/eurostat/documents/341889/725159/OECD+Manual+Measuring+the+Digital+Economy/6418c566-4074-4461-9186-9ad509bc4a4d>
<http://ec.europa.eu/eurostat/documents/341889/725159/OECD+Manual+Measuring+the+Digital+Economy/6418c566-4074-4461-9186-9ad509bc4a4d>

աժամանակ միտված է ապրանքների և ծառայությունների ծախսերի նվազեցմանն ու որակի բարելավմանը և էականորեն մեծացնում է բիզնես գործընկերների գործարար հաղորդակցության, մատակարարման (առաքման), վճարահաշվարկային գործառնությունների որակն ու արագությունը: ԹԲ-ն առաջին հերթին ենթադրում է գործարար տեղեկատվության թղթային փոխանակումից անցում էլեկտրոնայինին, որի համար օգտագործվում են հետևյալ միջոցները. ա) տվյալների էլեկտրոնային փոխանակման համակարգեր (Electronic data exchange (EDI)), բ) էլեկտրոնային փոստի կիրառում (e-mail), գ) դրամական միջոցների էլեկտրոնային փոխանցում (Electronic fund transfer (EFT)), դ) բիզնես հայտարարությունների «էլեկտրոնային ցուցատախտակ» (Electronic bulletin boards), ե) ցանցային այլ տեխնոլոգիաների կիրառում: Էլեկտրոնային հարթակում բիզնես գործարքները կատարվում են մի քանի ձևաչափերով, մասնավորապես՝ «բիզնես-բիզնես», բիզնես-հաճախորդ», «սպառող - սպառող» կամ «սպառող-բիզնես» ձևաչափերով⁸: ԹԲ-ն բարձրացնում է բիզնեսի արդյունավետությունը կազմակերպության ներքին, ինչպես նաև արտաքին միջավայրում: Ժամանակագրական առումով էլեկտրոնային կամ թվայնացված տեխնոլոգիաները բիզնեսը սկզբում ներդրեց կազմակերպության ներքին կազմակերպական խնդիրների և գործառնությունների փախակերպման և կատարելագործման համար: Դրանք կիրառվեցին ֆինանսական հաշվետվությունների և հաշվապահական հաշվառման վարման, այնուհետև ֆունկցիոնալ և տարածքային ստորաբաժանումների միջև իրականացվող գործառնությունների ձևաչափը փոխելու և արդյունավետությունը բարձրացնելու համար: Սխեմատիկ առումով այդ փուլերին հետևեց էլեկտրոնային կամ թվայնացված տեխնոլոգիաների կիրառումը արտաքին միջավայրում՝ բիզնես գործընկերների, սպառողների ու հաճախորդների գործարար հարաբերությունների տարաբնույթ խնդիրները լուծելու համար, մասնավորապես՝ բիզնես հաղորդակցության, մարքեթինգային, այդ թվում գովազդի, մատակարարման, վճարումների և այլ խնդիրների համար:

Վերը նշվածի առումով անհրաժեշտ է տարբերակել *կազմակերպության ռեսուրսների ծրագրային պլանավորում* ԿՌԾՊ (Enterprise resource planning (ERP)) և էլեկտրոնային կամ ԹԲ (E-commerce (electronic commerce or EC)) կատեգորիաները: ԿՌԾՊ-ն դա բիզնես գործառնությունների ծրագրային կառավարում է, որը թույլ է տալիս կազմակերպությանը օգտագործել բիզնեսի ծրագրային ինտեգրված համակարգ և ավտոմատացնել կազմակերպության կառավարչական և հաշվետվողական գործառնություններ իրականացնող ստորաբաժանումների (կամ «back office»-ի) բազմաթիվ գործա-

⁸ Տես՝ What are the difference between ERP and E-commerce? Quora, <https://www.quora.com/What-are-the-difference-between-ERP-and-E-commerce>

