

УДК 338.28

DOI: 10.31891/2307-5740-2018-262-5(1)-217-220

ЛІЩИНСЬКА Л. Б.

Вінницький торговельно-економічний інститут  
Київського національного торговельно-економічного університету**МІСЦЕ І РОЛЬ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ У СКЛАДІ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ**

*Застосування інструментів електронної комерції надає можливість підприємствам безперешкодно пропонувати, просувати й продавати свою продукцію без територіальних обмежень, постійно розширювати свою клієнтську базу та охоплювати нові ринки за відносно незначних зусиль, витрат часу і ресурсів. У статті розглядається місце і роль електронної комерції у складі цифрової економіки.*

*Ключові слова: цифрова економіка, електронна комерція, інформаційні технології*

LISHCHYNSKA L.

Vinnytsia Trade and Economics Institute of Kyiv National Trade and Economics University

**POSITION AND THE ROLE OF THE ELECTRONIC COMMERCE IN THE DIGITAL ECONOMY STRUCTURE**

*An important component of the digital economy in Ukraine is the use of modern digital information technologies as an important element of effective governance. The digital economy is not possible without the IT sphere, since it is aimed at using a wide range of services or products provided by IT companies, including online trading, e-government, etc. E-commerce is one that provides e-business, it is one way of doing it. Before any enterprise in the process of implementing its economic activity, the question arises of maximizing profits while minimizing costs. What prompts the search for options to make their products available to more consumers. The use of telecommunication facilities, which are an integral part of the digital economy, in particular the means of the global Internet, which allow the formation of an advertising platform, provide complete information about products and services, their advantages and differences, to organize interconnections and to allocate the company among others on the market. The use of e-commerce tools enables enterprises to freely offer, promote and sell their products without territorial restrictions, constantly expand their customer base and cover new markets with relatively little effort, time and resources. In connection with this, study of methods and tools of e-commerce as a promising means of solving problems of product sales, which leads to positive changes for both the enterprise and its consumers, is also an important precondition for the Ukrainian companies to enter the world market. Position and the role of the electronic commerce in the digital economy structure are decided in this article. The influence of the Internet on the sale of goods and services was traced, the role of Internet technologies in business and the main reasons for their association were determine. Considered the tool of business management in the field of e-commerce - an electronic trading platform, the main technologies of its creation are researched. Electronic commerce in the digital economy has lately shown an intense pace of development that will further increase. All this is connected with the growing understanding of the priorities of e-commerce, the existence of a substantially developed information infrastructure, as well as significant state support for the development of the digital economy as a whole.*

*Key words: digital economy, e-commerce, information technologies.*

**Постановка проблеми.** Вдосконалення телекомунікаційних, цифрових та інших технологій, а також інновацій, швидке розповсюдження їх в економіці зумовили введення та поширення поняття «цифрова економіка», яка відкриває сучасні можливості для розвитку економіки України та підвищення якості життя громадян. Про підвищення ролі цифрової економіки свідчить і «Концепція розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018—2020 роки», схвалена Кабінетом Міністрів України від 17 січня 2018 р. № 67-р та затверджений план заходів щодо її реалізації.

Цифрова економіка ґрунтується на цифрових технологіях, стрімкий розвиток яких впливає на традиційну економіку, перетворюючи її від економіки, яка споживає ресурси, до економіки, яка створює ресурси. Відповідно до [1] є три базові складові цифрової економіки:

- апаратне та програмне забезпечення, засоби телекомунікації, мережні засоби тощо, які утворюють підтримуючу інфраструктуру;

- здійснення господарської діяльності, ведення різноманітних бізнес-процесів з використанням комп'ютерних мереж, що формує електронний бізнес (e-business);

- розповсюдження товарів через мережу Інтернет, що формує електронну комерцію (e-commerce).

**Аналіз досліджень і публікацій.** Процеси трансформування економіки у цифрову економіку, процеси, які здійснюються під впливом цифрових технологій, стимулювали активну діяльність науковців [1–12], зокрема: В. Фіщук [2], С. Коляденко [3], С. Веретюк [4], В. Апалькова [5], І. Карчева, Ю. Пивоваров [6] та ін. Але, незважаючи на широке коло наукових досліджень у галузі розвитку цифрової економіки, залишаються недостатньо дослідженими питання місця і ролі окремих складових цифрової економіки у її структурі, зокрема електронної комерції.

