

## РОЗДІЛ 2. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

### НАУКОВО-КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ОБҐРУНТУВАННЯ СУТНОСТІ СИСТЕМИ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ

### SCIENTIFIC AND CONCEPTUAL GROUNDS OF JUSTIFICATION OF THE ESSENCE OF THE ELECTRONIC COMMERCE SYSTEM

У статті розглянуто природу електронної комерції за допомогою використання методології системного підходу. Це дозволило обґрунтувати базові компоненти такої системи, визначити взаємозв'язки між ними, описати мотивацію основних економічних агентів, що відіграють ключову роль у розвитку системи електронної комерції. Використання переваг системного підходу, які також конкретизовано у статті, дозволило поглибити розуміння композиції окресленої системи, її взаємодії з елементами зовнішнього середовища. Отже, встановлено, що система електронної комерції – система відносин між економічними агентами, що виникають у процесі продажу, купівлі товарів та послуг за допомогою Інтернету, реалізації інших господарських операцій для розвитку таких відносин, яка взаємодіє з елементами зовнішнього середовища, реалізує власні, притаманні лише їй функції, має єдину мету існування – задоволення попиту на товари та послуги й отримання прибутку. Також у статті обґрунтовано доцільність проведення додаткових досліджень у сфері пізнання окремих підсистем системи електронної комерції, які відображають відносини між окремими типами економічних відносин у процесі купівлі, продажу товарів та надання і споживання послуг.

**Ключові слова:** електронна комерція, система, системний підхід, система електронної комерції, електронний бізнес.

В статті рассмотрены природу электронной коммерции посредством использования

методологии системного подхода. Это позволило обосновать базовые компоненты такой системы, определить взаимосвязи между ними, описать мотивацию основных экономических агентов, которые играют ключевую роль в развитии системы электронной коммерции. Использование преимуществ системного подхода, которые также конкретизированы в статье, позволило углубить понимание композиции очерченной системы, ее взаимодействия с элементами внешней среды. Таким образом установлено, что система электронной коммерции – система взаимоотношений между экономическими агентами, возникающие в процессе продажи, покупки товаров и услуг с помощью Интернета, реализации других хозяйственных операций для развития таких взаимоотношений, которая взаимодействует с элементами внешней среды, реализует собственные, присущие только ей функции, имеет единственную цель существования – удовлетворение спроса на товары и услуги и получение прибыли. Также в статье обоснована целесообразность проведения дополнительных исследований в области познания отдельных подсистем системы электронной коммерции, которые отражают отношения между отдельными типами экономических отношений в процессе покупки, продажи товаров и предоставления и потребления услуг.

**Ключевые слова:** электронная коммерция, система, системный подход, система электронной коммерции, электронный бизнес.

УДК 004.738.5:339

DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastuct54-5>

**Алфімова А.В.**

Здобувач

Міжнародний науково-технічний  
університет імені академіка Юрія Бугая

**Alfimova Anna**

Academician Yuriy Bugay International  
Scientific and Technical University

*E-commerce today is the fastest growing part of the global economy. Complex processes of digitalization, which have already penetrated into all spheres of economic activity, development of information technology and the COVID-19 pandemic have had a tremendous impact on the development of this type of commerce in all developed countries. The e-commerce development in last ten years has increased in several years, the capitalization of enterprises operating in this area has also grown rapidly, and the scale of activity of some of them has spread to all countries. Thus, the above confirms the importance of new research in this area, given the scale of its operation and significant prospects for further global development. Within the article, the nature of e-commerce using the methodology of a system approach is considered. This allowed to substantiate the basic components of this system, to determine relationships between them, to describe the motivation of the main economic agents that play a key role in the development of e-commerce. The use of the advantages of the system approach, which are also specified in the article, allowed to deepen the understanding of the composition of the outlined system, its interaction with the elements of the external environment. Thus, it is established that the e-commerce system is a system of relationships between economic agents that arise by sale, purchase of goods and services via the Internet, the implementation of other business transactions for the development of such relationships, which interacts with the elements of the environment, its function, has a single purpose of existence – to meet the demand for goods and services and to make a profit. In addition, within the article, the feasibility of additional research in the field of knowledge of individual subsystems of the e-commerce system, which reflect the relationship between certain types of economic relations in the process of buying, selling and providing goods and consuming services, is substantiated.*

