

УДК 339:004.738.5J001

DOI: 10.25140/2411-5215-2018-4(16)-114-121

Дмитро Пілевич

**НАУКОВО-КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ
ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ**

Дмитрий Пилевич

**НАУЧНО-КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ
ОПРЕДЕЛЕНИЯ СУЩНОСТИ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ**

Dmytro Pilevych

**SCIENTIFIC AND CONCEPTUAL BASIS DEFINITIONS OF THE ESSENCE
OF THE ELECTRONIC COMMERCE**

У статті розглянуто науково-концептуальні засади визначення сутності електронної комерції. Спочатку проаналізовано зміст категорії «комерція», яка розглядається як діяльність із торгівлі товарами й послугами. Використання контент-аналізу наявних у науковій літературі підходів до розгляду змісту дефініції «електронна комерція» дозволило виокремити три базові підходи до її розгляду: інформаційно-узагальнений, товарно-детермінований та галузево-структурований, обґрунтовано їхню сутність та відмінності. Також виділено базові ознаки електронної комерції, до яких віднесено такі: взаємодія економічних суб'єктів між собою; отримання прибутку; задоволення потреб споживачів товарів та послуг; використання інформаційних мережесих технологій; рух фінансових ресурсів. У статті з урахуванням отриманих результатів запропоновано авторське розуміння окресленої категорії.

Ключові слова: комерція; електронна комерція; електронний бізнес; підприємництво; господарська діяльність; торгівля.

Табл.: 1. Бібл.: 18.

В статье рассмотрены научно-концептуальные основы определения сущности электронной коммерции. Сначала проанализировано содержание категории «коммерция», которая рассматривается как деятельность по торговле товарами и услугами. Использование контент-анализа существующих в научной литературе подходов к рассмотрению содержания дефиниции «электронная коммерция» позволило выделить три базовые подходы к ее рассмотрению: информационно-обобщенный, товарно-детерминированный и отраслевых структурирован, обосновано их сущность и различия. Также выделены базовые признаки электронной коммерции, к которым отнесены следующие: взаимодействие экономических субъектов между собой; получение прибыли; удовлетворения потребностей потребителей товаров и услуг; использование информационных сетевых технологий; движение финансовых ресурсов. В статье на основе полученных результатов предложено авторское понимание очерченной категории.

Ключевые слова: коммерция; электронная коммерция; электронный бизнес; предпринимательство; хозяйственная деятельность; торговля.

Табл.: 1. Библ.: 18.

The article deals with scientific and conceptual basis definitions of the essence of the e-commerce. From the beginning, the content of the category "commerce", which is considered as a trade by goods and services, is analyzed. Use of the content analysis of existing approaches in the scientific literature to the consideration of the definition content "electronic commerce" has allowed distinguishing three basic approaches to its consideration: information generalized, commodity-deterministic and branch-structured, their essence and differences are substantiated. Basic features of e-commerce are also highlighted, which include the following: interaction of economic entities with each other; making a profit; meeting the needs of consumers of goods and services; use of information network technologies; movement of financial resources. Within the article, taking into consideration the received results, the author's understanding of the outlined category is proposed.

Keywords: commerce; e-commerce; e-business; entrepreneurship; economic activity; trade.

Table: 1. Reference: 18.

JEL Classification: F1

Постановка проблеми. Інформаційні технології пронизують усі сфери діяльності людини й відіграють ключову роль у її житті. Сьогодні складно уявити нашу буденність без сучасних інформаційних пристроїв та інших технологій. Ключову роль в останнє десятиліття такі технології почали відігравати і в економічному розвитку країн та економічних суб'єктів. Розвиток інформаційних технологій завжди призводив до ускладнення господарського життя. Нині в усіх сферах національного господарства використовуються такі технології. Роль інформаційних ресурсів значно зросла. Це, у свою чергу, привело до виникнення нових галузей і сфер економіки.

Широке використання інформаційні технології отримали й у сфері торгівлі, де вони активно почали використовуватися як виробниками, так і споживачами товарів і послуг. Ці технології дозволили об'єднати весь світ у єдину глобальну світову торговельну систему,

ГАЛУЗЕВИЙ АСПЕКТ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

спростили доступ споживачів до товарів, дали можливість купувати продукцію в різних світових виробників, не виходячи з дому. Такі тренди спонукали до прискорення темпів розвитку світової торгівлі та привели до виникнення нового її типу – електронної комерції.

