

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТУСА

**ТЕРТИЧНИЙ ЯРОСЛАВ СЕРГІЙОВИЧ**



УДК 004.738.5:339 (100) (043.3)

**ДЕТЕРМІНАНТИ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ  
В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ ДИГІТАЛІЗАЦІЇ**

Спеціальність 08.00.02 – світове господарство і  
міжнародні економічні відносини

**АВТОРЕФЕРАТ**  
дисертації на здобуття наукового ступеня  
кандидата економічних наук

Вінниця – 2021

Дисертацією є рукопис.

Роботу виконано в Донецькому національному університеті імені Василя Стуса Міністерства освіти і науки України.

**Науковий керівник** – доктор економічних наук, професор  
**Орехова Тетяна Вікторівна,**  
Донецький національний університет  
імені Василя Стуса,  
декан економічного факультету.

**Офіційні опоненти:** доктор економічних наук, професор  
**Сазонець Ольга Миколаївна,**  
Університет митної справи  
та фінансів (м. Дніпро),  
професор кафедри транспортних  
технологій та міжнародної логістики;

кандидат економічних наук, доцент  
**Рубцова Марина Юрївна,**  
Інститут міжнародних відносин  
Київського національного  
університету імені Тараса Шевченка,  
доцент кафедри міжнародного бізнесу.

Захист відбудеться «21» квітня 2021 року о 15<sup>00</sup> на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 11.051.03 у Донецькому національному університеті імені Василя Стуса за адресою: 21007, м. Вінниця, вул. Академіка Янгеля, 4.

З дисертацією можна ознайомитись у бібліотеці Донецького національного університету імені Василя Стуса за адресою: 21021, м. Вінниця, вул. 600-річчя, 21.

Автореферат розісланий «19» березня 2021 року

Учений секретар  
спеціалізованої вченої ради



Н. С. Якімова

## ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

**Актуальність теми дослідження.** Сучасний період розвитку глобальної економіки характеризується безпрецедентним зростанням впливу науки і нових технологій на соціально-економічний розвиток усіх країн. Найпомітніше місце в цих процесах посіли технології інформаційної революції, що зумовила сприйняття постіндустріального суспільства як інформаційного. Нові технології докорінно й швидко змінили структуру світової економіки. У дослідженнях соціально-економічних процесів, характерних для трансформації індустріального суспільства в постіндустріальне, пропонується ряд концепцій розвитку економіки. Зокрема інноваційна економіка, інформаційна економіка, цифрова (дигітальна) економіка, «нова» економіка, економіка знань, економіка, заснована на знаннях. Процес дигіталізації охоплює всі сфери діяльності людства, набуває загальнопланетарного глобального характеру. Електронна комерція, як породження цифрової економіки, стало сферою використання електронних та інформаційних технологій для сприяння традиційним бізнес-процесам у розподілі товарів і послуг, що привело до їх глибинних докорінних змін.

Проблеми, пов'язані з новим інформаційним етапом економічного розвитку суспільства, висвітлені в роботах таких вчених, як Ю. Бажал, А. Гальчинський, В. Геєць, С. Ранган (S. Rangan), М. Сенгул (M. Sengul), Л. Федулова, А. Чухно та інші. Питання розвитку інформатизації та дигіталізації виробничих відносин, формування електронної комерції розглядаються в роботах К. Бойченко, Г. Дункана (Gr. Dunkan), Т. Загорної, Ж. Куїна (Zh. Qin), М. Рубцової, А. Саммера (A. Summer), М. Сенгула, О. Сазонець, А. Ткачової, С. Фостера, М. Фалка (M. Falk), Е. Хангстена (E. Hagsten) та інших.

Незважаючи на численні наукові праці як зарубіжних, так і вітчизняних вчених, потребують подальшого наукового опрацювання питання розвитку електронної комерції в умовах глобальної дигіталізації, що зумовило вибір теми дисертаційної роботи, постановку мети і завдань дослідження.

**Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами.** Дисертаційна робота виконана відповідно до тематики наукових досліджень кафедри міжнародних економічних відносин Донецького національного університету імені Василя Стуса: «Формування міжнародної конкурентоспроможності регіону на основі інноваційно-інвестиційної моделі розвитку» (номер держреєстрації 0113U003659, 2013–2017 рр.), у рамках якої запропоновано теоретико-методологічні засади дослідження глобальної інформаційної дигіталізації, а саме: визначення поняття «глобальної інформаційної дигіталізації» та систематизацію напрямів цифрових трансформацій бізнесу; «Формування конкурентних стратегій національних виробників в сучасній парадигмі глобального економічного середовища» (номер держреєстрації 0118U002395, 2018–2020 рр.), у межах якої запропоновано теоретико-методологічні засади дослідження електронної комерції, а саме: визначення поняття «електронна комерція», типи цифрових зв'язків в електронній комерції, етапізацію процесу електронної комерції.

**Мета і завдання дослідження.** Метою дисертаційної роботи є розвиток теоретико-методологічних засад дослідження проблеми розвитку електронної комерції та розробка науково-практичних рекомендацій щодо забезпечення конкурентних переваг національного бізнесу шляхом імплементації стратегій його адаптації до процесу глобальної інформаційної дигіталізації.

Для досягнення зазначеної мети було поставлено і вирішено такі завдання:

- дослідити детермінанти трансформацій інформаційної глобалізації в епоху дигіталізації;
- систематизувати напрями інтеграції цифрових технологій у ланцюги створення вартості у глобальному бізнесі ;
- визначити сутність та особливості функціонування електронної комерції;
- дослідити світові тенденції інтеграції інформаційно-комунікаційних технологій в організацію діяльності міжнародних компаній;
- проаналізувати глобальні тренди розвитку електронної комерції в контексті інформаційної глобалізації;
- визначити детермінанти розвитку електронної комерції в Україні;
- визначити канали впливу електронної комерції на інклюзивність економічного розвитку;
- розробити підходи до моделювання бізнес-процесів віртуальної організації;
- узагальнити підходи до подальшого розвитку державної політики у сфері цифрових трансформацій та підтримки розвитку електронного бізнесу.

*Об'єктом дослідження* є процес розвитку електронної комерції в умовах глобальної дигіталізації.

*Предметом дослідження* є теоретичні засади й організаційно-економічні важелі розвитку електронної комерції та стратегії розвитку конкурентних переваг електронного бізнесу в умовах прискорення глобальної дигіталізації.

**Методи дослідження.** Теоретичною та методологічною основою дисертаційної роботи є положення сучасної економічної теорії, наукові праці провідних вітчизняних і зарубіжних вчених у сфері дослідження проблем міжнародних економічних відносин, зокрема розвитку електронного бізнесу в умовах глобальної дигіталізації.

У процесі дослідження використано загальнонаукові та спеціальні наукові методи: діалектичний, системно-структурний методи; теоретичного узагальнення, аналізу, синтезу; методи теоретичного узагальнення, аналізу, синтезу та групування; логіко-історичний метод, дедукція та індукція; методи аналізу, індукції, дедукції, економіко-математичного моделювання та порівняння; теоретичного узагальнення, абстрагування, індукції та дедукції; статистичні методи, методи порівняльного аналізу; системно-динамічне моделювання та кореляційно-регресійний метод; методи теоретичного узагальнення, абстрагування, формалізації.

*Інформаційну базу дослідження* становлять офіційні матеріали та публікації комісій ООН, Світового банку, Організації економічного співробітництва та розвитку, Всесвітнього економічного форуму, а також

Закони України, постанови Кабінету Міністрів України, дані Державної служби статистики України, монографічна та періодична література, результати власних досліджень автора.

