

Костинець Юлія Володимирівна

*доктор економічних наук, доцент,
професор кафедри маркетингу, економіки, управління та адміністрування
ВНЗ «Національна академія управління»*

Kostynets Iuliia

*Doctor of Economic Sciences, Associate Professor,
Professor of the Department of Marketing, Economics,
Management and Administration
HEI "National Academy of Management"*
ORCID: 0000-0001-6427-675X

Костинець Валерія Володимирівна

*доктор економічних наук, доцент,
професор кафедри менеджменту
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана*

Kostynets Valeriia

*Doctor of Economic Sciences, Associate Professor,
Professor of the Department of Management
Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman*
ORCID: 0000-0002-4222-7620

DOI: 10.25313/2520-2294-2024-1-9617

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА МОДЕЛІ РОЗВИТКУ ЦИФРОВОГО МЕРЕЖЕВОГО ТОРГОВЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ

CONTEMPORARY TRENDS AND MODELS OF DEVELOPMENT OF DIGITAL NETWORK TRADE BUSINESS

Анотація. Вступ. Цифрова трансформація має глибокі наслідки. Нині новітні технології і зростання рівня освіти розширили доступ до інформації та цифровізацію у всіх країнах світу. Це створює можливість для формування економічних систем з новими ринками, новими видами комерційних організацій – віртуальними, новими способами доставки товарів та новими методами ведення бізнесу. Рушійною силою таких систем слугують інформаційні технології й інтелектуальний капітал. Цифровізація економіки радикально змінює спосіб спілкування, виробництва, управління та торгівлі один з одним. Цифрові технології є рушіями зростання, підвищують продуктивність за рахунок зниження витрат виробництва, сприяють економії за рахунок масштабу та більш ефективного фінансування, сприяють інноваціям шляхом заохочення обміну ідеями та розширюють і диверсифікують експортні кошики за рахунок зменшення витрат на міжнародну торгівлю. Цифровізація також може сприяти стійкості до потрясінь, ширшій моделі зростання на основі послуг і більш інклюзивному зростанню. У той же час, трансформуючи існуючі процеси та бізнес-моделі, цифровізація створює можливості та ризики з переможцями та програшми як у економіці, так і всередині неї. В свою чергу, мережевий торговельний бізнес посідає провідне місце у процесах розвитку і трансформації світового ринку, викликаних глобалізацією. Сфера цифрової торгівлі постійно й динамічно розвивається, створює робочі місця та дає значні прибутки країнам світу, відповідно зростає її частка в структурі світового ВВП та ВВП окремих країн, розвивається міжнародна торгівля.

Мета. Метою дослідження є розкриття сучасних тенденцій та моделей розвитку цифрового мережевого торговельного бізнесу.

Матеріали і методи. Матеріалами дослідження є звіти міжнародних організацій, що регулюють питання міжнародної торгівлі та міжнародної цифрової торгівлі, а також праці вітчизняних та зарубіжних авторів, що провадять свої науково-практичні дослідження у сфері торгівлі, зокрема цифрової мережевої торгівлі.

В процесі здійснення дослідження було використано наступні наукові методи: теоретичного узагальнення та групування (для характеристики основних цифрових торговельних платформ, методів та систем обслуговування; формалізації, аналізу та синтезу (для побудови схеми цифрового бізнес-середовища мережевої цифрової торгівлі); логічного узагальнення результатів (формулювання висновків).

Результати. Визначено, що для підтримки конкурентоспроможності усім суб'єктам ринку необхідно використовувати можливості діджиталізації за всіма можливими напрямками та формами: клієнтський досвід; партнерство та співробітництво; робота з даними; впровадження інновацій; стратегія розвитку персоналу та підприємницька культура; управління цінністю тощо. Компанії стали активно брати на озброєння технології автоматизації бізнес-процесів, впроваджувати інструменти управління відносинами зі споживачами та основними бізнес-процесами при формуванні управлінської концепції.

Зроблено висновок, що цифрове середовище бізнесу може бути представлене на таких рівнях: домогосподарства, приватне підприємництво, середній та великий бізнес, на галузевому рівні та на рівні національної економіки, на державному рівні і на глобальному рівні.