**Key words:** e-commerce, system, system approach, e-commerce system, e-business.

**Постановка проблеми.** Електронна комерція сьогодні є тією складовою світової економіки, яка розвивається найшвидшими темпами. Складні процеси цифровізації, які вже проникли в усі

сфери економічної діяльності, розвиток інформаційних технологій та пандемія COVID-19 мали величезний вплив на розвиток цього виду комерції в усіх без винятку розвинутих країнах світу.

Масштаби розвитку електронної комерції в останні десять років у всьому світі збільшилися в декілька років, капіталізація підприємств, що функціонують у цій сфері, також зростала швидкими темпами, а масштаби діяльності окремих із них поширилися на всі країни світу (Amazon, eBay, Alibaba та ін.). Уже сьогодні такі економічні суб'єкти стали центрами інноваційного розвитку, розробки нових технологій у сфері продажу товарів та надання послуг, і відіграють важливу роль у розвитку економік окремих країн.

Окреслене лише підтверджує важливість проведення нових наукових досліджень у сфері розвитку електронної комерції, враховуючи масштаби її функціонування та значні перспективи подальшого глобального розвитку в усьому світі. З цією метою існує потреба в конкретизації теоретичних і методичних положень забезпечення розвитку електронної комерції, насамперед розгляду її як цілісного, складно структурованого об'єкта, який динамічно розвивається. У зв'язку з цим доцільним є використання системного підходу до аналізу такого виду комерції, опису базових концептуальних положень його формування, функціонування та розвитку.

#### **Аналіз останніх досліджень і публікацій.**

Враховуючи швидкий розвиток електронної комерції у світі, зростання кількості економічних агентів, що вже сьогодні користуються цим способом купівлі та продажу товарів і послуг, питання дослідження сутності електронної комерції, перспектив її подальшого розвитку знаходяться у фокусі уваги значної кількості вчених. До їх числа варто віднести таких: О. Бозуленко, І. Борецька, І. Бурачек, В. Желіховський, М. Кравченко, Р. Лавренюк, М. Макарова, Г. Манорик, Л. Патраманська, Є. Стрельчук, Т. Тардаскіна, Ю. Терешко, О. Шалева, О. Юдін та інших. Проте, незважаючи на численні напрацювання науковців у цьому напрямку, залишаються недостатньо обґрунтованими як теоретичні, так і методичні положення щодо розвитку електронної комерції, дослідження її як цілісного об'єкта вивчення, окремої системи.

**Постановка завдання.** Метою цієї статті є обґрунтування теоретичних положень функціонування системи електронної комерції.

#### **Виклад основного матеріалу дослідження.**

Розгляд електронної комерції як цілісної економічної системи доцільно розпочати з визначення сутності цього виду комерції. Як уже зазначалося, нині є значна кількість наукових робіт у сфері опису, конкретизації змісту електронної комерції. Наприклад, Т. Тардаскіна, Є. Стрельчук, Ю. Терешко стверджують, що «електронна комерція (e-commerce) – вид електронної комерційної діяльності з використанням інформаційних комунікаційних технологій» [1, с. 24].

В. Соболев зауважує, що «електронна комерція – це електронна економічна діяльність, яка

забезпечує повний цикл бізнес-процесів, ділових операцій та угод, які містять у собі замовлення товарів/послуг, проведення платежів, доставку товарів/послуг та інші угоди, які передбачають використання передових інформаційних технологій і комунікаційних середовищ з метою забезпечення найбільш високої економічної ефективності, порівнюючи з традиційними видами комерції» [2].