**Наукова новизна одержаних результатів** полягає в поглибленні теоретико-методологічних засад дослідження проблеми розвитку електронної комерції та розробці науково-практичних рекомендацій щодо забезпечення конкурентних переваг національного бізнесу у процесі його інтеграції до глобальної дигіталізації. Основні наукові результати, які характеризують новизну виконаного дослідження, полягають у такому:

*удосконалено:*

*теоретико-методологічні засади дослідження глобальної дигіталізації, а саме:* надано визначення поняття «глобальна дигіталізація», під яким пропонується розуміти перетворення глобального середовища взаємодії, комунікацій, ділових функцій та бізнесу у нові моделі, засновані на використанні цифрових технологій та інформації, що прискорює взаємодію, обмін даними та комунікації, розширює простір ділових операцій через інтеграцію цифрових та фізичних способів організації бізнесу; визначення *напрямів інтеграції цифрових технологій* у глобальні ланцюги створення вартості, що включають *сферу взаємодії з клієнтами*, а саме: способи ідентифікації клієнтів (автоматизовану систему сегментації клієнтів; формалізацію соціальної інформації про клієнтів); способи «он-лайн зростання» (дигітально підсилені продажі; маркетингове передбачення; впорядкований клієнто-орієнтований процес); формування точок дотику з клієнтами (клієнтський сервіс, крос-канальна узгодженість, самообслуговування); *сферу операційних процесів*, а саме: дигіталізацію виробничого процесу (автоматизовані технології виробництва; автоматизована ощадлива система управління витратами); дигіталізацію організації праці (режим роботи «будь-де в будь-який час», поширення та прискорення комунікацій, розвиток гнучких навичок); підвищення продуктивності менеджменту (операційна відкритість, прийняття рішень, засноване на аналізі баз даних); *сферу побудови бізнес-моделі*, а саме: дигітально-модифікований бізнес (аугментація «продукти / послуги», перехід від фізичного до цифрового бізнесу, цифрове супроводження бізнесу); розвиток нових видів цифрового бізнесу (розробка нових цифрових продуктів, зміна організаційних меж, платформізація); цифрова глобалізація ланцюгів створення вартості (інтеграція підприємств, цифрова організація процесу прийняття рішень, автоматизація прийняття рішень);

визначення *етапів цифрових трансформацій бізнесу*, серед яких пропонується виділяти такі: «Ера ІТ-майстерності» (кінець 90-х років – початок 2000-х рр.), що фокусується на розробці нових інформаційних технологій, способах програмування, управління системами, етап ізольованих, внутрішньо та зовнішньо роз'єднаних акторів та спорадичних інновацій; «Ера індустріалізації ІТ» (друге десятиріччя 2000-х рр.), що характеризується фокусом на ефективності та результативності процесів, розширенням можливостей у сфері ІТ-менеджменту, аутсорсингом зобов'язань та послуг; «Ера дигіталізації бізнесу» (теперішній час), що фокусується на глибоких інноваціях поза оптимізацією процесів, експлуатацією всесвіту цифрових

технологій та інформації, інтегрованого бізнесу та ІТ-інновації, потребою гнучкішому потенціалі, опануванні бізнес-моделей, що підтримуються цифровими технологіями, он-лайн-масштабуванні вгору та вниз по організаційній структурі, прискоренні змін, дослідженнях та розробці рішень в умовах невизначеності;

*теоретико-методологічні засади дослідження електронної комерції*, а саме: визначення поняття «електронна комерція», під яким пропонується розуміти будь-який вид торгівельно-підприємницької, торговельної, комерційно-посередницької діяльності, участі у торгівлі, продажу товарів, нерухомості, цінних паперів, наданні послуг з метою одержання прибутків, який здійснюється дистанційним способом із використанням інформаційно-телекомунікаційних систем; *основні типи зв'язків, що виникають у процесі електронної комерції* між урядами, підприємствами, приватними особами/споживачами та іншими державними та приватними організаціями, до яких пропонується відносити: B2B – операції, що відбуваються між підприємствами у процесі створення вартості або розподілу товарів, B2C – операції, що включають у себе продажі підприємствами сфери електронної комерції споживачам як шляхом традиційних роздрібних продажів, так і через виробничі фірми, які використовують додатковий онлайн-канал для збуту, C2C – операції, що виникають у процесі використання секційної реклами через онлайнів аукціонні платформи та онлайн-спільноти, B2G – операції, в яких покупцем виступає державний орган; *основні етапи бізнес-процесу у сфері електронної комерції*: збір інформації, узгодження, транзакція та доставка, на кожному з яких існують як потенційні можливості, так і потенційні виклики, для учасників транзакції: стимулювання створення нових робочих місць у секторі ІКТ, зниження міжнародних торгівельних бар'єрів, зростання експортних можливостей, зростання продуктивності бізнесу, розширення можливостей для інклюзивного розвитку, загострення конкуренції, прискорення транзакцій та бізнес-процесів;

*дістали подальшого розвитку:*

*визначення системи світових детермінант розвитку електронної комерції в епоху глобальної дигіталізації*, до якої відносяться: високі темпи зростання, переважання транзакцій «бізнес для бізнесу» та прискорене зростання сегменту «бізнес для споживачів»; переважання ринків Північної Америки та Європи за кількістю Інтернет-покупців; стрімке зростання сегменту «бізнес для споживачів» у країнах Азії та Африки, залежність масштабів розвитку електронної торгівлі від швидкості технологічних змін, що відбуваються на ринках (зростання соціальної мережевої активності, розширення доступу до Інтернету, інновації в секторі поставок, розвиток ІТ-інфраструктури); стрімке поширення трансграничних транзакцій в електронній торгівлі країн, що розвиваються;

*кількісний інструментарій моделювання ефективності віртуального підприємства*, що включає алгоритм використання кореляційно-регресійного, кластерного аналізу та системно-динамічного моделювання з метою визначення найважливіших тригерів бізнес-моделі віртуального підприємства, за

результатами апробації якого було визначено переважний вплив витрати на розробку віртуального підприємства та витрати на залучення партнерів до формування доходів віртуальних компаній. Використання методу системно-динамічного моделювання причинно-наслідкових зв'язків між доходами віртуальної інтегрованої платформи з надання послуг у сфері охорони здоров'я та факторами зовнішнього середовища дало можливість визначити оптимальну частку інвестицій в інноваційні маркетингові методи просування послуг на ринку в загальних витратах компанії;

підтвердження *гіпотези* про вплив електронної комерції на інклюзивну складову сталого розвитку країн, зокрема зменшення бідності у всіх її формах (завдяки розширенню можливостей доступу до онлайн-платформ з рекрутингу у сегментах «Gig-робота» та «Хмарна робота», створенню додаткових віртуальних робочих місць та отримання доходів від віртуального бізнесу, розширенню доступу до глобальних ринків та ланцюгів створення вартості); забезпечення всеохопної і якісної освіти, розширення можливостей для навчання протягом усього життя (завдяки доступу до онлайн-послуг з базової освіти, цифрових освітніх платформ у сегменті «освіта протягом життя», інформальної освіти, заснованій на досвіді використання ІТ-технологій, цифрових платформ з надання інформації); сприяння стійкому економічному зростанню, продуктивній зайнятості та гідній праці (у зв'язку із можливостями інтеграції фізичного, напіваавтоматичного та автоматичного способів організації бізнесу, зростання можливостей для просування товарів і послуг малого і середнього бізнесу, приватних підприємств на глобальному рівні), стійкий розвиток інфраструктури (завдяки прискореному розвитку нових технологій, зменшенню розривів у інноваційному розвитку країн), скорочення нерівності (завдяки розширенню доступу соціально вразливих категорій до якісних соціальних послуг та можливостей отримання прибутку).

**Практичне значення одержаних результатів** полягає в тому, що отримані в процесі дослідження теоретичні результати слугували основою формування рекомендацій щодо забезпечення конкурентних переваг національного бізнесу шляхом імплементації стратегій його адаптації до процесу глобальної інформаційної дигіталізації.

Основні положення, висновки та результати дисертаційного дослідження впроваджено:

*на регіональному рівні:* у діяльності Інституту економіки промисловості НАН України (довідка №337 від 08.10.2020 р.) при підготовці науково-аналітичної записки «Пропозиції технічних завдань до Плану заходів з реалізації у 2021–2023 роках Стратегії розвитку Вінницької області на 2021–2027 роки (вих. лист. № 127/к-309 від 24.09.2020 р.) у межах НДР «Формування інституційного середовища модернізації економіки старопромислових регіонів України» (0118U004490, 2018–2021 рр.) – удосконалене визначення типів зв'язків між урядами, підприємствами, приватними особами/споживачами та іншими державними та приватними організаціями, що виникають у процесі електронної комерції; Департаменту міжнародного співробітництва та регіонального розвитку Вінницької обласної державної адміністрації (довідка № 2182/01 від 22.10.2020 р.) – удосконалені автором

методологічні засади дослідження глобальної дигіталізації, а саме: визначене поняття «глобальна дигіталізація»; а також визначені напрями цифрових трансформацій бізнесу, що включають сферу взаємодії з клієнтами, а саме: способи ідентифікації клієнтів; способи «топ-лайн зростання»; систематизовані напрями цифрових трансформацій бізнесу, що включають сферу взаємодії з клієнтами, сферу операційного процесу та сферу побудови бізнес-моделі;

*на рівні підприємств:* у практичній діяльності ТОВ «Аналізи.ПРО» (акт про впровадження №1-150920 від 15.09.2020 р.) – розвинутий автором кількісний інструментарій моделювання ефективності віртуального підприємства, який враховує найбільш важливі тригери бізнес-моделі – витрати на розробку віртуального підприємства та витрати на залучення партнерів, дало можливість встановити вплив інвестицій в інноваційні маркетингові методи просування послуг компанії на ринку щодо формування доходів, а також змодельовати процес цільового збільшення доходів компанії.