Відзначено, що цифрова торгівля стає гегемі важливішою та включає як торгівлю товарами та послугами, що здійснюється за цифровим замовленням (транскордонна електронна комерція (електронна комерція)), так і цифрову торгівлю (послуги, що надаються на міжнародному рівні через Інтернет або інші мережі). При цьому для середовища «Бізнес – Споживач» (B2C) канал цифрових комунікацій є одним із найпоширеніших, а канал взаємодії «Бізнес – бізнес» (B2B) є найбільш розвинутим як у розвинутих економіках, так і в Україні.

Перспективи. В подальших наукових дослідженнях пропонується зосередити увагу на індивідуалізації ритейлу та застосовуванні персоналізованого підходу в торговому та сервісному бізнесі в цифровому середовищі.

Ключові слова: торгове підприємництво, послуги, торговельні платформи, моделі, системи масового обслуговування, ритейл, канали обслуговування.

Summary. Introduction. Digital transformation has profound implications. Nowadays, the latest technologies and the growth of the level of education have expanded access to information and digitization in all countries of the world. This creates an opportunity for the formation of economic systems with new markets, new types of commercial organizations – virtual, new ways of delivering goods and new methods of doing business. The driving force of such systems is information technology and intellectual capital. The digitization of the economy is radically changing the way we communicate, produce, manage and trade with each other. Digital technologies are engines of growth, increasing productivity by reducing production costs, promoting economies of scale and more efficient financing, promoting innovation by encouraging the exchange of ideas, and expanding and diversifying export baskets by reducing international trade costs. Digitalization can also contribute to resilience to shocks, a broader service-based growth model, and more inclusive growth. At the same time, by transforming existing processes and business models, digitalization creates opportunities and risks with winners and losers both within and within the economy. In turn, network trade business occupies a leading place in the processes of development and transformation of the world market caused by globalization. The field of digital trade is constantly and dynamically developing, creating jobs and bringing significant profits to the countries of the world, accordingly, its share in the structure of the world GDP and the GDP of individual countries is growing, international trade is developing.

Purpose. The purpose of the research is to reveal the current trends and development models of the digital network trade business.

Materials and methods. The research materials are reports of international organizations that regulate issues of international trade and international digital trade, as well as the works of domestic and foreign authors conducting their scientific and practical research in the field of trade, in particular digital network trade.

In the process of carrying out the research, the following scientific methods were used: theoretical generalization and grouping (to characterize the main digital trade platforms, methods and service systems; formalization, analysis and synthesis (to build a scheme of the digital business environment of network digital trade); logical generalization of the results (formulation conclusions).

Results. It was determined that in order to maintain competitiveness, all market subjects need to use digitalization opportunities in all possible directions and forms: customer experience; partnership and cooperation; working with data; implementation of innovations; personnel development strategy and entrepreneurial culture; value management, etc. Companies began to actively adopt technology for automating business processes, implement tools for managing relations with consumers and basic business processes when forming a management concept.

It was concluded that the digital business environment can be represented at the following levels: households, private entrepreneurship, medium and large businesses, at the industry level and at the level of the national economy, at the state level and at the global level.

It is noted that digital trade is becoming increasingly important and includes both the trade of goods and services carried out on a digital order (cross-border electronic commerce (e-commerce)) and digital trade (services provided internationally via the Internet or other networks). At the same time, for the Business-to-Consumer (B2C) environment, the digital communications channel is one of the most common, and the Business-to-Business (B2B) interaction channel is the most developed both in developed economies and in Ukraine.

Discussion. In further scientific research, it is proposed to focus attention on the individualization of retail and the application of a personalized approach in trade and service business in the digital environment.

Key words: trade entrepreneurship, services, trading platforms, models, mass service systems, retail, service channels.

