

ПОНЯТТЯ ТА СИСТЕМИ ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ

Сівова Т. Ю.

аспірант,

Київський національний торговельно-економічний університет

У сучасному глобалізованому світі, що супроводжується швидким розвитком науково-технічного прогресу, процесом розвитку інформаційних технологій та розвиванням мережі Інтернет, актуальним стає вивчення та дослідження питання електронної торгівлі.

Дослідженням електронної торгівлі займалися, як вітчизняні так і зарубіжні науковці, серед них: Н.М. Тягунова, А. О. Кантарович, В. В. Апопій, І. П. Міщук, В. Звасс, А. Саммер та ін. Під час дослідження питання, в проаналізованих джерелах термін «електронна торгівля» розглядається, також як «електронна комерція».

Згідно з Законом України № 675-VIII «Про електронну комерцію» від 03.09.2015 р., електронна торгівля – це господарська діяльність у сфері електронної купівлі-продажу, реалізації товарів дистанційним способом покупцю шляхом вчинення електронних правочинів із використанням інформаційно-телекомунікаційних систем [1].

У праці Хубаєва Г.Н. термін «електронна комерція» визначено, як форму постачання продукції, при якій вибір і замовлення товарів здійснюється через комп'ютерні мережі, а розрахунки між покупцем і постачальником здійснюються з використанням електронних документів і / або засобів платежу. При цьому в якості покупців товарів (або послуг) можуть виступати як приватні особи, так і організації [2].

Маєвська А. А. вважає, що 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 [3].

Підсумовуючи, можна зазначити, що електронна торгівля – це форма торгівлі між суб'єктами господарювання, здійснена за допомогою інформаційних технологій (мережі Інтернет). Система електронної комерції розподілена на чотири групи, відповідно до складу учасників комерційного процесу.

Табл.1. Системи електронної комерції.

| Система | Характеристика |
|---------------------------------------|--|
| Система B2B (бізнес-бізнес) | Система включає всі рівні і види взаємодії між суб'єктами — юридичними особами (виробниками і споживачами, продавцями і покупцями) з приводу розподілу, обміну, купівлі-продажу, споживання. Ця система значною мірою характерна для оптової електронної торгівлі. |
| Система B2C (бізнес-споживач) | Система характеризується тим, що учасниками комерційного процесу є фізичні особи та юридичні особи (торговельні компанії). Взаємодія між ними, що базується на електронних технологіях, спрямована на забезпечення купівлі товару в Інтернет-магазині або інших формах електронної комерції. Ядром системи B2C, безперечно, є електронна роздрібна торгівля. |
| Система G2B (адміністрація-бізнес) | Система обслуговування державного замовлення, що охоплює всі види угод, які здійснюються між компаніями й урядовими організаціями (торговельні угоди по закупівлі товарів, продукції, надання послуг для державних потреб і за державні гроші) |
| Система C2C (споживач-споживач) | Система відрізняється тим, що в ній взаємодіють споживачі — фізичні і юридичні особи — для обміну комерційною інформацією і здійснення обміну товарами, досвідом, послугами. До цієї системи примикає аукціонна торгівля між фізичними особами, комісійна торгівля, бартерні угоди. |

Джерело: сформовано автором на основі [4].

Список використаних джерел:

1. Закон Про електронну комерцію від 03.09.2015 р. // Законодавство України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/term/34551> (дата звернення: 08.11.2019).
2. Хубаев Г. Н. Маркетинг информационных продуктов и услуг / Г.Н. Хубаев // РГЭУ «РИНХ». Ростов-на-Дону, 2005. 224 с.
3. Маєвська А. А. Електронна комерція і право / А. А. Маєвська // Харків, 2010. 256 с.
4. Апопій В. В. Організація торгівлі (2-е вид.) / В.В. Апопій, І.П. Міщук, В.М. Ребицький // К: ЦУЛ. 2008. 632 с.