Результати досліджень використовуються у навчальному процесі Донецького національного університету імені Василя Стуса при викладанні навчальних дисциплін «Міжнародні економічні відносини», «Дигітальна економіка», «Електронна комерція» (довідка № 103/01.1.3-43 від 03.11.2020 р.).

**Особистий внесок здобувача.** Наукові положення, висновки і рекомендації, які виносяться на захист, одержані автором особисто. Усі результати, викладені в дисертаційній роботі, одержані здобувачем самостійно і знайшли відображення в наукових публікаціях автора. Із наукових праць, опублікованих у співавторстві, у дисертації використано лише ті положення, ідеї та висновки, які є результатом самостійної роботи здобувача.

**Апробація результатів дослідження.** Основні результати дослідження доповідалися та отримали схвалення на міжнародних і всеукраїнських науково-практичних конференціях і семінарах: «Сучасні проблеми економіки» (м. Київ, 2018 р.), «Національна економіка в умовах глобалізації: тенденції, проблеми та перспективи» (м. Полтава, 2018 р.), «Управління розвитком соціально-економічних систем: глобалізація, підприємництво, стале економічне зростання» (м. Вінниця, 2017 р., 2019 р., 2020 р.), «Діджиталізація сучасної системи міжнародних економічних відносин» (м. Київ, 2019 р.).

**Публікації.** За темою дослідження опубліковано 11 наукових праць загальним обсягом 5,52 д.а., з яких особисто автору належить 4,72 д.а., у тому числі 1 стаття у періодичних наукових виданнях інших держав, які входять до Організації економічного співробітництва та розвитку та/або Європейського Союзу (у співавторстві), 5 статей у наукових виданнях, включених до переліку наукових фахових видань України (із них 1 – у співавторстві), 5 публікацій за матеріалами науково-практичних конференцій.

**Структура та обсяг дисертації.** Дисертація складається зі вступу, трьох розділів, списку використаних джерел, додатків. Загальний обсяг дисертації – 241 сторінка. Робота містить 22 таблиці, з них 2 таблиці займають 7 повних сторінок, 57 рисунків, з них 2 рисунки займають 2 повні сторінки, 4 додатки на 17 сторінках, список використаних джерел із 175 найменувань на 18 сторінках. Обсяг основного тексту дисертації становить 197 сторінок.



## ОСНОВНИЙ ЗМІСТ ДИСЕРТАЦІЇ

У **вступі** обґрунтовано актуальність теми, її зв'язок з науковими програмами, темами; визначено мету, завдання, об'єкт, предмет і методи дослідження; розкрито наукову новизну та практичне значення одержаних результатів, особистий внесок здобувача; надано інформацію про апробацію, публікації та структуру роботи.

У **першому розділі «Теоретико-методологічні засади дослідження розвитку електронної комерції в умовах глобальної дигіталізації»** досліджено детермінанти трансформацій інформаційної глобалізації в епоху дигіталізації; систематизовано напрями інтеграції цифрових технологій у ланцюги створення вартості в глобальному бізнесі; визначено сутність та особливості функціонування електронної комерції.

Системоутворювальною ідеєю концепції інформаційної економіки і, відповідно, інформаційного суспільства є використання знаннєвої інформації для продукування конкурентного на світовому ринку нового продукту. Синергія інформаційної економіки, заснованої на знаннях, та стрімкого розвитку інформаційно-комунікаційних технологій та доступу до Інтернету обумовило радикальні трансформації у глобальній економіці, що пов'язані із всеохопним проникненням цифрових технологій, автоматизацією та проникненням ІТ у всі сфери економіки, феноменом зміни бізнес-моделей, патернів конкурентних переваг економічних систем різних рівнів у залежності від їх готовності до впровадження цифрових технологій, безпрецедентним зростанням обсягів даних та можливостей їх використання для нових технологій управління бізнесом.

Еволюція концепції цифрової економіки, з моменту першого її визначення у середині 1990-х, відображає прискорений характер зміни у технологіях та їх використання підприємствами та споживачами. Наприкінці 1990-х років переважна частка досліджень цієї сфери стосувалася сприйняття Інтернету та осмислення його економічних наслідків (з посиланням на поняття «Інтернет-економіка»). Відповідно до розширення використання Інтернету з середини 2000-х рр. дослідження все більше зосереджувалися на передумовах, за яких діє та зростає Інтернет-економіка. Визначення детермінант розвитку Інтернет-економіки еволюціонували відповідно до аналізу політик та цифрових технологій, з одного боку, і зростання ІКТ та дигітально-орієнтованих фірм як ключових акторів – з іншого. З покращенням проникнення Інтернету в країни, що розвиваються, і розширенням асортименту цифрових фірм, продуктів і послуг було засновано новий напрям досліджень – дослідження цифрової економіки. За останні кілька років напрям дискусії сфокусувався на дослідженнях каналів дифузії цифрових технологій, послуг, продуктів, техніки та навичок по країнах світу. Цей процес часто називають дигіталізацією, що визначається як трансформації бізнесу завдяки використанню цифрових технологій, продуктів та послуг. Цифрові продукти та послуги сприяють більш швидким змінам у різних галузях економіки, не обмежуючись лише високотехнологічними секторами, як це було раніше.

Узагальнювальні існуючі підходи до визначень таких понять та категорій, як «глобалізація» та «дигіталізація» («цифровізація»), під поняттям «глобальної дигіталізації» пропонується розуміти перетворення глобального середовища взаємодії, комунікацій, ділових функцій та бізнесу у нові моделі, засновані на використанні цифрової інформації, що знижує асиметрію доступу до глобальних ринків товарів і послуг, прискорює взаємодію, обмін даними та комунікації, розширює простір ділових операцій через інтеграцію цифрових та фізичних способів організації бізнесу.

У роботі визначено, що напрями інтеграції цифрових технологій у глобальні ланцюги створення вартості включають сферу взаємодії з клієнтами (способи ідентифікації клієнтів; способи «онлайн зростання»; формування точок дотику з клієнтами); сферу операційних процесів (дигіталізацію виробничого процесу; дигіталізацію організації праці підвищення продуктивності менеджменту); сферу побудови бізнес-моделі (дигітально-модифікований бізнес; розвиток нових видів цифрового бізнесу; цифрову глобалізацію ланцюгів створення вартості) (рис. 1).