Постановка проблеми. Цифрова трансформація має глибокі наслідки. Нині новітні технології і зростання рівня освіти розширили доступ до інформації та цифровізації у всіх країнах світу. Це створює можливість для формування економічних систем з новими ринками, новими видами комерційних організацій — віртуальними, новими способами доставки товарів та новими методами ведення бізнесу. Рушійною силою таких систем слугують інформаційні технології й інтелектуальний капітал. Цифровізація економіки радикально змінює спосіб спілкування, виробництва, управління та торгівлі один з одним. Цифрові технології є рушійними зростання, підвищують продуктивність за рахунок зниження витрат виробництва, сприяють економії за рахунок масштабу та більш ефективного фінансування, сприяють інноваціям шляхом заохочення обміну ідеями та розширюють і диверсифікують експортні кошики за рахунок зменшення витрат на міжнародну торгівлю. Цифровізація також може сприяти стійкості до потрясінь, ширшій моделі зростання на основі послуг і більш інклюзивному зростанню. У той же час, трансформуючи існуючі процеси та бізнес-моделі, цифровізація створює можливості та ризики з переможцями та програшми як у економіці, так і всередині неї. В свою чергу, мережевий торговельний бізнес посідає провідне місце у процесах розвитку і трансформації світового ринку, викликаних глобалізацією. Сфера цифрової торгівлі постійно й динамічно розвивається, створює робочі місця та дає значні прибутки країнам світу, відповідно зростає її частка в структурі світового ВВП та ВВП окремих країн, розвивається міжнародна торгівля.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Різницю підходів Сполучених Штатів Америки та Китаю до цифрової торгівлі висвітлено у роботах Г.Гао [3]. Островський І. А., Можайкіна Н. В. розглядають у своїй роботі цифрові платформи в міжнародній торгівлі [7]. Виявлення та обґрунтування умов адаптації технологій інформаційно-мережевої економіки до трансформації споживання з урахуванням інформаційної парадигми, що розглядає положення і інструменти теорії взаємодії і взаємин в бізнесі і суспільстві, з урахуванням фактору взаємозалежності здійснено в роботі В.І. Дубницького, Т.С. Мішустіної, О.В. Овчаренко, Н.Ю. Науменко [5].

Разом з тим мінливість та швидкість розвитку цифрових технологій залишає невирішеними питання систематизації та гнучкої класифікації сучасних моделей цифрового мережевого бізнесу.

Метою статті є розкриття сучасних тенденцій та моделей розвитку цифрового мережевого торговельного бізнесу.

Матеріали і методи. Матеріалами дослідження є звіти міжнародних організацій, що регулюють питання міжнародної торгівлі та міжнародної цифрової торгівлі, а також праці вітчизняних та зарубіжних авторів, що провадять свої науково-

практичні дослідження у сфері торгівлі, зокрема цифрової мережевої торгівлі.

В процесі здійснення дослідження було використано наступні наукові методи: теоретичного узагальнення та групування (для характеристики основних цифрових торговельних платформ, методів та систем обслуговування; формалізації, аналізу та синтезу (для побудови схеми цифрового бізнес-середовища мережевої цифрової торгівлі); логічного узагальнення результатів (формулювання висновків).

Виклад основного матеріалу. Цифровізація (діджиталізація) є основою для розвитку сучасного бізнесу. В умовах нової економіки, під час жорсткої конкуренції, швидкого старіння технологій, професій, ідей, проникнення Інтернету в усі частини економіки, діджиталізація вийшла на новий рівень важливості для бізнесу, суспільства та держави. Для підтримки конкурентоспроможності усім суб'єктам ринку необхідно використовувати можливості діджиталізації за всіма можливими напрямками та формами: клієнтський досвід; партнерство та співробітництво; робота з даними; впровадження інновацій; стратегія розвитку персоналу та підприємницька культура; управління цінністю тощо. Компанії стали активно брати на озброєння технології автоматизації бізнес-процесів, впроваджувати інструменти управління відносинами зі споживачами та основними бізнес-процесами при формуванні управлінської концепції.

Тобто цифровізація — це насичення фізичного світу електронно-цифровими пристроями, засобами, системами та налагодження електронно-комунікаційного обміну між ними, що фактично уможливило інтегральну взаємодію віртуального та фізичного, тобто створює кіберфізичний простір [8].