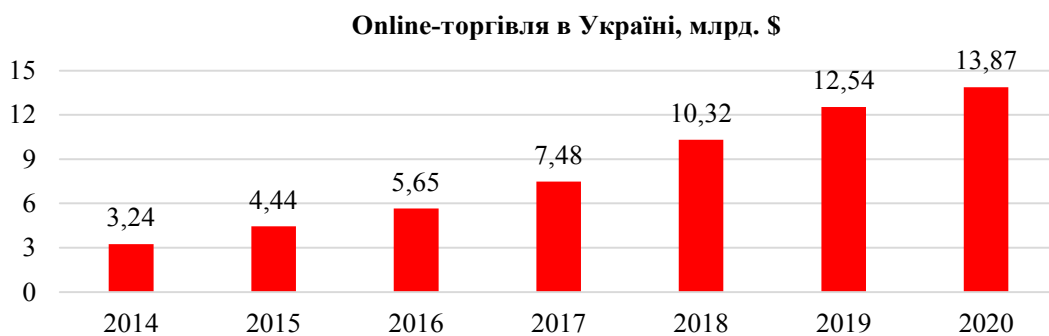
**Мета дослідження.** Метою роботи є визначення місця і ролі електронної комерції у складі цифрової економіки, її характеристика та аналіз специфічних особливостей, що забезпечить більш ефективне її застосування.

Викладення основного матеріалу. Важливою складовою формування цифрової економіки в Україні є використання можливостей сучасних цифрових інформаційних технологій як важливого елементу ефективного управління. Цифрова економіка неможлива без ІТ-сфери, адже вона спрямована на використання широкого кола послуг чи товарів, які надають ІТ-компанії, зокрема онлайн-торгівля, електронне урядування тощо. Це, у свою чергу, спонукає удосконалення всіх засобів інформаційних систем на підставі нових перспективних технологій [8–11].

В умовах сьогодення компанії все більше уваги приділяють електронному бізнесу, спрямовуючи в електронний бізнес інвестиційні потоки й накопичуючи людські й фінансові ресурси для забезпечення його ефективного функціонування.

Електронний бізнес – це електронна економічна діяльність, в якій бізнес-процеси, обмін бізнес-інформацією і комерційні трансакції автоматизуються за допомогою інформаційних систем й глобальної комп'ютерної мережі Інтернет [12]. Електронний бізнес наддинамічна галузь, що стрімко розвивається, і ґрунтується на таких технологіях, як мережні технології; корпоративні; Інтернет-технології; виробничі ІТ; системи підтримки прийняття рішень, експертні системи тощо.

За даними дослідження ринку електронної комерції (за матеріалами Morgan Stanley Research, Forbes.ua, Gemius Україна, ІНАУ та ін.) прогнозовані обсяги українського ринку електронної комерції показані на рис. 1.



**Рис. 1. Прогнозовані обсяги online-торгівлі в Україні**

Електронна комерція є такою, що забезпечує діяльність електронного бізнесу, це один зі способів його ведення. Перед будь-яким підприємством у процесі здійснення його економічної діяльності постає питання максимізації прибутку при мінімізації витрат. Що спонукає пошук варіантів зробити свою продукцію доступною більшій кількості споживачів. Використання засобів телекомунікації, які є невід'ємною частиною цифрової економіки, зокрема засоби глобальної мережі Інтернет, які дозволяють сформувати рекламний майданчик, надати повноту відомостей про товари й послуги, їх переваги й відмінності, організувати взаємозв'язок і виділити компанію серед інших на ринку.

На сьогодні незначна кількість компаній правильно впроваджують бізнес-інструменти мережі Інтернет у свою діяльність. Більшість з них це роблять частково (сайт-візитка, бізнес-сайт, бізнес-портал), але вони системно не працюють з інструментами Інтернет-торгівлі і зовсім мало з них створює повноцінні електронні торгові майданчики. Це зумовлено поверхневими знаннями керівників і власників компаній у технологіях Інтернет-торгівлі, крім того, часто інструменти побудови електронних торгових майданчиків і методику своєї роботи приховують як комерційну таємницю.

Поширеною і зручною є технологія створення торговельних майданчиків на базі динамічного web-сервісу на основі існуючих CMS (Content Management System), серед яких найпопулярнішими є системи «WordPress» і «OpenCart», проведемо їх порівняльний аналіз.