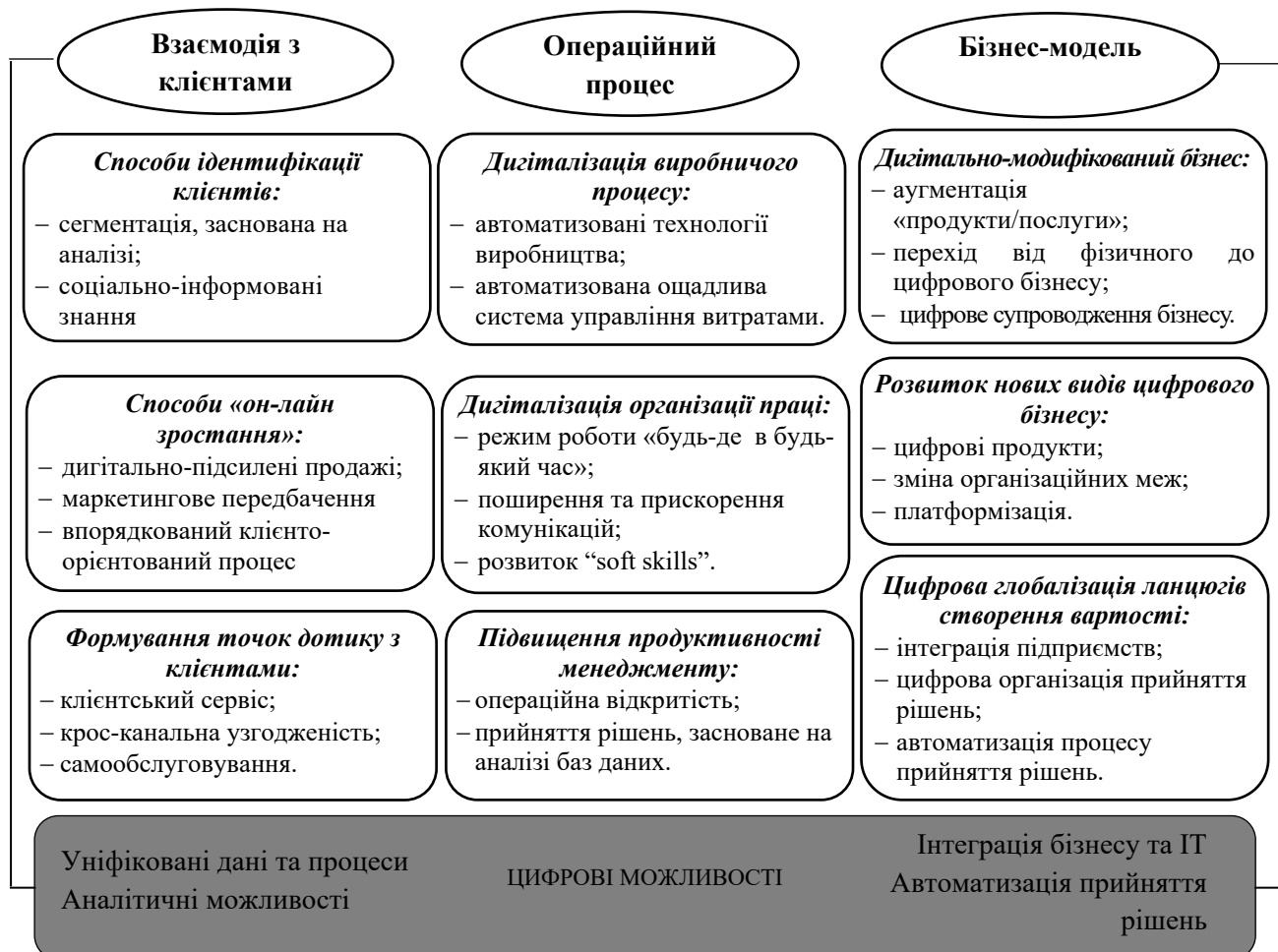


Рис. 1. Напрямки цифрових трансформацій бізнесу

Серед етапів цифрових трансформацій бізнесу пропонується виділяти такі: «Ера ІТ-майстерності» (кінець 90-х років – початок 2000-х рр.), що фокусується на розробці нових інформаційних технологій, способах

програмування, управління системами, етап ізольованих, внутрішньо та зовнішньо роз'єднаних акторів та спорадичних інновацій; «Ера індустріалізації ІТ» (друге десятиріччя 2000-х рр.), що характеризується фокусом на ефективності та результативності процесів, розширенням можливостей у сфері ІТ-менеджменту, аутсорсингом зобов'язань та послуг; «Ера дигіталізації бізнесу» (теперішній час), що фокусується на глибоких інноваціях поза оптимізацією процесів, експлуатацією всесвіту цифрових технологій та інформації, інтегрованого бізнесу та ІТ-інновації, потребою гнучкішому потенціалі, опануванні бізнес-моделей, що підтримуються цифровими технологіями, онлайн-масштабуванні вгору та вниз по організаційній структурі, прискоренні змін, дослідженнях та розробці рішень в умовах невизначеності.

Визначено, що електронна комерція є складовою частиною цифрової економіки, способом її практичної реалізації, що на сьогодні найбільш динамічно розвивається. За своєю природою електронна торгівля є продуктом сучасного розвитку Інтернет-технологій. Під електронною комерцією пропонується розуміти будь-який вид торговельно-підприємницької, торговельної, комерційно-посередницької діяльності, участі у торгівлі, продажу товарів, нерухомості, цінних паперів, наданні послуг з метою одержання прибутків, який здійснюється дистанційним способом із використанням інформаційно-телекомунікаційних систем.

До основних типів зв'язків, що виникають у процесі електронної комерції між урядами, підприємствами, приватними особами/споживачами та іншими державними та приватними організаціями, пропонується відносити такі: B2B – операції, що відбуваються між підприємствами у процесі створення вартості або розподілу товарів, B2C – операції, що включають у себе продажі підприємствами сфери електронної комерції споживачам як шляхом традиційних роздрібних продажів, так і через виробничі фірми, які використовують додатковий онлайн-канал для збуту, C2C – операції, що виникають у процесі використання секційної реклами через онлайніві аукціонні платформи та онлайн-спільноти, B2G – операції, в яких покупцем виступає державний орган.

Запропоновано основний бізнес-процес у сфері електронної комерції ділити на чотири етапи: збір інформації, узгодження, транзакція та доставка. Визначено, що на кожному з етапів існують, як потенційні можливості, так і потенційні виклики, для учасників транзакції: стимулювання створення нових робочих місць у секторі ІСТ, зниження міжнародних торговельних бар'єрів, зростання експортних можливостей, зростання продуктивності бізнесу, розширення можливостей для інклюзивного розвитку територій, які знаходяться на відстані від центрів ділової активності, людей з обмеженими можливостями та малих фірм з обмеженими фінансовими ресурсами, загострення конкуренції на вітчизняному та міжнародному ринках, прискорення транзакції та бізнес-процесів.

**У другому розділі «Аналіз динаміки розвитку електронного бізнесу в умовах глобальної дигіталізації»** досліджено світові тенденції інтеграції інформаційно-комунікаційних технологій в організацію діяльності

міжнародних компаній; визначено глобальні тренди розвитку електронної комерції в контексті інформаційної глобалізації; узагальнено детермінанти розвитку електронної комерції в Україні.

Робототехніка, штучний інтелект, Інтернет речей, хмарні обчислення, аналіз баз великих даних, тривимірний друк та електронні платежі, які є основою цифрової економіки, революційно змінюють усталені підходи до організації і управління міжнародними виробничими системами, відкриваючи нові можливості для координації бізнес-процесів на відстані, прискорюючи комунікації всередині бізнес-систем, у системах «B2B» та «B2C», збільшуючи оборотність ресурсів, скорочуючи життєві цикли продуктів та технологій, прискорюючи їх вихід на новий рівень.

Аналіз останніх тенденцій інтеграції інформаційно-комунікаційних технологій в організацію діяльності міжнародних компаній вказує на високий рівень географічної концентрації майже у всіх аспектах цифрової економіки та цифрової інфраструктури, зокрема у США та Китаї.

Визначено, що за останні десятиріччя електронна комерція демонструє значні темпи зростання і в найближчі роки очікується, що ця динаміка буде тільки пришвидшуватися; транзакції «бізнес для бізнесу» складає левову частку електронної комерції, проте сегмент «бізнес для споживачів» демонструє швидші темпи зростання.

У всьому світі у 2018 році електронна комерція подвоїлася у порівнянні з 2013 роком з 1,2 трлн доларів США до 2,4 трлн доларів США (рис. 2). Найшвидший темп зростання зафіксований в Азії та Тихоокеанському регіоні, де частка ринку зросла з 28% у 2013 році до 37% у 2018 році. Іншими регіонами, що збільшили свою частку на світовому ринку, є Близький Схід та Африка. Світова статистика фіксує значне зростання електронної торгівлі в країнах, що розвиваються. Китай перетворився з регіонального в глобального лідера електронної торгівлі в сегменті «бізнес для споживачів».

