**Місце і роль електронної комерції в цифровій економіці.**

План лекції

1. **Цифрова економіка-сучасна система економічних відносин**
2. **Електронний бізнес та його особливості**
3. **Е-комерція - окремий вид електронного бізнесу**
4. **Цифрова економіка-сучасна система економічних відносин**

Інформаційне суспільство – це нова історична фаза розвитку цивілізації, в якій основними ресурсами виробництва є інформація та знання, для якого характерні такі процеси: збільшення ролі інформації і знань у суспільстві, зростання частки інформаційних послуг на світовому ринку, створення глобального єдиного інформаційного простору. В інформаційному суспільстві цифровізація поступово трансформує традиційну модель економіки поряд з якою функціонує змінюється вдосконалюється і зростає значення цифрової економіки та електронного бізнесу.

Цифрова економіка – це система економічних відносин, що базується на використанні цифрових технологій.

Цифровізація (з англ. digitalization) — це впровадження цифрових технологій в усі сфери життя: від взаємодії між людьми до промислових виробництв, від предметів побуту до дитячих іграшок, одягу тощо. Це перехід біологічних та фізичних систем у кібербіологічні та кіберфізичні (об'єднання фізичних та обчислювальних компонентів). Перехід діяльності з реального світу у світ віртуальний (онлайн).

Цифрові технології: Інтернет речей, роботизація та кіберсистеми, штучний інтелект, великі дані, безпаперові технології, адитивні технології (3D-друк), хмарні та туманні обчислення, безпілотні та мобільні технології, біометричні, квантові технології, технології ідентифікації, блокчейн тощо.

Споживачами цифрових технологій виступають усі — держава, бізнес, громадяни.

Цифровізація — це один із головних факторів зростання світової економіки в найближчі 5–10 років. Крім прямого підвищення продуктивності, яке отримують компанії від цифрових технологій, є ланцюг непрямих переваг цифровізації, як-от економія часу, створення нового попиту на нові товари й послуги, нова якість та цінність тощо.

Цифровізація стане головним інструментом для досягнення стратегічної цілі України — збільшення ВВП у 8 разів, до **1 трлн дол**. у 2030Е, та забезпечення добробуту, комфорту та якості життя українців на рівні, вищому за середній показник у Європі.

Згідно з оцінками науковців частка цифрової економіки у ВВП найбільших країн світу у 2030Е досягне 50–60%. В Україні цей показник може бути ще вищим — 65% ВВП (за реалізації форсованого сценарію розвитку цифрової економіки в Україні).

Цифрова економіка — це тип економіки, де ключовими факторами (засобами) виробництва є цифрові дані: числові, текстові тощо. Їх використання як ресурсу дає змогу істотно підвищити ефективність, продуктивність, цінність послуг та товарів, побудувати цифрове суспільство.

Цифрове суспільство — це суспільство, яке інтенсивно та продуктивно використовує цифрові технології для власних потреб (самореалізація, робота, відпочинок, навчання, дозвілля кожного), а також для досягнення та реалізації спільних економічних, суспільних та громадських цілей.

Цифрова економіка охоплює бізнес у всіх галузях економічної діяльності, тобто не тільки в секторі інформації та телекомунікацій, а й у базових галузях промисловості, в сільському господарстві, будівництві тощо.

Цифрова економіка пронизує всі сектори за всіма категоріями: державний та приватний; реальний, невиробничий та фінансовий; видобувний, обробний та сектор послуг.

Класична теорія цифрової економіки виділяє такі три основних складових концепції цифрової економіки:

* Інфраструктура
* Електронний бізнес
* Електронна комерція

Інфраструктура - цифрова і технічна основа електронної або цифрової економіки. Це - і обладнання, і програмне забезпечення, і цифрові комунікації, телекомунікації і мережі. Як було зазначено в попередній темі, наш курс «Електронна комерція» тісно переплітається з теоретико-методологічними і практичними основами інформатики та програмування, але ми будемо розглядати більш предметно саме економіко-організаційні аспекти цифрової економіки.

1. **Електронний бізнес та його особливості**

Електронний бізнес – ділова активність, яка здійснюється із залученням інформаційно-комунікаційних технологій з метою отримання прибутку.

Е-бізнес – це більш ніж проста електронна покупка або продаж товарів. Він потребує використання мережних комунікаційних технологій для проведення дій з метою отримання прибутків всередині і поза підприємством , це досить широке поняття . яке включає багато підрозділів , в тому числі електронну комерцію.

