

УДК 339.166.4

Василичев Д.В.¹

Синиця В.С.²

¹канд. екон. наук, доц. ЗНТУ

²студ. гр. МТУ-314м ЗНТУ

СУТНІСТЬ ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ В СУЧАСНОМУ БІЗНЕС- СЕРЕДОВИЩІ

Концепція розвитку інформаційного суспільства в Україні передбачає створення електронного уряду, електронної економіки, торгівлі, охорони здоров'я, навчання, зайнятості та соціального захисту населення тощо. Електронна економіка має на меті розвиток електронної торгівлі та електронного декларування, вдосконалення єдиного розрахункового інформаційного простору, гармонізацію національної та міжнародної нормативно-правової бази в сфері електронної торгівлі.

Разом з тим, у колі фахівців і законодавців, на даний час, немає єдиного підходу до розуміння терміну «електронна торгівля». Найчастіше вона розглядається як «електронна комерція» або «електронний обмін даними». Електронна комерція є економічним процесом обміну товарами і послугами на базі існуючих партнерських зв'язків за допомогою електронних засобів комунікації. Електронний обмін даними означає обмін діловими документами між комп'ютерними програмами різних компаній в стандартизованій формі [1].

Електронна торгівля має ряд переваг як для покупця, так і для продавця. Проте певна частина населення використовує технології електронної торгівлі лише в незначній мірі. Розвиток електронної комерції у ХХІ столітті, зокрема, розглядається в роботах Ю.В.Бережної, Магомедова Г.Д., Панкіна Т.В. та інших. В роботі Маслової А.Є. розглядається різноманітність каналів продажів як перспективний напрямок розвитку роздрібної торгівлі, при цьому електронна торгівля є одним з ефективних каналів продажів [1].

У широкому сенсі, електронна торгівля визначається як сучасна методологія бізнесу, яка звернена до потреб організацій та споживачів щодо скорочення витрат, поліпшення якості товарів і прискорення надання послуг [2]. До електронної торгівлі, згідно з даною точкою зору, відносяться господарські операції з використанням електронних комунікаційних мереж та дій, що забезпечують їх здійснення – діяльність провайдерів доступу в мережу, операторів пошукових систем, розміщення інформаційних ресурсів в мережі Інтернет.

Інше визначення трактує електронну торгівлю як «електронний бізнес». В цьому плані, в режимі он-лайн, розуміється як електронна комерція і

включає електронну торгівлю, електронний обмін повідомленнями, електронний обмін даними, електронну пошту, електронні каталоги, електронні дошки оголошень, бази даних для спільного використання. Такий підхід означає використання електронних засобів в режимі он-лайн для здійснення будь-яких елементів підприємницької діяльності.

У вузькому значенні «під електронною торгівлю розуміється виробництво, реклама, продаж і розповсюдження товарів з використанням телекомунікаційних мереж» [3]. Тут електронна торгівля розглядається як особлива форма здійснення угод, за якою їх укладення і виконання здійснюється за допомогою електронних засобів комунікації. Правова природа угод при цьому залишається незмінною. Вони повинні регулюватися нормами права, які узгоджують відносини відповідного виду (купівлю-продаж, перевезення, оренду, надання послуг тощо). Електронний обмін даними, відповідно до даної позиції, не змінює суті взаємовідносин сторін і впливає тільки на форму, в якій ці відносини будуються [3].

Таким чином, можна відзначити, що електронна торгівля передбачає укладання угод шляхом електронного обміну даними та іншими електронними засобами передачі даних. До правочинів в електронному вигляді належать угоди, що укладаються і виконуються з використанням електронних засобів зв'язку та сучасних інформаційно-комунікаційних систем і мереж.

Узагальнюючи вищесказане, можна запропонувати наступне визначення: електронна торгівля – це вид підприємницької діяльності, що здійснюється електронним способом, при якому укладання угод відбувається за допомогою телекомунікаційних мереж. Тому, подальший її розвиток буде залежати від інформаційної інфраструктури, правового забезпечення електронних угод, платіжних систем і систем доставки товарів, а також ІНШИХ МЕХАНІЗМІВ РЕАЛІЗАЦІЇ.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. **Маслова, А.Е.** Разнообразие каналов продаж как перспективное направление развития розничной торговли [Текст]/ А.Е. Маслова, Е.Т. Тимяшева, А.Ф. Никишин // Инновационная наука. – №1(5). – 2015. – С. 195–197.

2. **Фартович, Д.** Електронна комерція як ніша для бізнесу / Д.Фартович [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://fintramplin.com/elektronna-komertsiya>.

3. Що таке електронна комерція? Як роблять онлайн-покупки українці, європейці та американці [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://tvomisto.tv/news/shcho_take_elektronna_komertsiya_yak_robyat_onlayn_okupky_ukraintsi_ievropeytsi_ta_amerykantsi_93469.html.