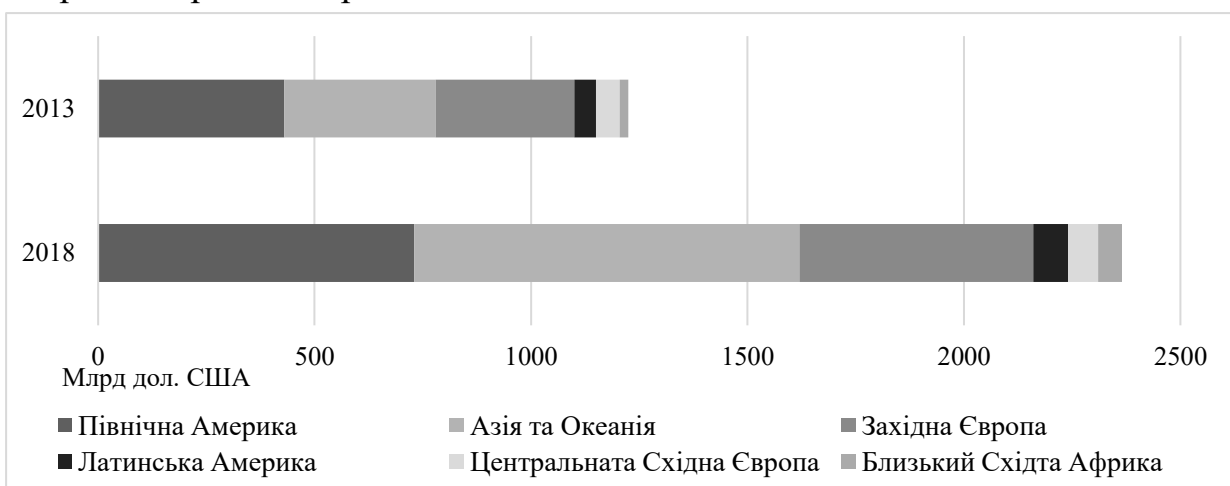


Рис. 2. Продажі електронної комерції B2C у країнах світу за регіонами, 2013 та 2018 роки

Мобільні гроші покращили фінансову інтеграцію, прискорюючи відповідно темпи зростання електронної комерції. Це особливо є характерним

для країн з низьким рівнем доходу в Африці на південь від Сахари, де частка населення віком від 15 років, що має мобільний грошовий рахунок, збільшилася до 21 відсотка у 2018 році. Масштаби розвитку електронної торгівлі поширюються відповідно до технологічних змін, які відбуваються в країнах. Зростання соціальної мережевої активності розширення доступу до Інтернету, інновації в секторі поставок дають можливість залучати до електронної торгівлі ландшафт країн, що розвиваються. Локальні підприємства електронної торгівлі, іноді за підтримки іноземних інвесторів, також мають значний потенціал до зростання. Найбільша частка електронної торгівлі зафіксована в секторі комп'ютерної техніки та послуг, пов'язаних з цим сектором.

Трансграничні транзакції є характерними для електронної торгівлі країн, що розвиваються. У зв'язку з цим такі чинники, як час транзиту, логістика, витрати на доставку морем, небажання використовувати онлайн платежі, брак прозорості у постачанні та ціноутворенні є визначальними для розвитку електронної комерції в цих країнах.

Новітньою тенденцією розвитку цифрової економіки є її платформізація, яка змінює форми відносини між користувачем і виробником, що виникають у процесі електронної комерції, в тому числі за рахунок залучення клієнтів інформації та взаємодії значно більшою мірою, ніж у традиційній електронній комерції. Платформи електронної комерції об'єднують ширше коло покупців і продавців і надають можливості пропонувати більшу різноманітність товарів та послуг. На рисунку 3 наведено ілюстрацію нового ландшафту електронної комерції. Декілька основних платформ електронної комерції (наприклад, Amazon, Alibaba Group, eBay та Rakuten) охоплюють значні сегменти загального ринку, що отримують вигоду від економії на масштабі та мережеві ефекти.

Український ринок електронної комерції оцінюється як один з найбільш динамічно зростаючих. Цьому сприяє, в першу чергу, достатньо високий рівень доступності Інтернету – 63 % населення є користувачами Інтернету, близько 19 мільйонів українців користуються соціальними мережами. Якщо порівнювати 2019 та 2020 роки, кількість користувачів Інтернету та користувачів соціальних мереж зростає. 97 % трафіку в соціальних мережах генерується за допомогою мобільних телефонів. На темпи зростання споживачів електронної комерції у 2020 році значно вплинула пандемія та запроваджені карантинні обмеження. За підсумками 2020 року загальна сума фізичних товарів і послуг, що були придбані українцями в Інтернеті, сягнула 107 млрд грн, що на 41 % більше ніж у 2019 році, кількість онлайн-оплат зросла на 50 %. Не зважаючи на високі темпи зростання сектору електронної комерції в Україні, в роботі, на основі проведеного експертного опитування, серед бар'єрів активізації розвитку електронної комерції визначено: недостатність довіри до продавця (52,6 %), відсутність інформації та недостатність навичок у галузі цифрових технологій (15,8 %), недостатність довіри до безпеки розрахунків – 21,1 %, небажання ділитися персональною інформацією – 10,5 %.

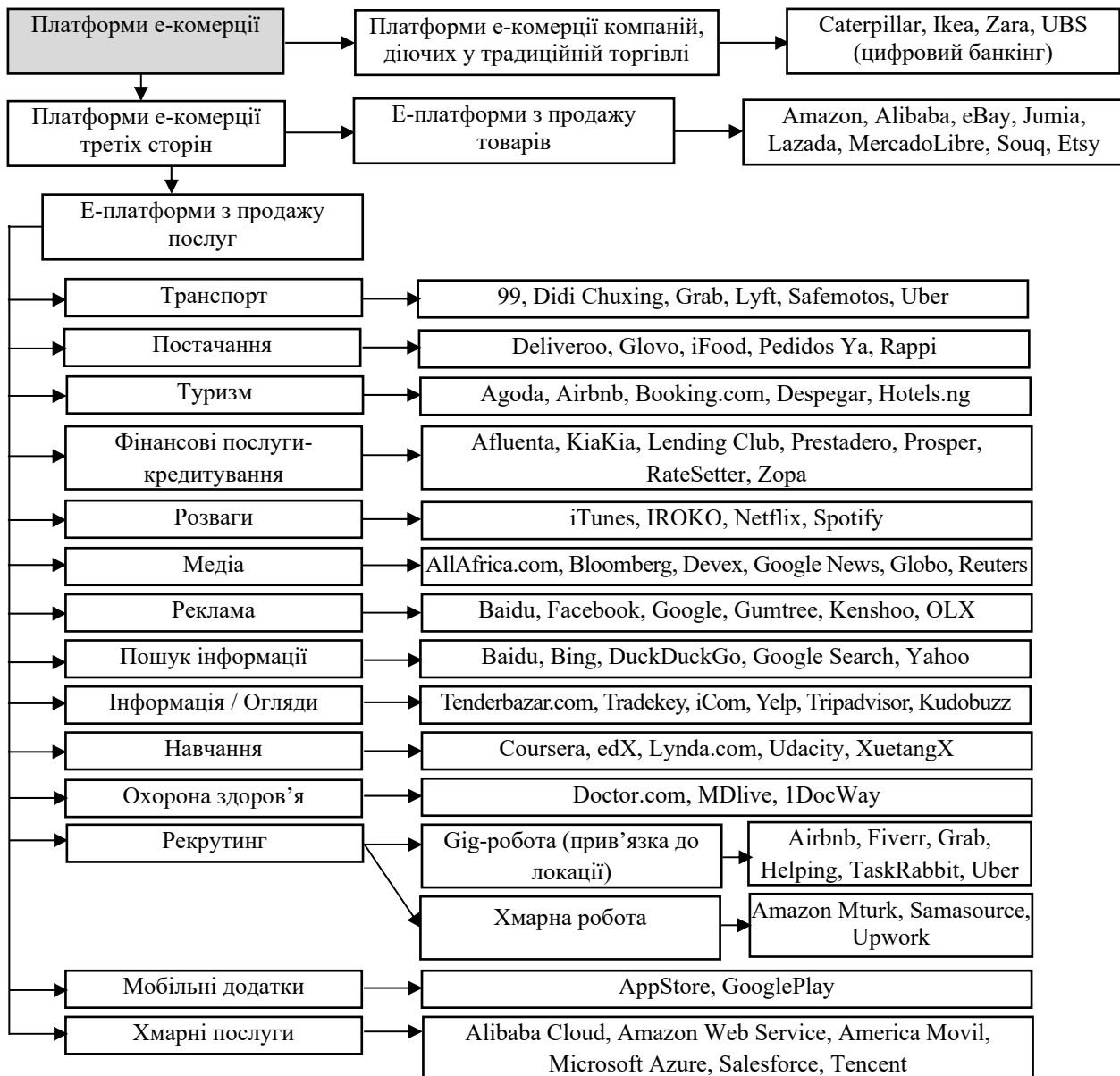


Рис. 3. Ландшафт цифрових платформ електронної комерції

У третьому розділі «Механізми конкурентної інтеграції бізнесу у процес глобальної дигіталізації» визначено канали впливу електронної комерції на інклюзивність економічного розвитку; узагальнено важелі та інструменти механізму державної підтримки розвитку електронного бізнесу; запропоновано підходи до моделювання бізнес-процесів віртуальної організації.

