**Цифрова епоха, єдиний цифровий ринок та економіка майбутнього.**

Важливою особливістю економічного розвитку розвинутих країн на початку ХХІ ст. став перехід від індустріальної до постіндустріальної економіки. Становлення постіндустріального (посткапіталістичного, інформаційного або електронно-цифрового) суспільства викликано формуванням єдиного світового інформаційного простору на базі мережі Інтернет, проникненням процесів інформатизації, глобалізації та віртуалізації у всі сфери економіки, створенням міжнародного ринку інформації та управлінням на додаток до традиційних ринків товарів (зокрема, природних ресурсів, праці і капіталу). Глобалізація означає новий етап розвитку міжнародної економічної діяльності, направлений на створення і поглиблення економічних зв’язків різних країн світу.

Розвиток цифрових технологій стосується багатьох сфер сучасного життя, від освіти та робочих місць до системи соціального забезпечення та впливу на систему державного управління. Цифрові інструменти забезпечують прозорість влади та ефективніше електронне урядування, сприяють економічному зростанню, виробництву та експорту, через підвищення продуктивності існуючих індустрій, та створення принципово нових сфер цифрової економіки з підвищеною доданою вартістю. Також цифровізація веде до спрощення умов для розвитку бізнесу, залучення інвестицій, та надає ширші можливості для задоволення інтересів та захисту прав споживачів.

Саме тому цифровізація розглядається як важливий елемент сталого розвитку економіки та суспільства, а такі технології як інтернет речей (IoT), хмарні технології, електронна ідентифікація (eID) та штучний інтелект (AI) можуть сприяти досягненню Глобальних Цілей Сталого Розвитку Організації Об’єднаних Націй до 2030 року.

Технологічні зміни відбуваються швидко. Це вимагає якісного та своєчасного реагування, у тому числі і в питаннях адаптації законодавчого та регуляторного полів. Європейський Союз та інші розвинені країни не тільки декларують підтримку розвитку цифрового простору, але й роблять практичні кроки в цьому напрямі.

Підхід ЄС до цифрової трансформації означає розширення можливостей та залучення до неї кожного громадянина, посилення потенціалу кожного бізнесу та вирішення глобальних викликів, і передбачений рамковими та стратегічними документами, такими як: Стратегія Єдиного цифрового ринку (Digital Single Market Strategy for Europe), Підключення до Європейського Гігабітного суспільства (Connectivity for a European Gigabit Society), нещодавно розробленої стратегії Цифрова Європа 2025 (Digital Europe 2025) та Програми розвитку загальноєвропейських стандартів у сфері телекомунікацій та цифрових технологій тощо.

Стратегія Єдиного цифрового ринку ЄС була запропонована Європейською Комісією у 2015 році з метою досягнення синергії між країнами ЄС у царині новітніх технологій, транскордонної торгівлі та надання послуг в межах Єдиного цифрового ринку (далі – ЄЦР). Стратегія спрямована на те, щоб економіка, промисловість та суспільство Європи в повній мірі скористатися перевагами нової цифрової ери. ЄС активно створює вільний та безпечний ЄЦР, де люди можуть безпечно спілкуватись, здійснювати покупки в інтернеті без кордонів, а підприємства можуть продавати свої товари/послуги через інструменти електронної комерції по всьому ЄС. Тобто, ЄЦР пропонує розширені можливості для: користувачів, малого та середнього бізнесу, інноваційних стартапів, креативного сектору, наукового та безпекозміцнюючого співробітництва у додаток до модернізації вже існуючих індустрій. Головна мета Єдиного цифрового ринку ЄС – усунення зайвих регуляторних бар’єрів і перехід від окремих національних ринків до єдиного, із загальноєвропейськими уніфікованими правилами у трьох секторах Телекомунікації, Довірчі Послуги, та Електронна Комерція.

Надважливим складником у розбудові Єдиного цифрового ринку ЄС є:

* + Розбудова телекомунікаційної інфраструктури, яка є основою розвитку цифрового ринку та цифрової економіки включно з впровадженням технологій наступного покоління (розгортання мереж 5G, які покликані забезпечити доступ до ультрашвидкісного інтернету не тільки на рівні громадян, але і цілих міст, секторів економіки, та індустрій важливих для сталого розвитку (як-то: енергетика, екологія, охорона здоров’я, інклюзивність, транспорт, смарт-міста, контроль якості води);
	+ Впровадження та поширення довірчих послуг та інструментів віддаленої ідентифікації (eID), юридично значимого обміну контрактами та іншими документами;
	+ Створення передумов для розвитку систем транскордонної електронної комерції та захист прав споживачів електронної комерції по всій Європі.