CMS «WordPress» – програмний продукт з відкритим вихідним кодом, який має широкий спектр можливостей, функцій й доповнень для створення і корпоративних порталів і комерційних Інтернет-проектів.

До складу CMS «WordPress» входять широке коло доповнень й плагінів, одним яких під час створення Інтернет-магазинів й торговельних майданчиків є плагін «WooCommerce», який забезпечує повний контроль над процесом торгівлі для власників магазинів і адміністраторів електронних комерційних систем, має широкі можливості синхронізації з обліковими й платіжними електронними системами. На сьогодні він забезпечує функціонування 30% всіх online-магазинів у світі.

Основні особливості плагіну «WooCommerce»:

- доступ до платіжним шлюзів; геолокація;
- керування запасами товару; відслідковування залишків товарів на складах; інвентаризація залишків;
- купони й коди на знижку;
- клієнтські акаунти; система відгуків про продукт,

- клієнтська підтримка;
- базова звітність й аналітика; мобільний доступ і адміністрування тощо.

Можливість інтегрування додатку з Google Analytics дозволяє ширше моніторити ключові показники.

Платформа e-commerce «OpenCart» орієнтована на створення Інтернет-магазинів з розміщенням у них товарів з різними варіантами доставки й оплати.

Основні особливості «OpenCart»:

- вбудована багатомовність, включаючи і українську мову;
- поліпшені показники швидкості;
- підтримка декількох браузерів;
- підтримка фізичних і віртуальних товарів, необмеженість категорій та кількості, декількох магазинів;
- підтримка шаблонів, модулів й доповнень;
- статистика товарів, замовлень й продажів; підтримка різних валют і курсів;
- система реєстрації покупців;
- можливість перегляду історії й статусу замовлень;
- зручні й швидкі інструменти пошуку;
- підтримка декількох платіжних систем та різноманітних типів платежів;
- налагодження методів оплати для різних регіонів тощо.

CMS-системи «WordPress» й «OpenCart» найбільше підходять для створення повноцінного електронного торгового майданчика, модулі й компоненти, які входять до їх складу, дозволяють легко налаштувати торговий майданчик для потреб підприємства будь-якого профілю і галузі.

Висновки. У процесі дослідження встановлено місце і роль електронної комерції у складі цифрової економіки, простежено вплив мережі Інтернет на збут товарів і послуг, визначено роль Інтернет-технологій у бізнесі та основні причини їх об'єднання. Розглянуто інструмент управління бізнесом в сфері електронної комерції – електронний торговий майданчик, досліджено основні технології його створення.

Отже, електронна комерція у системі цифрової економіки останнім часом демонструє інтенсивні темпи розвитку, які будуть ще більше нарощуватись. Все це пов'язано зі зростаючим розумінням пріоритетів електронної комерції, наявністю суттєво розвиненої інформаційної інфраструктури, а також значною державною підтримкою для розвитку цифрової економіки в цілому.

#### Література

1. The Concept of a 'Digital Economy'. URL: <http://odec.org.uk/theconcept-of-a-digital-economy/> – Title from the screen.
2. Фіщук В. Цифрова економіка – це реально [Електронний ресурс] / В. Фіщук. – Режим доступу : <http://biz.nv.ua/ukr/>
3. Коляденко С. В. Цифрова економіка: передумови та етапи становлення в Україні і у світі / С. В. Коляденко. // Економіка. Фінанси. Менеджмент. – 2016. – № 6. – С. 106–107.
4. Веретюк С. М. Визначення пріоритетних напрямків розвитку цифрової економіки в Україні / С. М. Веретюк, В. В. Пілінський // Наукові записки Українського науково-дослідного інституту зв'язку. – 2016. – № 2. – С. 51–58.
5. Апалькова В.В. Концепція розвитку цифрової економіки в Євросоюзі та перспективи України / В.В. Апалькова // Вісник Дніпропетровського університету. Серія: Менеджмент інновацій. – 2015. – Вип. 4. – С. 9–18.
6. Пивоваров Ю. Навіщо Україні цифрова економіка / Ю. Пивоваров // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://nv.ua/ukr/>
7. Digital Economy and Society Index 2017. URL: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/desi>
8. Ліщинська Л.Б. Використання комплексних змінних в економічних розрахунках / Л.Б. Ліщинська // Вісник Хмельницького національного університету. Серія: Економічні науки. – 2017. – №2. – Т. 1. – С. 210–214.
9. Ліщинська Л.Б. Основні аспекти автоматизації роботи з клієнтами засобами CRM-систем / Л.Б. Ліщинська // Вісник Хмельницького національного університету. Серія: Економічні науки. – 2015. – № 5. – Т. 1. – С. 206–209.
10. Ліщинська Л.Б. Визначення, класифікація і параметри багатопараметричних узагальнених перетворювачів імітансу / Л.Б. Ліщинська // Вісник Вінницького політехнічного інституту. – 2010. – № 5. – С. 105–108.
11. Ліщинська Л.Б. Оцінка основних параметрів імітансних логічних елементів / Л.Б. Ліщинська // Інформаційні технології та комп'ютерна інженерія. – 2011. – № 3. – С. 45–52.
12. Євтушенко Д. Д. Електронний бізнес, електронна комерція, Інтернет-торгівля: сутність та взаємозв'язок понять [Електронний ресурс] / Д. Д. Євтушенко // Бізнес Інформ. – 2014. – № 8. – С. 184–188. – Режим доступу : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf\\_2014\\_8\\_33](http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2014_8_33).