Проведене дослідження дало підстави для підтвердження гіпотези про вплив електронної комерції на інклюзивну складову сталого розвитку країн, зокрема передумови розвитку електронної комерції, що включають доступний мобільний зв'язок, доступ до широкопasmового Інтернету, взаємозв'язок між послугами та пристроями, ефективне регулювання ринку телекомунікацій, а також навички та інфраструктура, необхідні для забезпечення транзакцій, розширюють «жорсткі» та «м'які» можливості для залученості більш широких верств населення до економічної діяльності, соціальних послуг та інформації,

зменшення «цифрових розривів» між сільською та міською місцевостями, а також різними віковими та соціальними групами, що в кінцевому рахунку сприяє досягненню таких Цілей сталого розвитку, як «Повсюдна ліквідація бідності у всіх її формах» (завдяки розширенню можливостей доступу до онлайн-платформ з рекрутингу у сегментах «Gig-робота» та «Хмарна робота», створенню додаткових віртуальних робочих місць та отриманню доходів від віртуального бізнесу, розширенню доступу до глобальних ринків та ланцюгів створення вартості); «Забезпечення всеохопної і справедливої якісної освіти і заохочення можливості навчання протягом усього життя для всіх» (завдяки доступу до онлайн-послуг з базової освіти, цифрових освітніх платформ у сегменті «освіта протягом життя», інформальної освіти, заснованій на досвіді використання ІТ-технологій, цифрових платформ з надання інформації); «Сприяння поступальному, всеохопному і стійкому економічному зростанню, повної і продуктивної зайнятості та гідної роботи для всіх» (у зв'язку із можливостями інтеграції фізичного, напіваавтоматичного та автоматичного способів організації бізнесу, зростання можливостей для просування товарів і послуг малого і середнього бізнесу, приватних підприємців на глобальному рівні), «Створення стійкої інфраструктури, сприяння всеосяжній і стійкій індустріалізації та інноваціям» (завдяки прискореному розвитку нових технологій, зменшенню розривів у інноваційному розвитку країн), «Скорочення нерівності усередині країн і між ними» (завдяки розширенню доступу соціально вразливих категорій до якісних соціальних послуг та можливостей отримання прибутку).

Вплив Інтернету виявився значно більшим на малий та середній бізнес, ніж на приватні ділові мережі, які були більш готовими до цифрових змін. Переважна більшість експорту малих фірм у 2018 році здійснювалася за підтримки цифрових технологій (97-100%). Поширення інформації про пропозицію товарів і послуг через рекламу в Інтернеті дало можливість підприємствами малого та середнього бізнесу розширити кількість країн, що залучені до їх ділових транзакцій (у середньому 63 країни для малих підприємств Китаю та 57 країн – Кореї).

У роботі отримав подальший розвиток кількісний інструментарій моделювання ефективності віртуального підприємства, який на засадах використання кореляційно-регресійного та кластерного аналізу дав можливість визначити найбільш важливі тригери бізнес-моделі віртуального підприємства, що включають витрати на розробку віртуального підприємства та витрати на залучення партнерів, які мають найбільший вплив на формування доходів компанії (рис. 4, табл. 1).

Використання методу системно-динамічного моделювання причинно-наслідкових зв'язків між доходами віртуальної інтегрованої платформи з надання послуг у сфері охорони здоров'я та факторами зовнішнього середовища (показників розвитку галузі, добробуту населення – доходу на душу населення, обсягу реалізованих інтернет послуг) дало можливість визначити оптимальну частку інвестицій в інноваційні маркетингові методи просування послуг компанії на ринку в загальних витратах компанії.

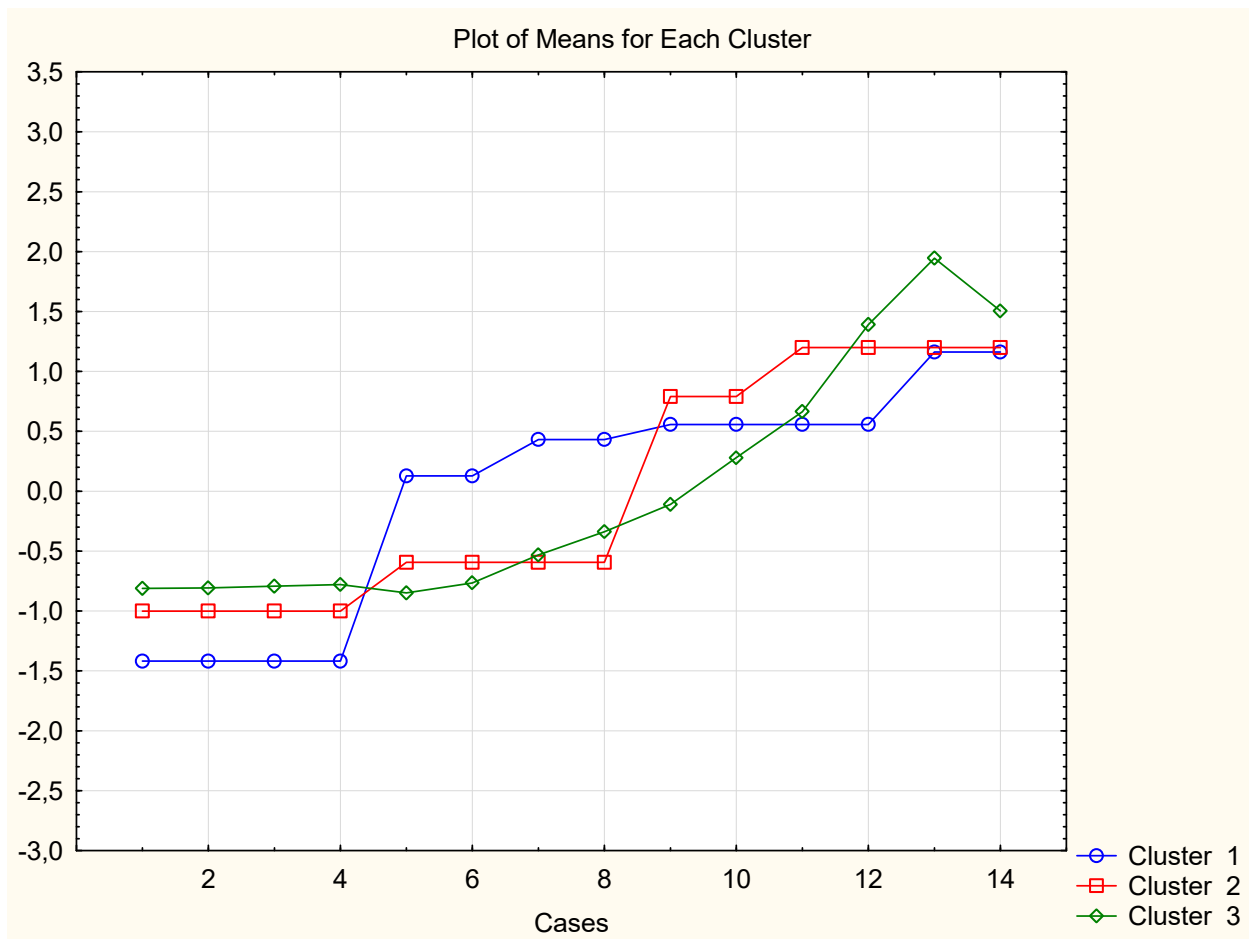


Рис. 4. Графіки K-means кластеризації факторів

Таблиця 1

### Кластери факторів

1 кластер	2 кластер	3 кластер
Витрати на адміністрування електронної платформи	Витрати на розробку віртуального підприємства	Кількість відвідувачів
Витрати на маркетингові дослідження	Витрати на залучення партнерів (лабораторій)	Кількість клієнтів (відвідувач що зробив замовлення)
Витрати на рекламу та просування		Доходи
		Прибутки

Державна політика України у сфері сприяння розвитку цифрових трансформацій у бізнесі має бути спрямована на: впровадження цифрових технологій у середню освіту; розробку та впровадження комплексної освітянської програми набуття цифрових компетенцій та навичок дорослим населенням; розвиток цифрової інфраструктури; розробці та впровадженні програми розвитку «Індустрії 4.0.»; удосконалення законодавчого регулювання електронної торгівлі в частині відповідальності власників маркетплейсів перед споживачем за недобросовісні дії сторонніх продавців; запровадження механізмів швидкого блокування недобросовісних суб'єктів електронної комерції; врегулювання правил розміщення інформації про продавця; мінімізацію державного втручання у стосунки між споживачами та суб'єктами господарювання; запровадження механізмів досудового врегулювання спорів та реєстру операторів у сфері електронної комерції.