Активний розвиток електронної комерції у світі, створення гігантів інтернет-торгівлі (Amazon, Alibaba), які на сьогодні стали невід’ємною частиною світової електронної індустрії, лише підвищують цікавість учених до дослідження особливостей зародження та існування цього виду торгівлі, пізнання теоретичних, методичних та прикладних аспектів формування передумов для подальшого розвитку електронної торгівлі у світі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Враховуючи сучасні тенденції активного розвитку електронної комерції, питання щодо подальшої розбудови цієї сфери світової торгівлі перебувають у фокусі досліджень багатьох вітчизняних та закордонних учених, до числа яких можна віднести таких: А. Береза, Ю. Борисова, О. Бочкова, Н. Валькова, М. Дутов, В. Желіховський, І. Козак, О. В. Кошонько, А. Крутова, М. Макарова, С. Маловичко, В. Плескач, Т. Тардаскіна, Н. Тягунова, О. Хамула, Р. Царьов, А. Чучковська, О. Шалева, Ali Nasir M., K. Fichter, Y. Nanekaran, Ohene-Djan J., R. Romulo, R. Shahjee та ін.

Виділення недосліджених частин загальної проблеми. Незважаючи на значну кількість наукових робіт у сфері дослідження теоретичних засад функціонування електронної комерції, у науковій літературі на сьогодні складно виділити загальноприйнятий підхід до розгляду сутності такої комерції. Наявність такої поліваріантності наукових концепцій її розгляду приводить до унеможливлення виділити її базові характерні риси, визначити ті з них, що принципово відрізняють її від звичайної комерційної діяльності.

Мета статті. Метою статті є дослідження наявних у науковій літературі концепцій розгляду сутності категорії «електронна комерція» для визначення її природи, формування авторського підходу до її розгляду та поглиблення загалом теоретичних положень дослідження електронної комерції як окремого цілісного об’єкта вивчення.

Виклад основного матеріалу. Дослідження сутності електронної комерції варто розпочинати з розгляду змісту поняття «комерція». Саме чітке розуміння природи цієї дефініції дає можливість проводити подальші дослідження щодо природи електронної комерції, визначати її специфічні риси, ознаки, що принципово відрізняють це явище від звичайної комерції. Отже, розглянемо сутність цієї категорії. У перекладі з латинської *commercium* означає торгівлю. Однак з часом при ускладненні економічних відносин змістовна наповненість цієї категорії також змінювалася. На сьогодні значна кількість науковців розглядає комерцію як загалом підприємницьку діяльність. Розглянемо підходи до розуміння цієї дефініції, які зустрічаються в наукових працях.

В. І. Бросалін, Н. М. Крилова відзначають, що комерція – одна з форм (видів) підприємницької діяльності. Водночас і в деяких видах підприємницької діяльності можуть здійснюватися операції з купівлі-продажу товарів, сировини, заготовленої продукції, напівфабрикатів. Елементи комерційної діяльності можуть здійснюватися в усіх видах підприємництва, але не є для них визначальними, головними. Треба мати на увазі, що «комерційна діяльність» – більш вузьке поняття, ніж «підприємництво» [7, с. 4]. Ж. Крисько зауважує, що комерція за суттю є однією з функцій торгівлі, що реалізується в процесі комерційної діяльності [9, с. 78]. М. Д. Гонський зазначає, що комерційна діяльність охоплює всі процеси закупівельно-збутової діяльності з метою отримання прибутку [4, с. 178].

О. В. Зарічна, Я. В. Голубка, М. С. Молнар констатують, що термін «комерційна діяльність» з’явився в Україні паралельно з терміном «ринок», оскільки ринкова економіка – це економіка вільного підприємництва, де отримують розвиток усі комерційні процеси і відносини обміну. Також необхідно наголосити на тому, що участь у комерційній роботі беруть не тільки підприємства, які бажають продавати на ринку, а також і інші види підприємницької діяльності, діяльність яких спрямована на організацію оп-

ГАЛУЗЕВИЙ АСПЕКТ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

тового та роздрібного продажу товарів, встановлення договірних зв'язків з покупцями товарів, формування найбільш оптимального асортименту та процесу управління товарними запасами, рекламну діяльність, організацію торговельного обслуговування, надання торговельних послуг тощо [6].