Цифрові технології — одночасно потужний ринок та індустрія, а також своєрідна інтеграційна платформа, що забезпечує взаємодію та конкурентоспроможності всіх інших ринків і галузей. Високотехнологічність у виробництві, інноваційний характер й модернізація секторів промисловості на основі інформаційно-комунікаційних і цифрових технологій, динаміка цифрових трансформацій для України мають стати пріоритетним рішенням для досягнення стійкого економічного зростання та розвитку.

Цифрова епоха змінює підхід до ведення бізнесу, а також вимоги до використовуваних інформаційних технологій: систем управління маркетингом, продажами і сервісом; телефонії і месенджерам; системам документообігу і управління персоналом; облікових систем і безлічі інших корпоративних додатків [6]. Цифрова економіка також істотно змінює традиційні бізнес-процеси. За досягнення найбільш складних рівнів цифровізації в економіці відбувається кардинальна трансформація бізнес відносин та підприємництва, результатом якої є об'єднання виробництва і послуг в єдину цифрову (кіберфізичну) систему, в якій:

- усі елементи економічної системи присутні одночасно у вигляді фізичних об'єктів, продуктів і процесів, а також їх цифрових копій (математичних моделей);
- усі фізичні об'єкти, продукти і процеси за рахунок наявності цифрової копії та елемента «підключеності» (connectivity) стають частиною інтегрованої ІТ-системи;
- через наявність цифрових копій (математичних моделей) і будучи частиною єдиної системи всі елементи економічної системи безперервно взаємодіють між собою в режимі, близькому до реального часу, моделюють реальні процеси і прогнозовані стани, забезпечують постійну оптимізацію всієї системи [10].

Аналіз практики розвитку цифрових технологій в економічних відносинах надає можливість зробити висновок, що цифрове середовище бізнесу може бути представлене на таких рівнях: домогосподарства, приватне підприємництво, середній та великий бізнес, на галузевому рівні та на рівні національної економіки, на державному рівні і на глобальному рівні (рис. 1) [9].

Деталізуючи рівні середовища цифрового мережевого торговельного бізнесу, відзначимо, що прояви цифрової трансформації, переваги та недоліки діджиталізації є характерними для кожного рівня. Так, на рівні середовища «Бізнес — Споживач» (B2C) канал цифрових комунікацій є одним із найпоширеніших і представляє собою широкий