ռույթներ, որոնք կապված են տեխնոլոգիաների, ծառայությունների և մարդկային ռեսուրսների կառավարման հետ: ԿՈՇՊ-ի մոտ կատեգորիաներից է կառավարման ծրագրային տեղեկատվական համակարգը ԿՄՏՀ (MIS (Management Information System)), որն ուղղակի կապված է կազմակերպության տարբեր մակարդակների հաշվետվությունների ձևավորման հետ: Տրվյալների ներմուծվում են համակարգում ստացված հաշվետվություններից, ըստ յուրաքննաչուրին տրված օգտվելու հնարավորության աստիճանից դրանից կարող են օգտվել բազմաթիվ վերջնական օգտագործողներ: Ի դեպ ԿՈՇՊ-ում դրանք սահմանափակ են և նախատեսված են միայն այդ համակարգի օգտվողների համար: Տեղեկատվություն տարածումը կամ ստացումը անհատ օգտագործողներին հասանելի է միայն այն անձանց ովքեր լիազորված չեն խմբագրել կամ փոխել այն: Նրանք կարող են միայն օգտագործել դրանք դիտելով կամ տպել սահմանված ձևաչափերով⁹: ԿՈՇՊ-ի մոտ կատեգորիաներից է նաև պահեստի ծրագրային կառավարման համակարգը ՊՄԿՀ (Warehouse Management System (WMS)), որը պահեստների, մեծածախ առևտրի, դիստրիբուցիայի, մատակարարման շղթայի բիզնեսի առանցքային կարևոր բաղադրիչն է, առանց որի այդ բիզնեսների գործառնությունը արդի պայմաններում անհնարին է: Ներկայումս ժամանակակից ԿՈՇՊ-ի ծրագրային լուծումները ամբողջությամբ ներառել են ՊՄԿՀ-ն¹⁰:

Վերը նշվածի հետ կապված ԿՈՇՊ-ի բնորոշ հայտանիշներն են. հեռահաղորդակցության և SS (ՀՏՏ) ծրագրային գործիքների կիրառումը ներկայումս կերպական խնդիրների համար, ներառյալ՝ ա) ֆինանսական հաշվետվությունների և հաշվապահական հաշվառման վարման նպատակով, բ) կազմակերպության հսկողական, աուդիտի և վերահսկողական գործառնությունների իրականացման համար, գ) անձնակազմի կառավարման խնդիրների արդյունավետ լուծումների համար, դ) կազմակերպության ֆունկցիոնալ և տարածքային ստորաբաժանումների միջև իրականացվող բիզնես գործառնությունների նպատակով, ե) օգտագործվող ռեսուրսների, այդ թվում պաշարների արդյունավետ կառավարման համար (հումքի, նյութերի ու պատրաստի արտադրանքի կառավարման ավտոմատացում): ՀՏՏ միջոցները հնարավորություն են տալիս վերը նշված գործառնությունների իրականացման ընթացքում դրանց կառավարումը դարձնել առավել արդյունավետ և սպասարկման համար առավել դյուրին, հաշվետվությունները գեներացնել ակնթարթորեն՝ ըստ անհրաժեշտության: Էլեկտրոնային կամ ԹԲ-ը դա այլ հարթակ է և այն պետք չէ նույնականացնել ԿՈՇՊ-ի հետ: ԹԲ-ի բնորոշ արտաքին կազմա-

⁹ What is the difference between ERP and MIS? Quora, <https://www.quora.com/What-is-the-difference-between-ERP-and-MIS>

¹⁰ Gligor Chavdarov, What is the difference between ERP and WMS? Quora, <https://www.quora.com/What-is-the-difference-between-ERP-and-WMS>