## ВИСНОВКИ

У результаті проведеного дослідження вирішено важливе наукове завдання - поглиблено теоретико-методологічні засади дослідження проблеми розвитку електронної комерції та розроблено науково-практичні рекомендації щодо забезпечення конкурентних переваг національного бізнесу у процесі його інтеграції до глобальної дигіталізації, що дозволило зробити такі висновки:

1. Визначено, що основною детермінантою трансформацій інформаційної глобалізації в епоху дигіталізації стала синергія продуктів економіки знань, стрімкого розвитку інформаційно-комунікаційних технологій та поширення доступу до Інтернету, що обумовило трансформації бізнесу в усіх галузях економіки, без обмеження лише високотехнологічними секторами, що було притаманним для епохи інформаційної глобалізації.

2. Удосконалено визначення напрямів інтеграції цифрових технологій у глобальні ланцюги створення вартості, що включають сферу взаємодії з клієнтами (способи ідентифікації клієнтів; способи «онлайн зростання»; формування точок дотику з клієнтами); сферу операційних процесів (дигіталізацію виробничого процесу; дигіталізацію організації праці підвищення продуктивності менеджменту); сферу побудови бізнес-моделі (дигітально-модифікований бізнес; розвиток нових видів цифрового бізнесу; цифрову глобалізацію ланцюгів створення вартості).

3. Визначено, що електронна комерція за своєю сутністю є складовою цифрової економіки, способом її практичної реалізації, що на сьогодні найбільш динамічно розвивається. За своєю природою електронна торгівля є продуктом сучасного розвитку Інтернет-технологій. Під електронною комерцією пропонується розуміти будь-який вид торговельно-підприємницької, торговельної, комерційно-посередницької діяльності, участі у торгівлі, продажу товарів, нерухомості, цінних паперів, наданні послуг з метою одержання прибутків, який здійснюється дистанційним способом із використанням інформаційно-телекомунікаційних систем.

4. Зроблено висновок, що такі напрями розвитку інформаційно-комунікаційних технологій, як робототехніка, штучний інтелект, Інтернет речей, хмарних обчислень, аналіз баз великих даних, тривимірний друк та електронні платежі революційно змінюють усталені підходи до організації і управління міжнародними виробничими системами, відкриваючи нові можливості для координації бізнес-процесів на відстані, прискорюючи комунікації всередині бізнес-систем, у системах «B2B» та «B2C», збільшуючи оборотність ресурсів, скорочуючи життєві цикли продуктів та технологій, прискорюючи їх вихід на новий рівень.

5. За останні десятиріччя електронна комерція демонструє значні темпи зростання і в найближчі роки очікується, що ця динаміка буде тільки пришвидшуватись; транзакції «бізнес для бізнесу» складає лівову частку електронної комерції, проте сегмент «бізнес для споживачів» демонструє швидші темпи зростання. У географічному вимірі найбільш динамічно зростаючими ринками є ринки країн, що розвиваються, зокрема країн Азії та Африки.

Масштаби розвитку електронної торгівлі поширюються відповідно до технологічних змін, які відбуваються на ринках. Трансграничні транзакції є характерними для електронної торгівлі країн, що розвиваються, у зв'язку з чим такі чинники, як час транзиту, логістика, витрати на доставку морем, небажання використовувати онлайн платежі, брак прозорості у постачанні та ціноутворенні, є визначальними для розвитку електронної комерції в цих країнах.

6. Фіксує високі темпи зростання сектору електронної комерції в Україні, автором визначено суттєві проблеми, що існують при створенні сприятливих умов для подальшого розвитку електронної комерції: недостатньо врегульовані відносини для забезпечення економічної конкуренції на ринках цифрових послуг; відсутні ефективні механізми нагляду (контролю) у сфері електронної комерції, спрямовані на запобігання порушенням та шахрайству.

7. Проведене дослідження дає підстави для підтвердження гіпотези про вплив електронної комерції на інклюзивну складову сталого розвитку країн, зокрема передумови розвитку електронної комерції, що включають доступний мобільний зв'язок, доступ до широкосмугового Інтернету, взаємозв'язок між послугами та пристроями, ефективне регулювання ринку телекомунікацій, а також навички та інфраструктура, необхідні для забезпечення транзакцій, розширюють «жорсткі» та «м'які» можливості для залученості більш широких верств населення до економічної діяльності, соціальних послуг та інформації, зменшення «цифрових розривів» між сільською та міською місцевостями, а також різними віковими та соціальними групами, що в кінцевому рахунку сприяє досягненню Цілей сталого розвитку.

8. Отримав подальшого розвитку кількісний інструментарій моделювання ефективності віртуальної інтегрованої платформи у сфері електронної торгівлі послугами, який на засадах використання кореляційно-регресійного, кластерного аналізу дав можливість визначити найбільш важливі тригери бізнес-моделі віртуального підприємства, а також змодельовати причинно-наслідкові зв'язки між доходами віртуальної компанії та факторами зовнішнього середовища.

9. Сформульовано напрями подальшого розвитку державної політики у сфері цифрових трансформацій, а саме: впровадження ініціатив щодо цифровізації державних установ з урахуванням таких технологічних концепцій, як багатоканальне інформування та залучення громадян, «Відкриті дані», Інтернет речей, цифрові державні платформи, блокчейн; інтеграція України до міжнародних угод та ініціатив з регулювання цифровізації глобальної економіки; розвиток цифрових платіжних систем і поширення безготівкових розрахунків; впровадження цифрових технологій у середній освіті має носити багатоплатформний наскрізний характер; розробка та впровадження комплексної освітнянської програми набуття цифрових компетенцій та навиків; розвиток цифрової інфраструктури; розробка та впровадження програми розвитку «Індустрії 4.0.», удосконалення законодавчого регулювання електронної торгівлі в частині відповідальності продавців за недобросовісні дії.

## СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

### ***Статті у періодичних наукових виданнях інших держав, які входять до Організації економічного співробітництва та розвитку та/або Європейського Союзу***

1. Orekhova T., Tertychnyi Ya. Current trends of electronic commercial development in the world markets. *Business Management*. 2019. Vol. 4. P. 39–51 (0,8 д.а. / 0,4 д.а.). *Особистий внесок здобувача полягає у визначенні сучасних трендів електронного комерційного розвитку на світових ринках.*

### ***Статті у наукових виданнях, включених до переліку наукових фахових видань України***

2. Тертичний Я. С. Детермінанти впливу цифрового бізнесу на глобальний економічний розвиток. *Економіка і організація управління*. 2016. № 4 (24). С. 363–368 (0,4 д.а.).

3. Тертичний Я. С., Орехова Т. В. Драйвери трансформацій міжнародних виробничих систем в умовах дигіталізації глобальної економіки. *Економіка і організація управління*. 2017. № 3 (27). С. 29–38 (0,8 д.а. / 0,4 д.а.). *Особистий внесок здобувача полягає у визначенні драйверів трансформацій міжнародних виробничих систем в умовах дигіталізації глобальної економіки.*

4. Тертичний Я. С. Аналіз світових тенденцій розвитку електронної комерції в контексті інформаційної глобалізації. *Економіка і організація управління*. 2018. № 3 (31). С. 137–148 (1,0 д.а.).

5. Тертичний Я. С. Сутність та природа електронної комерції. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2018. № 3 (2). С. 277–284 (0,92 д.а.).