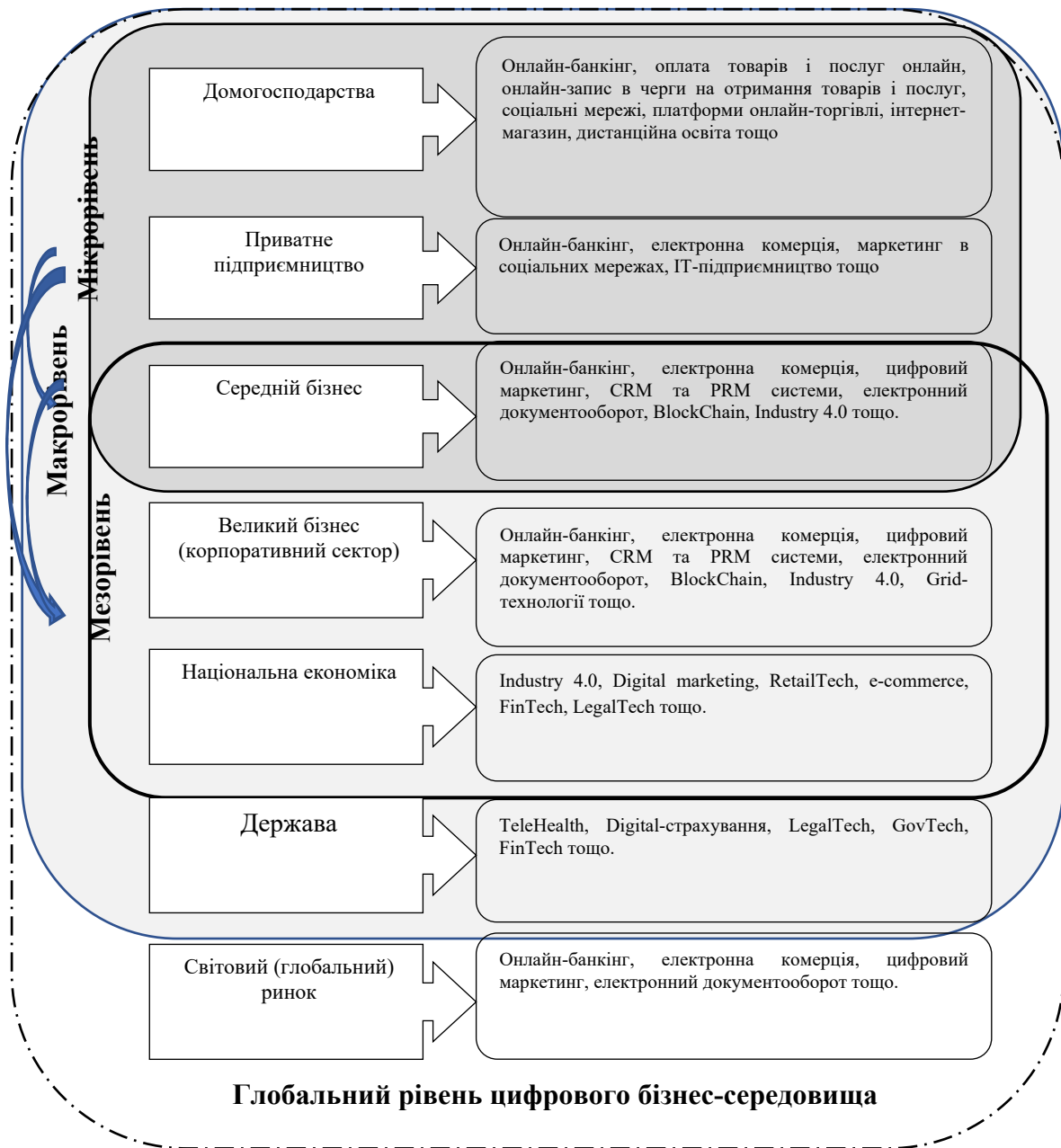


Рис. 1. Рівні середовища цифрового мережевого торговельного бізнесу та їх взаємозв'язок
Джерело: розроблено авторами

спектр взаємодії бізнесу та суспільства у різних сферах економічної діяльності.

В умовах цифрового бізнес-середовища канал взаємодії «Бізнес — бізнес» (B2B) є найбільш розвинутим як у розвинутих економіках, так і в Україні. Це пояснюється класичним прагненням до максимізації прибутків в умовах сильної конкуренції на ринках, де представлено саме приватні компанії. Широко використовуються «хмарні технології» для організації системи бухгалтерського обліку, прийняття інвестиційних рішень, організації системи продажів.

У 2020 році три міжнародні організації визначили цифрову торгівлю як «усю торгівлю, яка замовляється та/або доставляється цифровим способом». Згідно з цим визначенням, цифрова торгівля — це «міжнародні операції, які здійснюються дистанційно в електронному форматі за допомогою комп'ютерних мереж», а цифрова торгівля — це «міжнародний продаж або купівля товару чи послуги, що здійснюється через комп'ютерні мережі методами, спеціально розробленими для з метою отримання або розміщення замовлень» [4]. Люди та компанії все частіше використовують онлайн-засоби купівлі та продажу, а глобальні ланцюжки створення вартості стають все більш цифровими. Тепер підприємствам у країнах, що розвиваються, важливо мати можливість вести цифрову торгівлю [2].

Цифрова торгівля стає дедалі важливішою та включає як торгівлю товарами та послугами, що здійснюється за цифровим замовленням (транскордонна електронна комерція (електронна комерція)), так і цифрову торгівлю (послуги, що надаються на міжнародному рівні через Інтернет або інші мережі). Однак країни дуже відрізняються за своєю готовністю до цифрової торгівлі. Якщо частка країн, що розвиваються, особливо найменш розвинених країн, у світовій торгівлі збільшиться, як це передбачено в Порядку денному сталого розвитку до 2030 року, необхідні дії для зміцнення їхньої спроможності отримувати вигоду від цифрової торгівлі.