Կերպական հայտանիշները ևս հիմնված են ՀՏՏ կիրառմամբ ստացվող արդյունքների վրա, դրանք են. ա) *ծառայությունների 24 ժամ և 7 օր հասանելիությունը*: ԹԲ-ը ավտոմատացնում է կազմակերպությունների սպառողներին ու հաճախորդներին մատուցվող բազմաթիվ ծառայությունների գործընթացները: Այն հասանելի է դառնում ցանկացած ժամանակ և վայրում, բ) *վճարումների ոչ կանխիկ համակարգերի կիրառումը*, ներառյալ էլեկտրոնային վճարումների տարբեր համակարգերը՝ տարբեր քարտեր և այլ ժամանակակից էլեկտրոնային վճարային համակարգեր, գ) *մարքեթինգի ներառյալ գովազդի հնարավորությունների բազմապատկում*, բիզնեսների առանձին ապրանքների և ծառայությունների գովազդի հնարավորությունների ընդլայնում, ապրանքների և կամ ծառայությունների մարքեթինգի ավելի լավ կառավարմանը, դ) *հաղորդակցության էական բարելավում* գործընկերների և հաճախորդների հետ արագ, արդյունավետ, հուսալի հաղորդակցության հնարավորություն և արդյունավետ կապուղիների օգտագործում, ե) *իրացման (կամ վաճառքների) բարելավում*: ԹԲ-ը հնարավորություն ստեղծում ապրանքների պատվերները գեներացնել ցանկացած ժամանակ, ցանկացած վայրում, առանց որևէ մարդկային միջամտության: Այն մեծ խթան է հաղորդում վաճառքի ծավալների աճին, գ) *իրացման էական աջակցությունը*: ԹԲ-ը ապահովում է նախաառաքման (վաճառքի) և հետառաքման (վաճառքի) փուլերի տարաբնույթ աջակցությանը, դրանով իսկ տրամադրելով առավել որակյալ ծառայություններ հաճախորդներին: Հարկ է նաև տարբերակել էլեկտրոնային կամ ԹԲ (E-commerce) և էլեկտրոնային մարքեթինգ (E-marketing) հասկացությունները: ԹԲ-ը, ինչպես վերը նշվեց, դա առաջին հերթին էլեկտրոնային եղանակով կամ հեռահաղորդակցության, առաջին հերթին համացանցի, միջոցով ուղղակի իրականացվող առևտուրն է, իսկ էլեկտրոնային մարքեթինգը դա կրկին հեռահաղորդակցության, հիմնականում նույնպես համացանցի, միջոցով առցանց սպառողներին աջակցող տեղեկատվության տրամադրումն է: Դրանք բիզնեսին աջակցող շարժիչ սպասարկումներ են, որոնք իրականացվում են սոցիալական հարթակների միջոցով¹¹: էլեկտրոնային մարքեթինգի հոմանիշներ կարելի է ընդունել՝ փոխկապակցված մարքեթինգը (affiliate marketing), բովանդակային մարքեթինգը (content marketing) և սոցիալական լրատվամիջոցների մարքեթինգը (social media marketing): էլեկտրոնային բիզնեսը տալիս է մի շարք առավելություններ և միաժամանակ կարող է ստեղծել որոշակի անհարմարություններ և խնդիրներ: Առավելությունները բնականաբար գերակայում են և լայն իմաստով կարող են բաժանվել երեք կատեգորիաների՝ 1) կազմակեր-

¹¹ What is the difference between E-Commerce and E-Marketing? Quora, <https://www.quora.com/What-is-the-difference-between-E-Commerce-and-E-Marketing>

պության առավելությունները, 2) սպառողների համար առավելությունները և 3) հասարակության համար առավելությունները¹²:

Էլեկտրոնային բիզնեսի կազմակերպության առավելություններն են.

✓ Օգտագործելով ԹԲ-ի մատրիցը կազմակերպությունները կարող են ընդլայնել իրենց շուկան՝ ազգային մակարդակով և ներկայանալ միջազգային շուկաներում և դա կատարել նվազագույն կապիտալ ներդրումներով: Կազմակերպությունը կարող է հեշտությամբ գտնել ավելի մեծ թվով հաճախորդներ, լավագույն մատակարարների և հարմար բիզնես գործընկերների առանց սահմանների՝ ամբողջ աշխարհում:

✓ Օգնում է կազմակերպություններին նվազեցնել գործընթացների, տեղեկատվության տարածման ստացման ու կառավարման ծախսերը:

✓ Օգնում է կազմակերպություններին ապահովել հաճախորդների համար առավել արդյունավետ ծառայություններ:

✓ Բարելավում է կազմակերպության բրենդային իմիջը:

✓ Նպաստում է պարզեցնել բիզնես գործընթացները, արագացնել և արդյունավետ դարձնել դրանք:

✓ Կրճատում է թղթային աշխատանքը:

✓ Բարձրացնում է կազմակերպության արդյունավետությունը, նպաստում է մատակարարման, արտադրության և առաքման կառավարմանը՝ «գործընկերներին գործընթացի մեջ ներքաշման» սխեմայով: Դա նշանակում է, որ բիզնեսը գործընթացի ակտիվ փուլը սկսում է հաճախորդից ստացված գոծարար առաջարկի ստացման պահից, այն դարձնելով ելակետ «ճիշտ ժամանակին» արտադրելու կամ ծառայությունը մատուցելու համար:

Սպառողների առավելությունների մեջ հարկ է առանձնացնել այն որ.