Л. Патраманська пропонує такий варіант розгляду окресленої категорії: «електронна комерція – будь-який вид ділової активності суб'єктів господарювання, що провадиться з використанням сучасних інформаційних технологій, систем та комунікаційних засобів з метою отримання прибутку та задоволення потреб споживачів» [3].

Отже, представлені концепції розгляду сутності електронної комерції дають змогу констатувати, що єдиного, схожого за змістом підходу до розгляду окресленої категорії немає. Окреме визначення природи електронної комерції також наведено в Законі України «Про електронну комерцію», зокрема: «електронна комерція – відносини, спрямовані на отримання прибутку, що виникають під час вчинення правочинів щодо набуття, зміни або припинення цивільних прав та обов'язків, здійснені дистанційно з використанням інформаційно-телекомунікаційних систем, унаслідок чого в учасників відносин виникають права та обов'язки майнового характеру» [4].

Зважаючи на окреслені визначення сутності електронної комерції та аналізуючи особливості її здійснення, роль у національній економіці, у межах статті електронну комерцію будемо розглядати таким чином: «електронна комерція – окремий вид електронного бізнесу, сутність якого полягає у формуванні та розвитку господарських відносин між економічними агентами у процесі продажу, придбання товарів та послуг за допомогою Інтернету, використання цифрових технологій маркетингу для їх збуту, електронних систем для оплати їхньої вартості з метою задоволення попиту на такі товари та послуги і для отримання прибутку».

З огляду на те, що електронна комерція за своїм змістом є багатоаспектною категорією, яка відображає значну сукупність господарських відносин, їх організацію, доцільно для кращого розуміння особливостей функціонування та розвитку досліджуваного виду комерції розглянути її зміст з позиції використання системного підходу, що дає можливість обґрунтувати сутність електронної комерції як єдиного, цілісного, складно структурованого об'єкта. Таким чином, використаємо методологію окресленого підходу та проведемо дослідження системи електронної комерції.

Загалом, системний підхід є універсальним методом пізнання явищ, процесів та об'єктів, який використовується в багатьох науках. Особливою

популярністю застосування зазначеного методу користується у вчених-економістів, оскільки дозволяє краще описувати передумови зародження, функціонування, удосконалення роботи макро-економічних об'єктів, визначати їхню структуру та вивчати взаємодію між окремими компонентами в межах таких об'єктів. До переваг застосування системного підходу для пізнання окремих економічних об'єктів варто віднести такі:

1) можливість визначення структури досліджуваного об'єкта, складових, які формують його композицію, опис особливостей взаємодії між ними;

2) обґрунтування місця досліджуваного об'єкта у структурі систем вищого рівня;

3) конкретизація інших систем, з якими найактивніше взаємодіє досліджуваний об'єкт, і опис особливостей впливу таких систем на цей об'єкт;

4) можливість встановлення внутрішніх центрів забезпечення подальшого розвитку за допомогою детального розгляду окремих компонентів досліджуваного об'єкта;

5) можливість забезпечити реалізацію поетапного дослідження об'єкта з конкретним та поступовим викладом отриманих результатів, яким притаманна внутрішня узгодженість, систематичність та логічність представлення.

Системний підхід є дійсно потужним методологічним засобом проведення насамперед ґрунтовних досліджень макро-економічних систем, зважаючи на їхню специфічність функціонування, нематеріальність, складну структуру побудови та охоплення значної кількості господарських відносин між різними типами економічних агентів. Саме тому такий підхід користується значною популярністю для дослідження економічних систем на мікро-, мезо- та макрорівнях.

Отже, використовуючи методологію окресленого підходу, застосуємо її для пізнання сутності електронної комерції. Як уже зазначалося, окреслений підхід полягає в розгляді об'єктів дослідження як цілісних, окремо функціонуючих систем. Загалом, поняття системи є складним і використовується сьогодні фактично у процесі дослідження в усіх без винятку науках. К. Сорока зауважує, що «система – це сукупність елементів, яка має нові властивості, відсутні у кожного елемента» [5]. І. Ревак стверджує, що система у вузькому значенні – це порядок, зумовлений цілеспрямованим розміщенням усіх складових у певній ієрархії або логічному підпорядкуванні, а в розгорнутому – це динамічна, самоорганізуюча, багатофункціональна структура, усі компоненти якої взаємодіють та зумовлюють синергетичний ефект, спрямований на досягнення позитивного результату [6, с. 55].