Формування ЄЦР було невід’ємною складовою частиною Цифрового порядку денного для Європи 2020, який був прийнятий з метою забезпечення сталих економічних та соціальних переваг на основі швидкісного та надшвидкісного інтернет-зв’язку та додатків, що мають багатоцільове призначення. Ці компоненти є ключовими і для концепції створення «Гігабітного суспільства» до 2025 року та «Цифрової Європи 2025». Останні передбачають гігабітний зв’язок для всіх основних соціально-економічних об’єктів, таких як школи, транспортні вузли, постачальники державних послуг та підприємства, які інтенсивно використовують цифрові технології, розгортання безперебійного 5G покриття для всіх міст та головних наземних транспортних шляхів, розширення можливостей безкоштовного доступу громадян до WI-FI, подальший розвиток конкуренції і захист прав суб’єктів цифрового ринку, в тому числі і на основі нового Європейського Кодексу електронних комунікацій, прийнятого ЄС в грудні 2018 року.

Стратегія Єдиного цифрового ринку ЄС була також продовжена звітом «Формування цифрового майбутнього Європи» (Communication ’Shaping Europe’s Digital Future’) (2020 року). ЄС поставив за мету стати глобальним зразком для наслідування світової цифрової економіки, а також підтримати країни, що йдуть шляхом відповідального та сталого розвитку. Розвиток та впровадження загальноєвропейських стандартів та координація зусиль між державами-членами ЄС, їх регіонами, суспільством та приватним сектором є ключем до досягнення мети сталого розвитку, цифрового та технологічного лідерства ЄС. Цей план, серед іншого, передбачає можливості для розвитку в країнах сусідах.

Отже, варто зазначити, що ЄС проводить комплексну політику у сфері цифрової економіки та цифрової трансформації, створюючи цілу екосистему. Тому, для України важливо та необхідно формувати координовані з ЄС політики, беручи до уваги стратегічні документи, акти ЄС та задекларовані цілі в комплексі, а не у відриві один від одного. Адже розглядаючи та реалізуючи політики вибірково, на основі набору фрагментованих систем, неможливо забезпечити кумулятивний ефект збільшення якості та кількості при зменшенні витрат. Важливим елементом цієї комплексної політики є встановлення чітких показників, яких планується досягти (КРІ), і систем моніторингу їх досягнення та/чи відхилення від запланованого.

Такий підхід, зокрема, дозволяє відповідальне коригування політик, визначення впродовж виконання сфер/показників, які потребують додаткової уваги/інвестицій/фінансування, а також допомагає вирішувати новітні виклики (наприклад, COVID-19). Підкреслимо, що важливими є саме незалежні інструменти моніторингу реалізації програм цифрової трансформації та конкурентоспроможності економіки, наприклад Індекс Цифрової Економіки та Суспільства (DESI), що дозволяє інвесторам та міжнародним партнерам відстежувати прогрес кожної держави-члена ЄС у розбудові цифрової економіки та суспільства.

Україна, як одна з найбільших сусідніх країн ЄС, може бути важливим партнером, який сприяє зростанню європейського цифрового ринку.

Більше того, Україна чітко заявляє про свій намір інтегруватися до ЄЦР ЄС і визначає цей намір одним із ключових пріоритетів і завдань, у тому числі і шляхом імплементації Угоди про асоціацію включно з Додатком ХVII-3, який містить положення щодо узгодження в сфері телекомунікацій, частотного нагляду, довірчих послуг, електронної комерції, ІТ-послуг, аудіовізуальних засобів масової інформації, авторського права та суміжних прав та захисту персональних даних. З огляду на зазначене, важливим є виконання Україною зобов’язань за Додатком XVII-3 та визначення основних шляхів і заходів, яких необхідно вжити для забезпечення розвитку цифрової економіки в Україні та приєднання до ЄЦР ЄС.

Сьогодні в бізнесі паралельно з реальним середовищем, в якому функціонує підприємство, створюється віртуальне середовище. Здійснюється цикл експериментальних досліджень, пов’язаних з імітаційним моделюванням життєвого циклу самого підприємства, його продукції та дій на ринку. В економічній сфері простір віртуалізації включає такі поняття, як електронний ринок, електронна комерція, віртуальний продукт, віртуальне виробництво, віртуальна фабрика, віртуальний банк і віртуальні організації (підприємства, корпорації) в цілому.