✓ Այն ապահովում է 24 ժամ x 7 օր աջակցությունը: Հաճախորդները կարող են տեղեկանալ արտադրանքի կամ ծառայությունների մասին, պատվերներ կատարել ցանկացած ժամանակ, ամենուր և ցանկացած վայրում:

✓ ԹԲ-ի հայտը սպառողների (օգտագործողների) համար ապահովում է ընտրության ավելի լայն տարբերակներ, և սպառողներին հնարավորություն է տալիս համեմատել և ընտրել էժան ու ավելի լավ տարբերակը:

✓ ԹԲ-ի հայտը այն օգտագործող հաճախողների համար ապահովում է ապրանքների ու ծառայությունների արագ մատակարարումը:

✓ Հաճախորդները կարող են ապրանքների կամ ծառայությունների վերաբերյալ տեղադրել մեկնաբանություններ և նախքան վերջնական գնումը տեսնել այլ հաճախորդների գնումները և գնորդների մեկնաբանությունները:

✓ ԹԲ-ն ապահովում է գործնական աճուրդների տարբերակը:

¹² E-Commerce, electronic commerce approach, Tutorials point, simply easy learning, page 4, https://www.tutorialspoint.com/e_commerce/e_commerce_tutorial.pdf

✓ Այն ապահովում է մատչելի տեղեկատվություն: Հաճախորդը կարող են վարկյանների ընթացքում տեսնել համապատասխան տեղեկատվության մանրամասնությունները և դրա համար չսպասել օրեր կամ շաբաթներ:

✓ ԹԲ-ն բարձրացնում է կազմակերպությունների միջև մրցակցությունը: Որպես արդյունք սպառողները ստանում են զգալի գեղչեր:

Հասարակության համար առավելությունների շարքում հարկ է նշել.

✓ Հաճախորդները կարիք չունեն գնումների համար մեկնել է խանութ կամ գնման վայր դրանով իսկ կրճատել ճանապարհի երթևեկությունը, որը նաև այդպիսով նպաստում է նվազեցնել մթնոլորտի աղտոտվածությունը:

✓ ԹԲ-ը նպաստում է ապրանքների ինքնարժեքի նվազեցմանը և ըստ այդմ դրանք կարող են թույլ տալ ձեռք բերել ոչ միայն հարուստ մարդիկ:

✓ ԹԲ-ը հնարավոր է դարձնում ապրանքների ու ծառայությունների մատակարարումը հեռավոր գյուղական վայրերում:

✓ ԹԲ-ը օգնում է կառավարությանը առավել արդյունավետ մատակարարել հանրային ծառայությունները՝ առողջապահական, կրթական, սոցիալական և այլ, կրճատել ծախսերը և բարելավել դրանց մատակարարումը:

Էլեկտրոնային բիզնեսին բնորոշ են նաև որոշ մարտահրավերներ և անհարմարություններ, որոնք դասակարգվում են 2 խմբում՝ 1) տեխնիկական 2) ոչ տեխնիկական: *Տեխնիկական մարտահրավերներից են՝*

- Համակարգի անվտանգության սահմանափակ հնարավորությունները, ԹԲ-ի համարժեք հուսալիության ձևաչափերի ոչ արդյունավետ ներդրումը:

- Ծրագրային ապահովման ինդուստրիայի արագ զարգացման և շարունակական փոխությունները:

- Շատ երկրներում խնդիր հարուցում ցանցային թողունակությունը:

- Բացի ցանցային սերվերներից վաճառողների համար ԹԲ-ը միջավայրում գործելու համար պահանջվում են ինտերնետային հատուկ տեսակի սերվերներ կամ այլ ծրագրային ապահովման միջոցների տեղակայում:

- Երբեմն դժվար է ինտեգրվել ԹԲ-ի ծրագրային ապահովման համակարգը կամ առկա կայքը առկա հավելվածների կամ բազաների հետ:

- Հաճախ խնդիրներ են առաջանում ծրագրային ապահովման և ապարատային միջոցների համատեղելիության հետ, քանի որ ԹԲ-ի ծրագրային ապահովման համակարգերը կարող են անհամատեղելի լինել որոշ օպերացիոն համակարգերի կամ դրա որևէ բաղադրիչների հետ: Էական խնդիրներից են նաև *ոչ տեխնիկական մարտահրավերները, մասնավորապես.*

- Սկզբնական բարձր ներդրումների պահանջը՝ կապված ԹԲ-ի ենթակառուցվածքների և պայմանների ձևավորման հետ: Խնդիրներ կարող են առաջացնել նաև ԹԲ-ի ժամկետների հետաձգումները կապված՝ գործընթացի ներդրման սխալների և փորձի պակասի հետ:

- Սպառողների պահպանողականությունն ու դիմադրությունը կապված նորամուծությունների ներդրման հետ: Սպառողները չեն կարողանում վստահել կայքին՝ ի դեմս անհայտ և անդեմ վաճառողի: Նման անվստահությունը դժվարեցնում է համոզել ավանդական սպառողներին ֆիզիկական խանութներից անցնել առցանց կամ վիրտուալ խանութներ:

- ԹԲ-ի խնդիրներից են անվտանգության ու գաղտնիության հարցերը՝ անվտանգությունն ու գաղտնիությունն՝ առցանց գործարքների համար:

- Առցանց գնումների թերություններից է գնման ընթացքում ապրանքի շոշափելու կամ զգալու հնարավորության բացակայությունը:

- ԹԲ-ի հավելվածների արագ զարգացումներն ու փոփոխությունները:

- Համացանցի հասանելիությունը դեռևս թանկարժեք հաճույք է բազմաթիվ օգտատերերի, հատկապես՝ հեռավոր գյուղերի բնակիչների համար:

Հարկ է նկատել, որ ցանցային ինդուստրիա կատեգորիան ավելի լայն հասկացություն է, քան հեռահաղորդակցության որոլոր, այն համաձայն Եվրամիության փաստաթղթերի սահմանման ներառում է առանձնահատուկ վերահսկման ներքո գտնվող հետևյալ ոլորտները. էներգետիկա (էլեկտրաէներգիա և գազ), տրանսպորտ (ճանապարհային, երկաթուղային, ջրային և օդային) հեռահաղորդակցությունը, այդ թվում՝ ա) ֆիքսված հեռախոսակապ և ինտերնետ հասանելիություն ու ծառայություններ, բ) բջջային հեռախոսակապ և թվայնացված տվյալների փոխանցման ծառայություններ, գ) գործարար տվյալների բազաների փոխանցման ծառայություններ, ե) վճարովի հեռուստատեսությունը: Նման լայն սահմանումը արտացոլում է ցանցերի աճող մերձեցումը: Համաձայն Եվրամիության Հանձնաժողովի (2012b) կարգավորման, դրանք օգտագործում են «HICP»-ի (High-Speed Packet Access) ինդեքսը, միաժամանակ նաև ավանդական հեռախոսակապի, տեղեկատվության փոխանցման և ինտերնետ-ծառայությունները¹³: Հարկ է նկատել, որ ցանցային ինդուստրիայի հատկանիշներն ամբողջովին բնորոշ են նաև ֆինանսական ոլորտին, մասնավորապես բանկային և ապահովագրական հատվածին:

Հարկ է նշել, որ ցանցային ինդուստրիան ընդհանուր առմամբ, բնութագրվում է հիմնական միջոցների ծախսերի (կամ ֆիքսված ծախսերի) բարձր մակարդակով: Մյուս կարևոր առանձնահատկությունը այն է, որ որ, ցանցային ինդուստրիաները հաճախ ներկայացված են նաև բնական մենաշնորհների հատկանիշներով և հետևաբար կարգավորվում են բնական մե-

¹³ Market Functioning in Network Industries - Electronic Communications, Energy and Transport, European Commission Directorate-General for Economic and Financial Affairs, European Union, 2013, page 9, http://ec.europa.eu/economy_finance/publications/occasional_paper/2013/pdf/ocp129_en.pdf