На наш погляд, систему доцільно розглядати як єдиний об'єкт дослідження, який має чітко визначену мету функціонування, власну структуру,

взаємодіє з підсистемами, які не входять до його складу, здійснює власні функції та продукує вплив також на інші об'єкти.

Зазначимо, що в науковій літературі на сьогодні є окремі концепції визначення сутності системи електронної комерції, її компонентного складу. Проте такі дослідження мають більш фрагментарний характер. Зокрема, Л. Патраманська зазначає, що електронна комерція як система включає в себе такі елементи: суб'єкти електронного бізнесу (виробники, продавці, посередники, покупці, споживачі), процеси (реалізація продукції та послуг, маркетинг, розрахункові операції тощо) та мережі (як внутрішньофірмові, так і глобальні) [3]. Однак окреслений підхід до визначення сутності системи електронної комерції не акцентує уваги саме на системних рисах електронної комерції, а більше описує структурну будову цієї системи.

Враховуючи наукові результати щодо пізнання сутності системи електронної комерції, на наше переконання, таку систему доцільно розглядати таким чином: система електронної комерції – система відносин між економічними агентами, що виникають у процесі продажу, купівлі товарів та послуг за допомогою Інтернету, реалізації інших господарських операцій для розвитку таких відносин, яка взаємодіє з елементами зовнішнього середовища, реалізує власні, притаманні лише їй функції, має єдину мету існування – задоволення попиту на товари та послуги й отримання прибутку. Графічна візуалізація композиції такої системи представлена на рис. 1.

Проведемо більш детальний аналіз системи електронної комерції. Досить дискусійним на сьогодні є питання щодо виокремлення компонентів окресленої системи. Як зазначалося, така система являє собою сукупність економічних відносин. В науковій літературі на сьогодні існує декілька підходів до виокремлення та систематизації таких відносин. На рис. 1 нами запропонований їх розподіл за суб'єктами, між якими виникають такі відносини.

Однак також існують і інші підходи до розгляду структури системи електронної комерції. Наприклад, І. Бурачек пропонує в межах окресленої системи виділяти такі підсистеми: електронний обмін інформацією; електронний рух капіталу; електронна торгівля; електронні гроші; електронний маркетинг; електронний банкінг; електронні страхові послуги [10, с. 137]. Окреслений підхід щодо конкретизації компонентів системи електронної комерції є дискусійним, оскільки частина з окреслених компонентів є за своєю природою складовими передусім електронного бізнесу. Відповідно, не зрозумілим залишається принцип, за яким було виділено всі окреслені вище підсистеми, і який зміст автор вкладає в кожен з них.