Процеси цифровізації мають все більший вплив на соціально-економічний розвиток країн практично у всьому світі, змінюючи підходи до вирішення проблем на різних рівнях і в різних сферах життя. Насамперед зміни торкнулися процесів генерування, передачі, зберігання, управління та аналізу інформації, що перетворює останню в найважливіший виробничий ресурс. Це, у свою чергу, змінює парадигму розвитку суспільства, зменшуючи залежність економічного зростання від наявних в країні екстенсивних факторів, зокрема природних ресурсів, чисельності працездатного населення, основного капіталу, яким властива найбільша ентропія.

Освоєння інформаційних технологій стає умовою забезпечення конкурентоспроможності як окремих підприємств, так і країн загалом, призводячи до перебудови всіх економічних і виробничих процесів, підвищення якості та зниження собівартості товарів і послуг. Завдяки цифровізації з’являються принципово нові можливості для покращення добробуту та вирішення нагальних соціальних питань від охорони здоров’я до освіти й навколишнього середовища.

Початок 2020-х років засвідчив, що траєкторія розвитку електронної комерції та маркетингова орієнтація бізнес-структур суттєво змінилася. Донедавна ті, хто працював у сфері онлайн-торгівлі орієнтувалися, перш за все, на наміри покупців, намагалися відслідкувати зацікавленість онлайн-відвідувачів і використати її на свою користь. Тим самим, маркетингова орієнтація суб’єктів електронної комерції була націлена на бажання “спіймати” наявний попит, який можна задовольнити найбільш зручним для покупця і найменш затратним для продавця способом. Раніше в онлайн-торгівлі покупцеві показували той товар, який він колись хотів придбати. Зробити це легко – відслідкувати товари, які покупець поміщає в електронний кошик. Проте, не всі товари, залишені в кошику, відповідають бажанням покупця, та й не всі вони купуються.

Відтак філософія бізнесу змінюється під впливом цифровізації, зазнає змін і поведінка учасників електронної комерції. Недостатньо просто відстежувати існуючі наміри, треба мислити ширше – як створити абсолютно новий попит, який буде сприяти подальшому зростанню. Важливо, щоб товар сам знаходив покупців в електронній комерції. Цей новий підхід до здійснення електронної комерції носить назву «комерція відкритів». Його суть у тому, що успішними на ринку є суб’єкти електронної комерції, які прагнуть не лише задовольняти запити покупців, а й мають бажання створювати попит та надихати людей на знайомство з новим товаром. Передбачається, що комерція відкриттів включає: спроби передбачити бажання людей через особливості їх поведінки; використання сучасних інструментів, щоб продемонструвати покупцям релевантну пропозицію; створення безпечного середовища, що забезпечує збереження даних.

Ми стаємо свідками наслідків цифрової трансформації в бізнес-моделях. Наприклад, цифрові технології дають змогу переорієнтувати межі фірм на більш глобальні рівні. Загальні цифрові моделі бізнесу, як правило, призводять до більш високого рівня взаємодії між різними учасниками. Такі підприємства, як правило, конкурують у більших масштабах, аніж традиційні підприємства, через низькі географічні межі та потреби в ресурсах для задоволення клієнтів. Оскільки витрати на пошук та спілкування значно знизилися, операційні витрати, як правило, набагато нижчі, ніж для традиційних підприємств. Інтернет-технології посилили рівень конкуренції, скоротили вхідні бар’єри, призвели до більшої кількості товарів-замінників і збільшили силу споживачів. Отже, можливості отримання прибутку зменшилася в більшості галузей. І, як наслідок, цифрові бізнес-структури стимулюють економічний розвиток середовища, що характеризується динамічною конкуренцією та високим споживчим надлишком.

Навчальна дисципліна «Електронна комерція» є невід’ємною складовою сучасної бізнес-освіти. Місце її на перетині традиційних бізнес-дисциплін (менеджменту, маркетингу, логістики, основ фінансів, обліку, підприємницької діяльності тощо) та інформаційних предметів (інформатики, комп’ютерних мереж і систем, систем управління базами даних, веб-програмування та ін.).

**Метою** вивчення дисципліни «Електронна комерція» є обґрунтування теоретико-методологічних засад функціонування системи обміну через електронні канали розподілу, поглиблення знань в сфері цифрового ринку - однієї із найбільш зростаючих і перспективних галузей економіки світу та України в постіндустріальній епосі.

**Завданням** вивчення дисципліни «Електронна комерція» є формування у здобувачів системи теоретичних знань і практичних навичок щодо принципів, моделей, інструментів та засобів функціонування цифрового ринку з метою набуття необхідних компетенцій в подальшій роботі і успішній імплементації набутих знань на практиці задля розвитку електронної комерції в Україні в умовах війни та після воєнного часу.