6. Тертичний Я. С. Систематизація організаційних форм електронної торгівлі з позиції дослідження їх сутності та природи як віртуальних організацій. *Галицький економічний вісник*. 2019. Том 59. № 4. С. 133–143 (0,7 д.а.).

### ***Публікації за матеріалами конференцій***

7. Тертичний Я. С. Тенденції розвитку електронної комерції в контексті інформаційної глобалізації. *Сучасні проблеми економіки: матеріали VIII Міжнародної науково-практичної конференції*. 16 жовтня 2018 р., м. Київ. К.: НАУ, 2018. С. 119–120 (0,13 д.а.).

8. Тертичний Я. С. Методологічні аспекти дослідження розвитку електронної комерції як складової частини цифрової економіки. *Національна економіка в умовах глобалізації: тенденції, проблеми та перспективи: матеріали V Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції здобувачів вищої освіти та молодих учених*. 16 листопада 2018 р. Полтава: ПолтНТУ, 2018. С. 305–306 (0,11 д.а.).

9. Тертичний Я. С. Дигіталізація міжнародних виробничих систем в умовах глобалізації. *Управління розвитком соціально-економічних систем: глобалізація, підприємництво, стале економічне зростання: праці XVII Міжнародної наукової конференції студентів, аспірантів та молодих вчених*. 4–

6 грудня 2017 р., м. Вінниця. Вінниця: ДонНУ імені Василя Стуса, 2017. Т. 2. С. 209–211 (0,18 д.а.).

10. Тертичний Я. С. Сучасний етап розвитку міжнародної електронної комерції. *Діджиталізація сучасної системи міжнародних економічних відносин*: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції. 21 листопада 2019 р., м. Київ. Київ: Інститут міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка, 2019. С. 113–116 (0,24 д.а.).

11. Тертичний Я. С. Детермінанти розвитку електронного бізнесу в країнах Європи. *Управління розвитком соціально-економічних систем: глобалізація, підприємництво, стале економічне зростання*: праці XIX Міжнародної наукової конференції студентів, аспірантів та молодих вчених. 13–15 листопада 2019 р., м. Вінниця. Вінниця: ДонНУ імені Василя Стуса, 2019. Т. 1. С. 203–206 (0,24 д.а.).

## АНОТАЦІЯ

**Тертичний Я. С. Детермінанти розвитку електронної комерції в умовах глобальної дигіталізації. – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.**

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.02 – світове господарство і міжнародні економічні відносини. – Донецький національний університет імені Василя Стуса, Вінниця, 2021.

Дисертацію присвячено розвитку теоретико-методологічних засад дослідження проблеми розвитку електронної комерції та розробці науково-практичних рекомендацій щодо забезпечення конкурентних переваг національного бізнесу у процесі його інтеграції до глобальної дигіталізації.

Досліджено детермінанти трансформацій інформаційної глобалізації в епоху дигіталізації. Систематизовано напрями інтеграції цифрових технологій у ланцюги створення вартості у глобальному бізнесі. Визначено сутність та особливості функціонування електронної комерції. Досліджено світові тенденції інтеграції інформаційно-комунікаційних технологій в організацію діяльності міжнародних компаній. Проаналізовано глобальні тренди розвитку електронної комерції в контексті інформаційної глобалізації. Визначено детермінанти розвитку електронної комерції в Україні. Визначено канали впливу електронної комерції на інклюзивність економічного розвитку. Розроблено підходи до моделювання бізнес-процесів віртуальної організації. Узагальнено підходи до подальшого розвитку державної політики у сфері цифрових трансформацій та підтримки розвитку електронного бізнесу.

**Ключові слова:** глобальна дигіталізація, електронна комерція, інформаційна глобалізація, інформаційно-комунікаційні технології, цифрові технології, віртуальна організація, цифрові трансформації бізнесу.

## АННОТАЦИЯ

**Тертычный Я. С. Детерминанты развития электронной коммерции в условиях глобальной дигитализации. – Квалификационная научная работа на правах рукописи.**

Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.02 – мировое хозяйство и международные экономические отношения. – Донецкий национальный университет имени Василя Стуса, Винница, 2021.

Диссертация посвящена развитию теоретико-методологических основ исследования проблемы развития электронной коммерции и разработке научно-практических рекомендаций по обеспечению конкурентных преимуществ национального бизнеса в процессе его интеграции в глобальную дигитализацию.

Исследованы детерминанты трансформации информационной глобализации в эпоху дигитализации. Систематизированы направления интеграции цифровых технологий в цепи создания стоимости в глобальном бизнесе. Определена сущность и особенности функционирования электронной коммерции. Исследованы мировые тенденции интеграции информационно-коммуникационных технологий в организацию деятельности международных компаний. Проанализированы глобальные тренды развития электронной коммерции в контексте информационной глобализации. Определены детерминанты развития электронной коммерции в Украине. Определены каналы воздействия электронной коммерции на инклюзивность экономического развития. Разработаны подходы к моделированию бизнес-процессов виртуальной организации. Обобщены подходы к дальнейшему развитию государственной политики в сфере цифровых преобразований и поддержки развития электронного бизнеса.

*Ключевые слова:* глобальная дигитализация, электронная коммерция, информационная глобализация, информационно-коммуникационные технологии, цифровые технологии, виртуальная организация, цифровые трансформации бизнеса.

## SUMMARY

**Tertychnyi Ya. S. Determinants of e-commerce development in the conditions of global digitalization. – Qualification research work as a manuscript.**

Dissertation on the receipt of the scientific degree of candidate of economic sciences on speciality 08.00.02 – World economy and international economic relations. – Vasyl' Stus Donetsk National University, Vinnytsia, 2021.

The dissertation is devoted to the development of theoretical and methodological foundations of researching the issue of e-commerce development and designing scientific and practical recommendations for providing competitive advantages of national business by implementing strategies of its adaptation to the process of global information digitalization.

The determinants of the transformations of information globalization in the digital age were investigated. The integration directions of digital technologies were systematized into value chains in global business, which include the sphere of interaction with clients, the sphere of operational processes, and the sphere of building a business model. The essence and features of e-commerce were determined. The definition of the term "e-commerce" was clarified, which is proposed to imply any type of trade and business, trade, commercial and intermediary activities, participation in trade, sale of goods, real estate, securities, services for profit performed remotely by using information and telecommunication systems.

The world tendencies of integration of information and communication technologies in the organization of activity of international companies were also investigated. The global trends of e-commerce development in the context of information globalization were analyzed. The determinants of e-commerce development in Ukraine were identified. The channels of e-commerce influence on the inclusiveness of economic development were established. The dissertation confirms the hypothesis of the impact of e-commerce on the inclusive component of sustainable development of countries, in particular poverty reduction in all its forms, providing comprehensive and quality education; expanding opportunities for lifelong learning; promoting sustainable economic growth; productive employment and decent work; sustainable infrastructure development, as well as reducing inequality.

Approaches to modeling business processes of virtual organization have been developed, namely: quantitative tools for modeling the efficiency of a virtual enterprise, which include an algorithm for correlation-regression, cluster analysis and system-dynamic modeling for determining the most important triggers of a virtual enterprise business model, based on the results of which, the predominant impact of the cost of establishing a virtual enterprise and the cost of attracting partners to generate revenue for virtual companies were determined. Approaches for further development of state policy in the field of digital transformations and support of e-business development were generalized.

*Keywords:* global digitalization, e-commerce, globalization of information, information and communication technologies, digital technologies, virtual organization, digital business transformations.

**ТЕРТИЧНИЙ ЯРОСЛАВ СЕРГІЙОВИЧ**

**ДЕТЕРМІНАНТИ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ  
В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ ДИГІТАЛІЗАЦІЇ**

Спеціальність 08.00.02 – світове господарство і  
міжнародні економічні відносини

**АВТОРЕФЕРАТ**

дисертації на здобуття наукового ступеня  
кандидата економічних наук

---

Підписано до друку 17.03.2021 р.  
Формат 60×90/16. Папір офсетний.  
Друк цифровий. Гарнітура Times New Roman.  
Умов. друк. арк. 0,9.  
Тираж 100 прим. Зам. № 355.

Віддруковано з оригіналу макету замовника.  
Центр оперативного друку «Документ Принт».  
ФОП Кушнір Ю.В.  
м. Вінниця, вул. Академіка Янгеля, 4, 1-й поверх, оф. 114.  
Тел. 067 390 20 88.

---