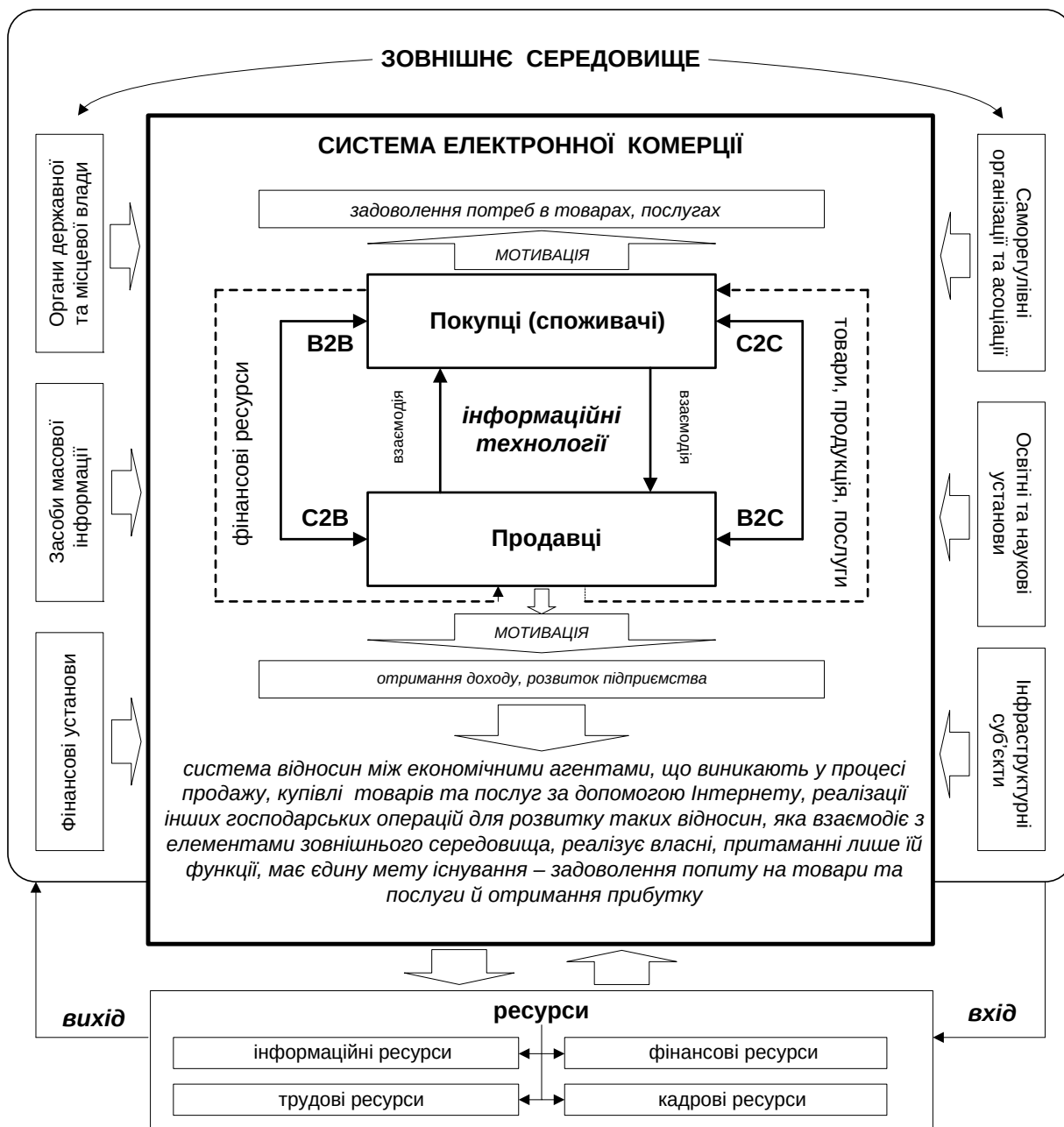


Рис. 1. Система електронної комерції

Джерело: розроблено авторкою з урахуванням [7; 8; 9]

М. Кравченко та Г. Манорик розглядають електронну комерцію як сукупність окремих етапів, що відбуваються у процесі купівлі, продажу товарів і послуг. До їх переліку автори відносять такі: 1) аналіз потреб ринку та попиту на конкретний тип товару; 2) пошук постачальників необхідних груп товарів згідно з наявним попитом та укладання договорів співпраці; 3) закупівля необхідної кількості товару на склад, якщо не передбачена співпраця за системою дропшипінгу; 4) створення торгових інтернет-майданчиків або використання наявних (каталоги, дошки оголошень, аукціони у мережі Інтернет); 5) представлення каталогу доступних товарів на інтернет-площадках підприємства; 6) оброблення

та підтвердження замовлень; 7) підготовка замовлення до транспортування, упакування; 8) доставка замовлення кінцевому споживачу; 9) гарантійне та післяпродажне обслуговування, повернення товару (у разі потреби) [11, с. 58]. Отже, автори використали процесний підхід до розгляду структури системи електронної комерції та виділили базові етапи надання послуг у цій сфері. Проте, на наш погляд, система електронної комерції та відносини, що виникають у цій системі між економічними суб'єктами, є за своєю природою складнішим об'єктом дослідження.