Аналізуючи наведені трактування категорій «комерція», «комерційна діяльність» варто констатувати наявність поліваріантних підходів до їх тлумаченні. У статті комерцію будемо розглядати з урахуванням таких положень: комерція – один із видів підприємницької діяльності і, відповідно, є більш вузьким поняттям, ніж підприємництво; комерція – пов'язана з торгівлею товарами та наданням послуг; основною метою комерції є отримання прибутку; комерційне підприємство – економічний суб'єкт, основний дохід якого формується за рахунок торгівлі товарами й надання послуг.

У статті будемо дотримуватися більш вузького підходу до розуміння цього терміна, за яким під комерцією насамперед розуміємо діяльність із торгівлі товарами й послугами. Такий підхід дає змогу чіткіше сформулювати авторську позицію щодо розуміння змісту категорії «електронна комерція», оскільки наукові підходи до трактування цієї дефініції також мають значні відмінності. Розглянемо базові концепції її трактування в працях учених (таблиця).

Таблиця

Концепції розгляду сутності категорії «електронна комерція»

| Сутність трактування | Джерело |
|--|---|
| 1 | 2 |
| Електронна комерція (e-commerce, Інтернет-торгівля, електронна торгівля) – це широкий набір інтерактивних методів ведення діяльності з надання споживачам товарів та послуг [1, с. 12] | Балик У. О., Колісник М. В. Електронна комерція як елемент системи світового господарства. <i>Вісник Національного університету «Львівська політехніка»</i> . 2014. № 811: Логістика. С. 11–19. |
| Електронна комерція – сукупність дій фізичних і юридичних осіб із вчинення «електронних» правочинів (укладання договорів) і які мають на меті отримання матеріальної вигоди) [2] | Борисова Ю. О. Цивільно-правове регулювання відносин у сфері електронної комерції: автореф. дис. ... канд. юрид. наук: спец.: 12.00.03 «Цивільне право і цивільний процес; сімейне право; міжнародне приватне право» / Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. Київ, 2012. 19 с. |
| Під терміном «електронна комерція» розуміють таку форму постачання продукції (товарів і послуг), при якій вибір або замовлення товарів здійснюється через комп'ютерні мережі, а розрахунки між покупцем і постачальником відбуваються з використанням електронних документів і/або засобів платежу. Електронна комерція – це виробництво, поширення, маркетинг, продаж або доставка товарів і послуг електронним способом [3, с. 59] | Гармідер Л. Д., Орлова А. В. Особливості розвитку вітчизняної електронної комерції. <i>Європейський вектор економічного розвитку</i> . 2015. № 1 (18). С. 58–65. |
| Електронна комерція – це використання електронних комунікацій та технологій обробки цифрової інформації для встановлення та змін відносин створення вартості між організаціями та між організаціями та індивідами [8] | Кошонько О. В. Електронні фінансові послуги. Сайт Хмельницького національного університету. URL: http://dn.khnu.km.ua/dn/k_default.aspx?M=k1095&T=intro&st=0&L=1 |
| Електронна комерція – система відносин у сфері здійснення обміну даними (електронними документами) та інформацією між суб'єктами господарювання з використанням глобальної мережі Інтернет [5, с. 9] | Желіховський В. М. Правові засади електронної комерції в Україні: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 12.00.07 «Адміністративне право і процес, фінансове право, інформаційне право» / Київський національний університет внутрішніх справ. Київ, 2007. 22 с. |

ГАЛУЗЕВИЙ АСПЕКТ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

Закінчення табл.