նաշնորհները կարգավորող մարմինների կողմից: Կարգավորման առումով այն ստեղծում է որոշակի մարտահրավերներ և առաջ է քաշում խնդիրներ, քանի որ կարգավորումը պետք է. ա) ապահովի մրցակցության պահանջները, բ) զերծ լինի խտրականությունից և գ) դաշտում գործող ընկերությունների համար ապահովի բավարար խթաններ ցանցային տեխնոլոգիաներում անհրաժեշտ ներդրումներ կատարելու համար:

Հեռահաղորդակցությունը կարևոր կանոնակարգային հարցադրումներ է բարձրացնում օգտատերերի իրավունքների պաշտպանության առումով, այդ թվում՝ գաղտնիության, անվտանգության և համացանցի համընդհանուր հասանելիության հետ կապված: Մյուս կարևոր խնդիրը դա հեռահաղորդակցության փոխգործակցությունն է այլ ցանցային ոլորտների հետ, քանի որ ցանցային ոլորտներ հասկացությունը ավելի լայն է: Հեռահաղորդակցության ոլորտը հարթակ է ձևավորում նոր որակի ու տիպի շուկայի և դրա ծառայությունների համար ու միաժամանակ բարձրացնում է տարբեր ոլորտների անվտանգությունն ու արդյունավետությունը, այդ թվում նաև հանրային կառավարման այնպիսի ոլորտներում ինչպիսիք են՝ առողջապահությունը, կրթությունը, տրանսպորտը և էներգետիկան ու այլ ոլորտներ:

Ցանցային ինդուստրիայի ծառայությունները հնարավոր մատուցել համարժեք ցանցային ենթակառուցվածքների միջոցով: Իր հերթին ցանցային ենթակառուցվածքները հաճախ դիտվում են որպես բնական մենաշնորհների օբյեկտ, մինչդեռ դրանց ծառայությունները հանդիսանում են մրցակցության օբյեկտ: Այդ իսկ պատճառով կան մի քանի առանցքներ, որոնց միջոցով գնահատվում է ցանցային ինդուստրիայի մրցակցությունը: Դրանց շարքում են ԵՄ օրենսդրությամբ ձևավորված ա) նախակարգավորումը կամ պրոլեգնիալ կարգավորումը (ex-ante regulation), այլ երկրների ինտերվենցիաները, բ) ոլորտի ռազմավարական բնույթի դիտարկումը և դրանով պայմանավորված հետ մրցակցային գործելակարգի գործադրումը (ex-post enforcement):

Ցանցային ինդուստրիայի բազմաթիվ ոլորտների համար բնութագրական են ընդհանուր բնութագրիչներ և առկա են դրան համարժեք մրցակցությունն ու կարգավորումը: Մի կողմից, ենթակառուցվածքների հատվածը ցուցադրում է բնական մենաշնորհների հատկանիշները (իր բնույթով չկրկնվող ցանցը, չվերադարձվող կամ դանդաղ հետզնվող բարձր ծախսերը) և հետևաբար կարգավորմանը, որպես կանոն, ենթակա են գնագոյացումը և ցանց մուտք գործելու դյուրինությունը: Դա վերաբերում է հեռահաղորդակցությանը՝ հաղորդման և բաշխման ցանցերում, որը պատկերավոր ասած դրա ողնաշարն է, այն նաև կարևոր բաղադրիչ է էներգետիկայի և տրանսպորտային ենթակառուցվածքներում: Մյուս կողմից, այն դեպքում երբ յուրա-

քանջուր օպերատոր ստանում է արդար և թափանցիկ մուտք դեպի ենթակառուցվածքներ դա կարող է ապահովվել է ծառայությունների մատուցման մրցակցությունը: Կարգավորվող և մրցակցային բաղադրիչների համագոյակցությունը պահանջում է, որպեսզի դրանք համակարգվեն և կարգավորվեն անկախ և խիստ կարգավորող մարմնի կողմից: Ցանցային ինդուստրիաները որպես կանոն ապահովում են հանրության հիմնական կարիքները՝ հեռահաղորդակցությունը, էներգամատակարարումը և այլն հետևաբար դրանց մատուցած ծառայությունները պետք է ունիվերսալ լինեն, քանի որ շուկայական ձևաչափով դա անհնարին է ապահովել (մատակարարումը հեռավոր վայրերում, խոցելի սպառողների համար և այլն):