Основна особливість електронного бізнесу – цифровізація усіх процесів, а не тільки торгівлі.

Напрями електронного бізнесу різноманітні і прикладів є безліч, серед них: електронні записи до лікаря, фінансові інструменти, онлайн-каталоги, автоматизовані сервіси для управління бізнесом, управління взаємовідносинами з клієнтами, сайти знайомств, тощо.

Мета електронного бізнесу – зростання ефективності, прибутків, можливостей бізнесу при застосуванні цифровізації.

Технології е-бізнесу – це важливі інструменти сучасної конкурентної боротьби. Вплив е-бізнесу змінює всі форми діяльності великих і малих підприємств – від розробки продуктів до продажу товарів на ринку. Головним джерелом ринкової сили стає інтелект, втілений в організаційні структури дослідницьких і ринкових корпорацій, які створюють нові інтернет технології й утримують контроль над ними.

Розвиток е-бізнесу означає перехід до інформаційного простору основних бізнес-процесів і каналів зв’язку, а це рано чи пізно відіб’ється на діяльності всіх підприємств.

Усі підприємства, що працюють на сучасному ринку, можна поділити на три групи стосовно електронного бізнесу:

1) традиційні (brick-and-mortar), що діють лише на реальному фізичному ринку і не звертаються до електронного бізнесу, якщо до цього їх не змушують певні обставини;

2) змішані (click-and-brick), що певну частку своєї діяльності здійснюють з використанням інформаційно-комунікаційних систем;

3) повністю електронні (click-only), що існують лише в мережі Інтернет.

Електронний бізнес має такі **переваги** порівняно з традиційним способом ведення бізнесу:

− надає глобальний доступ на глобальні ринки;

− дає змогу поліпшити бізнес-контакти;

− дає змогу отримати інформацію про товари та послуги в режимі реального часу;

− дає змогу зменшити витрати підприємства;

− дає змогу отримувати високоякісні послуги;

− є засобом підвищення конкурентоспроможності підприємств;

− скорочує час виходу товару на ринок, а також процес адаптації підприємства до змін на ринку;

− можливість появи абсолютно нових продуктів і послуг.

Основними т**руднощам**и при веденні електронного бізнесу є:

− недостатня безпека даних, що передаються через Інтернет;

− низька якість комунікацій у деяких регіонах (обмеження розвитку мережі комунікацій, мала пропускна спроможність каналів і низька швидкість передачі інформації);

− невизначеність реального існування контрагента;

− відсутність в окремих випадках універсальних стандартів взаємодії та сумісності при роботі з використанням інформаційно-комунікаційних систем;

−питання інтелектуальної власності та захисту прав споживачів, вимоги до форми договорів, юрисдикції та відповідальності за неналежне виконання, захисту даних, невизначеності в низці юридичних і фінансових питань, таких як митниця для виконання транзакцій, оподаткування контрактів і митні збори.

Е-бізнес як явище виникло з моменту об’єднання традиційних ринків і інформаційних систем та інших нових видів комунікацій. Процес глобалізації і трансформації економіки - відбувається постійно отже і електронний бізнес буде змінюватися з часом як і все суспільство в цілому.

1. **Е-комерція - окремий вид електронного бізнесу**

Електронна комерція є основною складовою електронного бізнесу. Е-комерція є такою, що становить е-бізнес, це один зі способів його здійснення. Електронна комерція (е-комерція) – вид електронної комерційної діяльності з використанням цифрових технологій.

Згідно з законодавством України електронну комерцію слід розглядати як відносини, спрямовані на отримання прибутку, що виникають під час вчинення правочинів щодо набуття, зміни або припинення цивільних прав та обов'язків, здійснюваних дистанційно з використанням інформаційно-комунікаційних систем, у зв'язку з чим учасники цих відносин мають права та обов'язки майнового характеру.

Електронна комерція (е-commerce) – вид електронної комерційної діяльності – продаж, здача в оренду, надання ліцензій, постачання товарів, послуг або інформації і тому подібне з використанням інформаційних комунікаційних технологій. Поняття „е-комерція” ширше, ніж поняття „електрона торгівля”, оскільки воно охоплює всі види електронної і комерційної діяльності.