| 2 | 3 |
|--|---|
| 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, внаслідок чого в учасників відносин виникають права та обов'язки майнового характеру [13] | Про електронну комерцію: Закон України від 03.09.2015 № 675-VIII. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19/print . |
| Електронна комерція – частина електронного бізнесу, обмежена, власне, маркетингом і процесами продажу. Її розглядають як купівлю та продаж інформації, продукції та послуг через комп'ютерні мережі [10, с. 162] | Міщенко С. В., Науменкова С. В. Банківська енциклопедія. Київ: Центр наукових досліджень Національного банку України: Знання, 2011. 504 с. |
| Електронна комерція – це продаж товарів, при якому, як мінімум, організація попиту на товар здійснюється через Інтернет. При цьому спосіб оплати не має значення: розрахунки за покупку можуть здійснюватися навіть готівкою [11, с. 343] | Одарченко А. М., Сподар К. В. Особливості електронної комерції та перспективи її розвитку в Україні. <i>Бізнес Інформ</i> . 2015. № 1. С. 342–346. |
| 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 [12] | Патраманська Л. Ю. Електронна комерція: переваги та недоліки. <i>Ефективна економіка</i> . 2015. № 11. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4505 . |
| Електронна комерція (e-commerce) – вид електронної комерційної діяльності з використанням інформаційних комунікаційних технологій. [14, с. 24] | Тардаскіна Т. М., Стрельчук Є. М., Терешко Ю. В. Електронна комерція: навчальний посібник. Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2011. 244 с. |
| Електронна комерція – комерційна взаємодія суб'єктів бізнесу з приводу купівлі-продажу товарів та послуг (матеріальних та інформаційних) з використанням інформаційних мереж (Internet, мережа стільникового зв'язку, внутрішні локальні мережі фірм) [15, с. 9] | Шалева О. І. Електронна комерція: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2011. 216 с. |

Джерело: складено автором з урахуванням [16; 17; 18].

Таким чином, аналіз наведених концепцій розгляду сутності категорії «електронна комерція» лише підтверджує висновок щодо існування значної кількості різних підходів до її розгляду. На наш погляд, загалом їх можна систематизувати в такі групи.

1. *Інформаційно-узагальнений* – підхід, за якого електронну комерцію розглядають як вид діяльності, що пов'язаний із використанням інформаційних технологій у будь-якій сфері національного господарства. У такому випадку базовою відмінною ознакою, що відрізняє цей вид комерції від інших видів господарської діяльності, є наявність факту використання окреслених технологій. Прихильниками такого підходу є О. В. Кошонько, Л. Ю. Патраманська. Зокрема, О. В. Кошонько зауважує, що електронна комерція – це використання електронних комунікацій та технологій обробки цифрової інформації для встановлення та змін відносин створення вартості між організаціями та між організаціями й індивідами [8]. Проте цілком зрозуміло, що сьогодні в усіх сферах господарської діяльності використовуються інформаційні технології та комунікації і не завжди вони виконують важливу роль саме в торговельній діяльності. У багатьох випадках такі технології реалізують допоміжну функцію в організації виробництва, управління, підвищуючи рівень продуктивності праці. Саме тому виникає питання щодо ідентифікації тих електронних комунікацій, наявність яких відрізнятиме електронну комерцію від інших видів господарської діяльності.

Також до цього підходу варто віднести позиції науковців, які досить абстрактно розглядають електронну комерцію, не акцентуючи уваги на її специфічних рисах як економічної категорії. Зокрема, наприклад, Т. М. Тардаскіна зазначає, що електронна ко-

ГАЛУЗЕВИЙ АСПЕКТ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

мерція (e-commerce) – вид електронної комерційної діяльності з використанням інформаційних комунікаційних технологій [14, с. 24]. Відповідно виникає питання щодо авторського бачення змісту електронної комерційної діяльності. Подібний підхід пропонує і Балик У.О.: електронна комерція (e-commerce, інтернет-торгівля, електронна торгівля) – це широкий набір інтерактивних методів ведення діяльності з надання споживачам товарів та послуг [1, с. 12].

2. *Товарно-детермінований* – підхід, за якого електронну комерцію розглядають як вид комерції, у межах якої відбувається продаж виключно товарів та продукції за допомогою сучасних інформаційних технологій. Відповідно, А. М. Одарченко, К. В. Сподар констатують, що електронна комерція – це продаж товарів, за якого, як мінімум, організація попиту на товар здійснюється через Інтернет. При цьому спосіб оплати не має значення: розрахунки за покупку можуть здійснюватися навіть готівкою [11, с. 343]. У цьому випадку використовується більш спрощений і конкретний підхід до виокремлення саме електронної комерції із загальної системи комерційної діяльності, якою можуть займатися економічні суб'єкти.