Բացի նշված ընդհանուր բնութագրիչներից յուրաքանչյուր ցանցային ինդուստրիայի ոլորտ ունի իր առանձնահատուկ հայտանիշները: Սկզբունքորեն, ցանցային ինդուստրիաները բախվում են տարբեր մարտահրավերների հետ: Օրինակ՝ հեռահաղորդակցության, էլեկտրաէներգիայի, գազի, երկաթուղու և օդային տրանսպորտի ոլորտները պահանջում են առավել մեծ կապիտալ ներդրումներ, ճանապարհային տրանսպորտին բնորոշ է նաև բարձր աշխատատարությունը: Հարկ նշել, որ շուկա ներխուժումը պարունակում է նաև սոցիալական խնդիրներ, որոնք նվազ ազդեցիկ չեն, քան մյուս ոլորտներում: Դեռ ավելին, տարբեր ցանցային ոլորտներում տեխնոլոգիական և նորարարական զարգացումները բավականաչափ տարբերվում են:

Հայաստանյան բիզնեսի կողմից ԹԲ-ի ներկայացված օրինաչափությունների գիտակցումն ու յուրացումը կօգնի դյուրինացնել մուտքը և այնուհետև հնարավորինս կանոնակարգել գործունեությունը էլեկտրոնային բիզնեսի հարթակում և ընդլայնել ՀՀ շուկայի տարբեր հատվածներին բնորոշ սահմանափակ տարողունակությունը:

Արման ՆԱՎԱՍԱՐԴՅԱՆ

Էլեկտրոնային կամ թվայնացված բիզնեսի զարգացման հիմնախնդիրներն ու մարտահրավերները

Բանալի բառեր. էլեկտրոնային բիզնես, համացանց, թվայնացված տնտեսություն

Հոդվածում ներկայացված է էլեկտրոնային կամ թվային բիզնեսի նշանակությունն ու դերը, թվայնացված տնտեսության զարգացման համար կարևոր գիտական հետազոտության առանցքները: Բնութագրվել են թվային բիզնեսի հայտանիշները, որոնք հիմնված են հեռահաղորդակցության և տեղեկատվական տեխնոլոգիաների կիրառության վրա: Բացահայտվել են էլեկտրոնային բիզնեսի առավելությունները, մարտահրավերներն ու խնդիրները: Առավելությունները ստորադասված են երեք կատեգորիաների՝ ա) կազմակերպության, բ) սպառողների համար և գ) հասարակության համար առավելությունները, իսկ մարտահրավերները, համապատասխանաբար՝ տեխնիկական և ոչ տեխնիկական:

Арман НАВАСАРДЯН

Проблемы и вызовы развития электронного или цифрового бизнеса

Ключевые слова: электронная коммерция, цифровая бизнес, электронный маркетинг.

В статье представлена значимость и роль электронной коммерции или цифрового бизнеса, проблемные оси научных исследований для развития цифровой экономики. Охарактеризованы критерии цифрового бизнеса, которые основаны на использовании информационно-коммуникационных технологий. Выявлены преимущества электронного бизнеса и его проблемы. Преимущества сгруппированы по трем категориям: а) выгоды для предприятия, б) для потребителей и г) для общества, а также представлены проблемы, соответственно подразделенные на технические и не технические. Указаны фундаментальные различия между категориями - программное обеспечение для планирования ресурсов предприятия и электронной коммерцией. Указаны общие характеристики секторов сетевой индустрии, в частности, подчеркнуто присущее им характеристика естественных монополий. Сетевые инфраструктуры часто рассматриваются как объекты естественных монополий, а их услуги являются объектом конкуренции.

Arman NAVASARDYAN

The issues and challenges of electronic or digital business development

Key words: e-commerce, digital business, the network industry, e-marketing

The article presents the significance and the role of e-commerce and digital business, problematic axis of research for the development of the digital economy. Article characterizes the criteria for digital business, which is based on the usage of information and communication technologies. It presents advantages, problems and challenges of the e-business, the benefits are grouped into three categories: a) benefits for the enterprise, b) for consumer and g) for the society, challenges are also presented, respectively subdivided into technical and non-technical. It indicates the fundamental differences between the categories of enterprise resource planning software (ERP) and e-commerce (EC). Article shows general characteristics of the network industry sectors, in particular, shows inherent characteristic of natural monopolies.