Саме тому, на наше переконання, виділення саме видів відносин, що виникають у системі



електронної комерції між економічними суб'єктами, є більш раціональним для розгляду сутності такої системи та особливостей її функціонування. Розглянемо такі види більш детально:

1) С2С – взаємодія між споживачами у процесі купівлі та продажу товарів і послуг за допомогою мережі Інтернет;

2) В2В – взаємодія між компаніями, підприємницькими структурами у процесі купівлі та продажу товарів і надання послуг;

3) В2С – продаж товарів і надання послуг споживачам (електронна торгівля);

4) С2В – продаж товарів та послуг споживачами підприємницьким структурам;

4) С2А – взаємодія споживачів та адміністративних органів (адміністрація) у процесі купівлі та продажу товарів і надання послуг;

5) В2А – взаємодія підприємницьких структур з адміністративними органами в процес здійснення власної діяльності.

Варто зазначити, що окреслені види взаємодії між економічними агентами, що відбуваються в межах системи електронної комерції, за своєю природою є досить складними і багатограними, що обумовлює можливість розгляду їх як складних підсистем у межах цієї системи та актуалізує проведення окремих досліджень кожного з них.

**Висновки з проведеного дослідження.** Отже, у статті проведено дослідження щодо обґрунтування сутності електронної комерції за допомогою використання системного підходу. У зв'язку з цим було проаналізовано сутність зазначеного підходу, його переваги використання у процесі реалізації досліджень. Також було розглянуто електронну комерцію як окрему систему, цілісний об'єкт, якому притаманні системні властивості та принципи функціонування і розвитку. У статті обґрунтовуються базові компоненти такої системи, розкривається їхній зміст.

Результати проведеного дослідження дозволили встановити, що система електронної комерції є складноструктурованим об'єктом дослідження, який перебуває в процесі активного розвитку, що призводить лише до ускладнення його компонентного складу. Відповідно, для подальших досліджень актуальними стають питання пізнання передумов формування та розвитку окремих підсистем системи електронної комерції, визначення перспектив їхнього розвитку, особливостей взаємозв'язку між собою та обґрунтування їхнього впливу на темпи загального розвитку окресленої системи.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Тардаскіна Т.М., Стрельчук Є.М., Терешко Ю.В. Електронна комерція : навчальний посібник. Одеса : ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2011. 244 с.

2. Соболев В.О. Сутність основних понять Інтернет-торгівлі. URL: [http://www.rusnauka.com/15\\_DNI\\_2008/Economics/33645.doc.htm](http://www.rusnauka.com/15_DNI_2008/Economics/33645.doc.htm) (дата звернення: 15.01.2021).

3. Патраманська Л.Ю. Електронна комерція: переваги та недоліки. *Ефективна економіка*. 2015. № 11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4505> (дата звернення: 15.01.2021).

4. Про електронну комерцію : Закон України від 03.09.2015 № 675-VIII. Офіційний сайт Верховної Ради України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19/print> (дата звернення: 15.01.2021).

5. Сорока К.О. Основи теорії систем та системного аналізу : навч. посіб. Харків : ХНАМГ, 2004. 291 с.

6. Ревак І.О. Інтелектуальний потенціал у системі економічної безпеки України: проблеми теорії та практики : монографія. Львів : ЛДУВС, 2015. 415 с.

7. Дубина М.В. Механізм розвитку ринку фінансових послуг на основі інституту довіри: теорія, методологія, практика : монографія. Чернігів : ЧНТУ, 2018. 666 с.