3. *Галузєво-структурований* – підхід, за якого електронну комерцію пропонують розглядати як вид комерції з продажу і товарів, і послуг, що здійснюється через використання мережевих технологій. При цьому увага фокусується саме на торговельній природі електронної комерції, тобто такий підхід значно звужує саму сферу такої комерції, акцентуючи увагу на як наданні послуг, так і продажу товарів. Прихильниками такої концепції є О. І. Шалева, Л. Д. Гармідер, С. В. Міщенко, С. В. Науменкова. Зокрема, О. І. Шалева зазначає, що електронна комерція – комерційна взаємодія суб'єктів бізнесу щодо купівлі-продажу товарів та послуг (матеріальних та інформаційних) з використанням інформаційних мереж (Internet, мережа стільникового зв'язку, внутрішні локальні мережі фірм) [15, с. 9]. Зауважимо, що цей підхід є найбільш поширеним серед науковців.

Аналіз окреслених вище наукових підходів до розгляду сутності категорії «електронна комерція» свідчить, що ця дефініція за своїм економічним змістом є багатогранною, а вичерпно визначити її зміст складно. Враховуючи основні положення, що були обґрунтовані науковцями у сфері вивчення теоретичних засад існування електронної комерції, спробуємо визначити специфічні її ознаки. Це дасть змогу надалі більш обґрунтовано сформулювати авторське бачення її змісту. До таких ознак, на наше переконання, варто віднести такі:

- 1) електронна комерція – *взаємодія* економічних суб'єктів між собою;
- 2) електронна комерція – здійснюється з метою отримання *прибутку*;
- 3) електронна комерція – сфера, у якій відбувається задоволення потреб споживачів товарів та послуг;
- 4) електронна комерція – реалізується обов'язково за допомогою використання *інформаційних мережевих технологій*.

Зауважимо, що багато вчених, розглядаючи сутність електронної комерції, акцентують увагу на використанні в процесі її здійснення інформаційних технологій. Проте, на нашу думку, важливим для опису сутності саме такого виду є акцентування уваги не лише на використанні інформаційних технологій, а саме на застосуванні мережевих технологій. На сьогодні в усіх сферах національної економіки використовуються сучасні інформаційні технології, проте не всіх їх можна віднести до сфери електронної комерції. Саме наявність мережевої технології в процесі продажу товарів та послуг відрізняє електронну комерцію від інших видів комерції.

5) електронна комерція – діяльність, у результаті якої відбувається *рух фінансових ресурсів* або в готівковій, або, що на сьогодні найчастіше, у безготівковій формі.

ГАЛУЗЕВИЙ АСПЕКТ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

Таким чином, враховуючи окреслені теоретичні засади щодо розгляду сутності категорії «електронна комерція», пропонуємо її зміст розглядати таким чином: *електронна комерція – вид господарської діяльності, за якого відбувається взаємодія між двома економічними суб'єктами щодо продажу товарів та послуг за допомогою використання інформаційних мережевих технологій і в результаті чого відбувається задоволення потреб одних учасників таких відносин та формується дохід у інших.*

Висновки та пропозиції. Отже, у статті розглянуто науково-концептуальні засади визначення сутності електронної комерції. Для цього було здійснено наукове дослідження сформованих у працях учених підходів до трактування цієї дефініції. Спочатку детально проаналізовано зміст категорії «комерція», яка в статті розглядається в більш вузькому сенсі як діяльність з торгівлі товарами й послугами. За допомогою проведення ґрунтовного аналізу наявних у науковій літературі підходів до розгляду змісту дефініції «електронна комерція» і на основі використання методів узагальнення, синтезу та абстрагування було виокремлено три базові підходи до її розгляду: інформаційно-узагальнений, товарно-детермінований та галузево-структурований, обґрунтовано їхню сутність та відмінності.

З урахуванням отриманих результатів було виділено базові ознаки електронної комерції, до яких віднесено такі: взаємодія економічних суб'єктів між собою; здійснення з метою отримання прибутку; задоволення потреб споживачів товарів та послуг; використання інформаційних мережевих технологій; рух фінансових ресурсів. У підсумку в статті запропоновано авторське розуміння окресленої категорії, а саме: електронна комерція – вид господарської діяльності, за якої відбувається взаємодія між двома економічними суб'єктами щодо продажу товарів та послуг за допомогою використання інформаційних мережевих технологій і в результаті чого відбувається задоволення потреб одних учасників таких відносин та формується дохід у інших.