**References**

1. The Concept of a 'Digital Economy. URL: <http://odec.org.uk/theconcept-of-a-digital-economy/> – Title from the screen.
2. Fishchuk V. Tsyfrova ekonomika – tse realno [Elektronnyi resurs] / V. Fishchuk. – Rezhym dostupu : <http://biz.nv.ua/ukr/>
3. Koliadenko S. V. Tsyfrova ekonomika: peredumovy ta etapy stanovlennia v Ukraini i u sviti / S. V. Koliadenko. // Ekonomika. Finansy. Menedzhment. – 2016. – № 6. – S. 106–107.
4. Veretiuk C. M. Vyznachennia priorytetnykh napriamkiv rozvytku tsyfrovoy ekonomiky v Ukraini / C. M. Veretiuk, V.V. Pilinskyi // Naukovi zapysky Ukrainського naukovo-doslidnoho instytutu zviazku. – 2016. – № 2. – S. 51–58.
5. Apalkova V.V. Kontsepsiia rozvytku tsyfrovoy ekonomiky v Yevrosoiuzi ta perspektyvy Ukrainy / V.V. Apalkova // Visnyk Dnipropetrovskoho universytetu. Serii: Menedzhment innovatsii. – 2015. – Vyp. 4. – S. 9–18.
6. Pyvovarov Yu. Navishcho Ukraini tsyfrova ekonomika / Yu. Pyvovarov // [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <http://nv.ua/ukr/>
7. Digital Economy and Society Index 2017. URL: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/desi>
8. Lishchynska L.B. Vykorystannia kompleksnykh zminnykh v ekonomichnykh rozrakhunkakh / L.B. Lishchynska // Herald of Khmelnytskyi National University. Economical sciences. – 2017. – Issue 2. – Vol. 1. – S. 210–214.
9. Lishchynska L.B. Osnovni aspekty avtomatyzatsii roboty z kliientamy zasobamy CRM-system / L.B. Lishchynska // Herald of Khmelnytskyi National University. Economical sciences. – 2015. – № 5. – T. 1. – S. 206–209.
10. Lishchynska L.B. Vyznachennia, klasyfikatsiia i parametry bahatoparmetrychnykh uzahalnenykh peretvoriuvachiv imitansu / L.B. Lishchynska // Visnyk Vinnytskoho politekhnichnoho instytutu. – 2010. – № 5. – S. 105–108.
11. Lishchynska L.B. Otsinka osnovnykh parametriv imitansnykh lohichnykh elementiv / L.B. Lishchynska // Informatsiini tekhnolohii ta kompiuterna inzheneriia. – 2011. – № 3. – S. 45–52.
12. Ievtushenko D. D. Elektronnyi biznes, elektronna komertsii, Internet-torhivlia: sutnist ta vzaiemozviazok poniat [Elektronnyi resurs] / D. D. Yevtushenko // Biznes Inform. – 2014. – № 8. – S. 184–188. – Rezhym dostupu : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf\\_2014\\_8\\_33](http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2014_8_33).

Рецензія/Peerreview : 19.09.2018      Надрукована/Printed : 05.11.2018  
Рецензент: д. е. н., проф. Ткачук О. М.