Е-комерція – це широкий набір інтерактивних методів ведення діяльності з надання споживачам товарів/послуг. Під е-комерцією розуміють будь-які форми ділових операцій, де сторони взаємодіють через електронні технології, а не в процесі фізичного обміну чи контакту.

Загалом же е-комерція – це використання електронних комунікацій і технологій обробки цифрової інформації для встановлення та змін відносин створення вартості між організаціями й між організаціями та індивідами. е-комерція – це ведення бізнесу в онлайн режимі.

Поряд із поняттям «електронна комерція» існує й поняття «інтернет-комерція». Однак, поняття «електронна комерція» ширше, ніж категорія «інтернет-комерція», оскільки до нього входять усі види комерційної діяльності, здійснюваної електронним шляхом. Інтернет-комерція–це е-комерція, обмежена використанням тільки комп’ютерної мережі Інтернет.

Підсумовуючи зазначимо, під е-комерцією слід розуміти всі форми торгівлі товарами/послугами завдяки використанню електронних засобів, в т.ч. й Інтернету.

Американський журналіст і письменник Кевін Келлі сформулював основні принципи е-комерції:

1. Принцип єдиного системного зв’язку передбачає, що персональні комп’ютери й інші комп’ютерні пристрої пов’язані між собою через телекомунікації і утворюють всесвітню мережу.

2. Принцип повноти – в цифровій економіці цінність товару/послуги зумовлена різноманітністю пропозицій, тобто чим більше товарів у мережі, тим ціннішими вони є. Проте цей принцип суперечить відомим аксіомам, які відображають закономірності традиційної економіки (перша аксіома: цінність визначається рідкістю товару, оскільки його кількість обмежена; друга аксіома: надмірне виробництво товарів призводить до значної втрати його цінності).

3. Принцип експоненти – розвиток цифрової економіки відбувається експонційно, що пов’язано з нелінійним характером збільшення кількості її елементів.

4. Принцип зростаючого ефекту – прихід в цифрову економіку нових учасників призводить до розширення мережі Інтернет – до неї потрапляє все більша кількість бізнесменів. Зрештою збільшується обсяг продажу товарів/послуг, який призводить до зростання обсягу отримуваного прибутку учасника бізнес-процесів.

5. Принцип зворотного ціноутворення полягає в тому, що ціни на всі кращі товари/послуги, які зустрічаються в цифровій економіці, мають явну тенденцію до зниження з року в рік. Інтернет-компанії для виживання в жорсткій конкурентній боротьбі змушені постійно поставляти на ринок нові товари. З цієї причини в Інтернет-економіці зростає значущість банерної реклами, цінність здійснюваних інновацій. Система зворотного ціноутворення поширюється на мікропроцесори, телекомунікації, мікросхеми тощо. Ціни на телекомунікаційні послуги знижуються, а телекомунікаційні потужності зростають швидко.

6. Принцип “безоплатності”. В цифровій економіці цінність товару/послуги прямо пропорційна масштабу його поширення, тому зростання кількості наданих користувачам копій призводить до збільшення і цінності кожної з них. Продаючи варіанти продукту, які у майбутньому модернізуються, і додаткове сервісне обслуговування до нього, Інтернет-компанія може постійно заробляти. При цьому вона продовжує безкоштовно поширювати початкову версію продукту.

7. Принцип лояльності полягає у тому, що прихильність покупців Інтернет-компанії опиняться в одночасному застосуванні мережі і мережних платформ. Якщо в традиційній економіці рівень якості життя громадян залежить від ефективності функціонування національної економіки, то в Інтернеті добробут громадян визначається рівнем процвітання мережі.

8. Принцип переоцінки цінностей полягає в поступовому заміщенні матеріальних цінностей системою знань й інформаційних цінностей. Частина вартості інформаційної складової у вартості сучасних товарів постійно зростає. Відповідно до цього принципу постачальники продукції в Інтернет виготовляють свої каталоги-пропозиції з урахуванням конкретної групи покупців або сегментів ринку.

9. Принцип глобалізації. Цифрова економіка – це сукупність тісно пов’язаних між собою ринків у світовому масштабі. Географічне розташування Інтернет-компаній не має принципового значення. Будь-який бізнес в мережі розповсюджується практично миттєво по всіх країнах світу. З такою ж швидкістю з’являються і конкуренти, що пов’язане зі зростанням різного роду ризиків.