Список використаних джерел

1. Балик У. О., Колісник М. В. Електронна комерція як елемент системи світового господарства. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2014. № 811: Логістика. С. 11–19.
2. Борисова Ю. О. Цивільно-правове регулювання відносин у сфері електронної комерції: автореф. дис. ... канд. юрид. наук: спец.: 12.00.03 «Цивільне право і цивільний процес; сімейне право; міжнародне приватне право» / Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. Київ, 2012. 19 с.
3. Гармідер Л. Д., Орлова А. В. Особливості розвитку вітчизняної електронної комерції. *Європейський вектор економічного розвитку*. 2015. № 1 (18). С. 58–65.
4. Гонський М. Д. Сутність і зміст комерційної діяльності торговельного підприємства. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2011. Вип. 21.1. С. 177–182.
5. Желіховський В. М. Правові засади електронної комерції в Україні: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 12.00.07 «Адміністративне право і процес, фінансове право, інформаційне право» / Київський національний університет внутрішніх справ. Київ, 2007. 22 с.
6. Зарічна О. В., Голубка Я. В., Молнар М. С. Теоретичні аспекти діяльності комерційних підприємств. *Науковий вісник Мукачівського державного університету*. 2015. № 19 (14). С. 250–255.
7. Коммерческая деятельность: учеб. / авт.-сост. В. И. Бросалин, Н. Н. Крылова. Саратов: Саратовский социально-экономический институт (филиал) РЭУ им. Г. В. Плеханова, 2016. 92 с.
8. Кошонько О. В. Електронні фінансові послуги. *Сайт Хмельницького національного університету*. URL: http://dn.khnu.km.ua/dn/k_default.aspx?M=k1095&T=intro&st=0&L=1.
9. Крисько Ж. Сутність та види комерційної діяльності підприємства. *Українська наука: минуле, сучасне, майбутнє*. 2013. Вип. 18. С. 75–83.
10. Міщенко С. В., Науменкова С. В. Банківська енциклопедія. Київ: Центр наукових досліджень Національного банку України: Знання, 2011. 504 с.
11. Одарченко А. М., Сподар К. В. Особливості електронної комерції та перспективи її розвитку в Україні. *Бізнес Інформ*. 2015. № 1. С. 342–346.

ГАЛУЗЕВИЙ АСПЕКТ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

12. Патраманська Л. Ю. Електронна комерція: переваги та недоліки. *Ефективна економіка*. 2015. № 11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4505>.
13. 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>.
14. Тардаскіна Т. М., Стрельчук Є. М., Терешко Ю. В. Електронна комерція: навчальний посібник. Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2011. 244 с.
15. Шалева О. І. Електронна комерція: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2011. 216 с.
16. Шкарлет С. М., Дубина М. В. Ідентифікація сутності інформаційної економіки. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2017. № 1 (9). С. 99-105.
17. Шкарлет С. М., Дубина М. В. Історико-генетичні форми інтерпретації сутності та змісту інформаційного етапу розвитку економіки. *Економіст*. 2015. № 2. С. 14–17.
18. Shkarlet S., Dubyna M., Zhuk O. Determinants of the financial services market functioning in the era of the informational economy development. *Baltic Journal of Economic Studies*. Vol. 4. No. 3. 2018. P. 349–357.