За даними Світової організації торгівлі у 2022 році на країни з високим рівнем доходу припадало понад 82 відсотки світового експорту цифрових послуг. Серед цих економік найбільшу частку займає Європейський Союз — 37 відсотків, за ним йдуть Сполучені Штати — 16 відсотків і Велика Британія — 9 відсотків. Водночас 17 відсотків експорту цифрових послуг походить із країн із середнім рівнем доходу, причому на Китай та Індію припадає 6 та 5 відсотків відповідно. Примітно, що такі регіони, як Африка, Латинська Америка та Карибський басейн, мають відносно обмежену присутність на ринку цифрових послуг — 1 відсоток і 2 відсотки відповідно [1].

Підтримуючою інфраструктурою для цифрових торговельних мереж є організація платежів, тоб-

то класична сфера застосування FinTech. Сьогодні в Україні широко використовуються національні платіжні системи, лідером серед яких є система «Liqpay». Міжнародні грошові перекази та обмін валют доповнюють попередню сферу, розширюючи її до масштабів глобальної економіки та міжнародних розрахунків. Саме в цій сфері представлена FinTech-компанія «PayPal», яка стрімко розвивається та вже має капіталізацію понад 50 млрд. дол. США;

На рівні «Споживач — Споживач» (C2C) розвиток цифрових комунікацій характеризується їхньою різноманітністю, оскільки взаємовідносини між членами суспільства в рамках цифрової економіки активно розвиваються за допомогою соціальних мереж, таких як «Facebook», «Twitter», «Instagram», «LinkedIn» та популярних «Viber», «Skype», «Facebook Messenger», «Telegram», «WhatsApp».

Вищевикладені сучасні тренди обумовлюють виникнення і розвиток сучасних моделей цифрового мережевого торгового бізнесу. Популярні цифрові бізнес-моделі включають онлайн-ринки, включно з посередницькими, такими як Amazon і eBay. Іншою дедалі популярнішою моделлю є модель на основі послуг, коли клієнти підписуються на використання певного продукту чи послуги замість того, щоб купувати їх.

Усі цифрові бізнес-моделі мають низку спільних характеристик. Вони додають цінність таким чином, що було б неможливо без використання цифрових технологій. Наприклад, такі компанії, як Uber або Airbnb, були б неможливими без них. Але ведення бізнесу в цифровому просторі стосується не лише онлайн-компаній. Він також пропонує традиційним підприємствам способи розширення свого охоплення за допомогою таких речей, як онлайн-підтримка та послуги.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Таким чином, аналіз практики розвитку цифрових технологій в економічних відносинах дає можливість зробити висновок, що середовище цифрового мережевого торговельного бізнесу може бути представлене на таких рівнях: рівні домогосподарства, рівні приватного підприємництва, рівні середнього та великого бізнесу, на галузевому рівні та на рівні національної економіки, на державному рівні і на глобальному рівні. Популярні цифрові бізнес-моделі включають онлайн-ринки, включно з посередницькими, такими як Amazon і eBay. Іншою дедалі популярнішою моделлю є модель на основі послуг, коли клієнти підписуються на використання певного продукту чи послуги замість того, щоб купувати їх.

В подальших наукових дослідженнях пропонується зосередити увагу на індивідуалізації ритейлу та застосовуванні персоналізованого підходу в торговому та сервісному бізнесі в цифровому середовищі.