10. Принцип хаосу полягає в тому, що життєздатність компаній в цифровій економіці забезпечується за допомогою періодично і досить часто станом неврівноваженості, що настає. При його появі відбувається знищення старого е-бізнесу й одночасно створюються сприятливі умови для народження нового бізнесу, більш ефективного.

Встановлено, що термін існування нового бізнесу в мережі значно коротший, ніж в традиційній економіці. При цьому, зі знищенням старих робочих місць з’являється незрівнянно більша кількість нових робочих місць. На думку фахівців, цифрова економіка функціонує в умовах періодично хаосу, що настає.

11. Принцип децентралізації. Анархія – основний спосіб існування цифрової економіки. У ній немає центрального планового органу, який координує і вказує потрібний напрям руху учасників мережі. Цифрова економіка практично не піддається регуляції.

12. Принцип клонування. В цифровій економіці високими темпами відбувається щорічне збільшення реального числа покупців, однорідні групи яких утворюють нові сегменти віртуального ринку. При цьому, зникають торговельні межі. Процес електронної торгівлі (е-торгівлі) стає вільним у світовому масштабі.

Відповідно до «Закону про електронну комерцію» основними принципами у сфері електронної комерції є:

− свобода ведення підприємницької діяльності з використанням інформаційно-комунікаційних систем;

− свобода вибору контрагента, електронних засобів, виду та форми діяльності;

− забезпечення свободи та чесності конкуренції;

− свобода здійснення електронних транзакцій;

− рівноправність і захист прав учасників у сфері електронної комерції; − дотримання вимог законодавства, правил професійної етики, дотримання прав, свобод і законних інтересів учасників у сфері електронної комерції; − забезпечення належної якості товарів, робіт і послуг, що реалізуються у сфері електронної комерції;

− однаковість юридичної сили електронних правочинів і правочинів, укладених в іншій формі, передбаченій законодавством;

− забезпечення доступу до інформації всіх учасників відносин у сфері електронної комерції;

− доступність комерційних електронних повідомлень і можливість обмеження їх надходження;

− дотримання законодавства про державну мову.

Функції e-commerce пропонується скомпонувати наступним чином:

1) інформаційний менеджмент – забезпечення ділових партнерів актуальною інформацією, що постійно оновлюється;

2) управління транзакційними процесами – впровадження відповідних механізмів для здійснення та захисту електронних платежів;

3) управління внутрішніми процесами підприємств – підвищення ефективності діяльності підприємства шляхом стандартизації бізнес- процесів, оптимізації виробництва, автоматизації документообігу, стандартизації інформації;

4) управління логістичними та фінансовими потоками підприємств – оптимізація процесів закупівель, пов’язаних з розробленням бюджету і ресурсним плануванням, організацією договірних зобов’язань, участю ділових партнерів у процесах транспортування та зберігання товарів, а також обслуговування клієнтів у рамках єдиного ланцюжка постачання;

5) управління взаємовідносинами з клієнтами, що передбачає використання максимально можливого обсягу інформації про клієнтів і їхні потреби для визначення стратегії підприємства, координацію багатосторонніх відносин з постійними клієнтами, включаючи спільне розроблення нових товарів і послуг.

Основними елементами системи електронної комерції є:

1) суб’єкти – учасники та клієнти систем e-commerce (фізичні особи, юридичні особи, органи державної влади, які ведуть діяльність в цифровому просторі);

2) об’єкти – те, на що спрямована діяльність суб’єктів електронної комерції (товари, послуги, інформація);

3) бізнес-процеси – окремі види діяльностей, пов’язані з впливом суб’єкта на об’єкт і взаємодією суб’єктів між собою, що в сукупності забезпечують функціонування e-commerce;

4) елементи інфраструктури e-commerce:

а) спеціальне програмне забезпечення – мови програмування та розмітки текстових документів (Java, HTML, XML та ін.), дизайн і способи виготовлення веб-сторінок та ін.;

б) системи, що забезпечують безпеку актів купівлі-продажу (системи захисту комунікацій в Інтернеті);

в) юридичне забезпечення – традиційні нормативно-правові норми та правила, а також нові спеціалізовані правові інститути та процедури;

г) спеціальні платіжні системи для проведення платежів через Інтернет;

д) системи доставки товарів і послуг;

е) служби маркетингу;

5) фактори зовнішнього середовища – елементи, що не є частиною e-commerce, безпосередньо з нею не взаємодіють, але можуть впливати на неї (загальна політична та економічна ситуація, географічне положення, клімат тощо).