References

1. Balyk, U. O., Kolisnyk, M. V. (2014). Elektronna komertsiiia yak element systemy svitovoho gospodarstva [E-commerce as element of the system of world economy]. *Visnyk Natsionalnoho universytetu «Lvivska politekhnika» – Letter of the National University «Lviv Polytechnika», 811: LOGISTICS*, 11–19 [in Ukrainian].
2. Borysova, Yu. O. (2012). *Tsyvilno-pravove rehulivannia vidnosyn u sferi elektronnoi komertsii [Civil law regulation of relations in the field of the e-commerce]*. (Candidate's thesis). Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv [in Ukrainian].
3. Harmider, L. D., Orlova, A. V. (2015). Osoblyvosti rozvytku vitchyznianoї elektronnoi komertsii [Features of the domestic e-commerce development]. *Yevropeiskyi vektor ekonomichnoho rozvytku – European vector of economic development*, 1 (18), 58–65 [in Ukrainian].
4. Honskyi, M. D. (2011). Sutnist i zmist komertsiiinoї diialnosti torhovelnoho pidpriemstva [Essence and maintenance of commercial activity of trading enterprise]. *Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy – Scientific letter of NLTU of Ukraine*, 21.1, 177–182 [in Ukrainian].
5. Zhelikhovskiy, V. M. *Pravovi zasady elektronnoi komertsii v Ukraini [Legal principles of the e-commerce in Ukraine]*. (Candidate's thesis). Kyi Kyiv National University of Internal Affairs, Kyiv, 2007 [in Ukrainian].
6. Zarichna, O. V., Holubka, Ya. V., Molnar, M. S. (2015). Teoretychni aspekty diialnosti komertsiiinykh pidpriemstv [Theoretical aspects of commercial enterprises]. *Naukovyi visnyk Mukachivskoho derzhavnoho universytetu – Scientific bulletin of Mukachevo state university Series "Economics"*, 19 (14), 250–255 [in Ukrainian].
7. Brosalyn, V. Y., Krylova, N. N. (2016). *Kommercheskaia deiatelnost [Commercial activity]*. Saratov: Saratovskii sotsialno-ekonomicheskii institut (filial) RƏU im. H. V. Plekhanova [in Russian].
8. Koshonko, O. V. (n.d.). Elektronni finansovi posluhy [Electronic financial services]. <http://dn.khnu.km.ua>. Retrieved from http://dn.khnu.km.ua/dn/k_default.aspx?M=k1095&T=intro&st=0&L=1.
9. Krysko, Zh. (2013). Sutnist ta vydy komertsiiinoї diialnosti pidpriemstva [Essence and types of business activities of the enterprise]. *Ukrainska nauka: mynule, suchasne, maibutnie – Ukrainian science: past, present, future*, 18, 75–83 [in Ukrainian].
10. Mishchenko, S. V., Naumenkova, S. V. (2011). *Bankivska entsyklopediia [Bank Encyclopedia]*. Kyiv: Tsentr naukovykh doslidzhen Natsionalnoho banku Ukrainy: Znannia [in Ukrainian].
11. Odarchenko, A. M., Spodar, K. V. (2015). Osoblyvosti elektronnoi komertsii ta perspektyvy yii rozvytku v Ukraini [Features of electronic commerce and prospects of its development in Ukraine]. *Biznes Inform – Business Inform*, 1, 342–346 [in Ukrainian].
12. Patramanska, L. Yu. (2015). Elektronna komertsiiia: perevahy ta nedoliky [E-commerce: advantages and disadvantages]. *Efektivna ekonomika – Effective economy*, 11. Retrieved from <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4505>.

ГАЛУЗЕВИЙ АСПЕКТ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

13. Pro elektronnu komertsiiu [About Ecommerce]. № 675-VIII (03.09.2015). Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19/print>.

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

15. Shaleva, O. I. (2011). *Elektronna komertsiiia [E-commerce]*. Kyiv: Tsentr uchbovoi literatury [in Ukrainian].

16. Shkarlet, S. M., Dubyna, M. V. (2017). Identyfikatsiia sutnosti informatsiinoi ekonomiky [Identification of nature information economy]. *Problemy i perspektyvy ekonomiky ta upravlinnia – Problems and prospects of economics and management*, 1 (9), 99-105 [in Ukrainian].

17. Shkarlet, S. M., Dubyna, M. V. (2015). Istoryko-henetychni formy interpretatsii sutnosti ta zmistu informatsiinoho etapu rozvytku ekonomiky [Historical and genetic forms of interpretation of the essence and content of the information stage of economic development]. *Ekonomist – Economist*, 2, 14–17 [in Ukrainian].

18. Shkarlet, S., Dubyna, M., Zhuk, O. (2018). Determinants of the financial services market functioning in the era of the informational economy development. *Baltic Journal of Economic Studies*, 4 (3), 349–357 [in English].

Пілевич Дмитро Станіславович – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри управлінського обліку, бізнес-аналітики та статистики, Університет державної фіскальної служби України (вул. Університетська, 31, Ірпінь, 08201, Україна).

Пілевич Дмитрий Станіславович – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры управленческого учета, бизнес-аналитики и статистики, Университет государственной фискальной службы Украины (ул. Университетская, 31, Ирпень, 08201, Украина).

Pylevych Dmytro – PhD in Economics, Assistant Professor, Associate Professor of Department of Management Accounting, Business Analytics and Statistics, State University of DFS of Ukraine (31 Universytetska Str., 08201 Irpin, Ukraine).

E-mail: dmutrostan@ukr.net

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9442-0262>