Література

1. Digital Trade for Development. *WTO Report*. 2023. URL: https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/dtd2023_e.pdf (дата звернення: 23.12.2023).
2. Digital trade: Opportunities and actions for developing countries. *UNCTAD Policy brief*. 2021. № 92. URL: https://unctad.org/system/files/official-document/presspb2021d10_en.pdf (дата звернення: 26.12.2023)
3. Gao H.S. Digital or trade? The contrasting approaches of China and US to digital trade. *Journal of International Economic Law*. 2018. URL: https://ink.library.smu.edu.sg/sol_research/2733 (дата звернення: 26.12.2023).
4. Handbook on measuring digital trade. *Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD)*. 2020. URL: <https://www.oecd.org/sdd/its/Handbook-on-Measuring-Digital-Trade.htm> (дата звернення: 05.01.2024).
5. Дубницький В.І., Мішустіна Т.С., Овчаренко О.В., Науменко Н.Ю. Трансформація споживання в умовах адаптації технологій в інформаційно-мережевій економіці. *Економічний вісник Донбасу*. 2022. № 3(69). С. 98–107.
6. Коляденко С.В. Цифрова економіка: передумови та етапи становлення в Україні і у світі. *Економіка. Фінанси. Менеджмент*. 2016. № 6. С. 106–107.
7. Островський І.А., Можайкіна Н.В. Цифрові платформи в міжнародній торгівлі: проблеми антимонопольного регулювання. *Ефективна економіка*. 2020. № 11. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=8384> (дата звернення: 21.12.2023).
8. Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства Українина 2018–2020 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації: Закон України від 17.01.2018 № 67-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80#n13> (дата звернення: 20.06.2020).
9. Україна переходить на цифрову економіку. *Укрінформ*. 2018. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/2385945-ukraina-perehodit-na-cifrovu-ekonomiku-so-ce-oznaca.html> (дата звернення: 20.06.2020).
10. Цифрова економіка: тренди, ризики та соціальні детермінанти. *Разумков центр*. Київ, 2020. URL: https://razumkov.org.ua/uploads/article/2020_digitalization.pdf (дата звернення: 21.12.2023).

References

1. Digital Trade for Development. *WTO Report*. 2023. URL: https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/dtd2023_e.pdf.
2. Digital trade: Opportunities and actions for developing countries. *UNCTAD Policy brief*. 2021. № 92. URL: https://unctad.org/system/files/official-document/presspb2021d10_en.pdf.
3. Gao H.S. Digital or trade? The contrasting approaches of China and US to digital trade. *Journal of International Economic Law*. 2018. URL: https://ink.library.smu.edu.sg/sol_research/2733.
4. Handbook on measuring digital trade. *Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD)*. 2020. URL: <https://www.oecd.org/sdd/its/Handbook-on-Measuring-Digital-Trade.htm>.
5. Dubnytskyi V. I., Mishustina T. S., Ovcharenko O. V., Naumenko N. Yu. Transformatsiia spozhyvannia v umovakh adaptatsii tekhnolohii v informatsiino-merezhevii ekonomitsi. *Ekonomichniy visnyk Donbasu*. 2022. № 3(69). S. 98–107 [in Ukrainian].
6. Koliadenko S. V. Tsyfrova ekonomika: peredumovy ta etapy stanovlennia v Ukraini i u sviti. *Ekonomika. Finansy. Menedzhment*. 2016. № 6. S. 106–107 [in Ukrainian].
7. Ostrovskiy I. A., Mozhaikina N. V. Tsyfrovii platformy v mizhnarodnii torhivli: problemy antymonopolnoho rehuliuвання. *Efektivna ekonomika*. 2020. № 11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8384> [in Ukrainian].
8. Pro skhvalennia Kontseptsii rozvytku tsyfrovoy ekonomiky ta suspilstva Ukrainyna 2018–2020 roky ta zatverdzhennia planu zakhodiv shchodo yii realizatsii: Zakon Ukrainy vid 17.01.2018 № 67-r. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80#n13> [in Ukrainian].
9. Ukraina perekhodyt na tsyfrovu ekonomiku. *Ukrinform*. 2018. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/2385945-ukraina-perehodit-na-cifrovu-ekonomiku-so-ce-oznaca.html> [in Ukrainian].
10. Tsyfrova ekonomika: trendy, ryzyky ta sotsialni determinanty. *Razumkov tsentr*. Kyiv, 2020. URL: https://razumkov.org.ua/uploads/article/2020_digitalization.pdf [in Ukrainian].