8. Ecosystem of VAT Administration in E-Commerce: Case of the Eastern Europe Countries / Abramova A. et al. *Estudios de economía aplicada*. 2021. Vol. 39. № 5. URL: <http://dx.doi.org/10.25115/eea.v39i5.4909> (дата звернення: 25.04.2021).

9. Юдін О. М., Макарова М. В., Лавренюк Р. М. Системи електронної комерції: створення, просування і розвиток : монографія. Полтава : РВВ ПУЕТ, 2011. 201 с.

10. Бурачек І. В. Pricing Intelligence яке інструмент підвищення конкурентоспроможності українських інтернет-магазинів. *Вісник ЖДТУ*. 2016. № 4(78). С. 136–142.

11. Кравченко М.О., Манорик Г.О. Формування системи логістики на підприємствах електронної комерції. *Приазовський економічний вісник*. 2018. Вип. 1 (06). С. 57–61.

#### REFERENCES:

1. Tardaskina T.M., Strelchuk Ye.M., Tereshko Yu. V. (2011) *Elektronna komertsiiia* [E-commerce]. Odesa: ONAZ im. O. S. Popova. (in Ukrainian)

2. Soboliev V.O. (2008) *Sutnist osnovnykh poniat Internet-torhivli* [The essence of the basic concepts of Internet commerce]. Available at: [http://www.rusnauka.com/15\\_DNI\\_2008/Economics/33645.doc.htm](http://www.rusnauka.com/15_DNI_2008/Economics/33645.doc.htm) (accessed 15 January 2021).

3. Patramanska L. Yu. (2015) *Elektronna komertsiiia: perevahy ta nedoliky* [E-commerce: advantages and disadvantages]. *Efektivna ekonomika*, no. 11. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4505> (accessed 15 January 2021).

4. Pro elektronnu komertsiiu [On e-commerce]: *Zakon Ukrainy vid 03.09.2015 № 675-VIII*. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19/print> (accessed 15 January 2021).

5. Soroka K.O. (2004) *Osnovy teorii sistem ta systemnoho analizu* [Fundamentals of the theory of systems and the system analysis]. Kharkiv: KhNAMH. (in Ukrainian)

6. Revak I.O. (2015) *Intelektualnyi potentsial u systemi ekonomichnoi bezpeky Ukrainy: problemy teorii ta*

*praktyky* [Intellectual potential in the economic security system of Ukraine: problems of the theory and practice]. Lviv: LDUVS. (in Ukrainian)

7. Dubyna M.V. (2018) *Mekhanizm rozvytku rynku finansovykh posluh na osnovi instytutu doviry: teoriia, metodolohiia, praktyka* [The mechanism of financial services market development on the basis of the institute of trust: theory, methodology, practice]. Chernihiv: ChNTU. (in Ukrainian)

8. Abramova A., Shaposhnykov K., ZhavoronokA., Liutikov P., Skvirskyi I., Lukashev O. (2021) Ecosystem of VAT Administration in E-Commerce: Case of the Eastern Europe Countries. *Estudios de economía aplicada*, vol. 39, no. 5. Available at: <http://dx.doi.org/10.25115/eea.v39i5.4909> (accessed 28 January 2021).

9. Yudin O.M., Makarova M.V., Lavreniuk R.M. (2011) *Systemy elektronnoi komertsii: stvorennia, prosunennia i rozvytok* [E-commerce systems: creation, promotion and development]. Poltava: RVV PUET (in Ukrainian).

10. Burachek I.V. (2016) Pricing Intelligence yake instrument pidvyshchennia konkurentospromozhnosti ukrainskykh internet-mahazyniv [Pricing Intelligence which is a tool to increase the competitiveness of Ukrainian online stores]. *Visnyk ZhDTU*, no. 4(78), pp. 136–142.

11. Kravchenko M.O., Manoryk H.O. (2018) Formuvannia systemy lohistyky na pidpriemstvakh elektronnoi komertsii [Formation of the logistics system at e-commerce enterprises]. *Pryazovskiy ekonomichnyi visnyk*, vol. 1(06), pp. 57–61.