

Щербина Ю.В.

здобувач вищої освіти, перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
Харківського національного економічного
університету ім. Семена Кузнеця

Бутенко Д.С.

к.е.н., доцент Харківського національного економічного
університету ім. Семена Кузнеця

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОСОБЛИВОСТЕЙ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ

За останні роки в світі відбулось багато змін, а особливо у сфері економіки. Глобалізаційні процеси впливають на бізнес створюючи жорстку конкуренцію для підприємницького середовища. Вирішення зазначеної проблеми вимагає впровадження новітніх технологій виробництва та просування товарів і послуг. Найбільш сучасними інструментами реалізації продукції (послуг) є електронна комерція, яка щороку набуває популярності в провідних країнах світу.

Електронна комерція – це один з елементів електронного бізнесу, який тісно пов'язано з розвитком підприємницької діяльності, включаючи продаж товарів і послуг через інтернет-технології.

Згідно до Закону України «Про електронну комерцію» [1] це 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 таких відносин виникають права та обов'язки майнового характеру.

Проте в науковій літературі існують різні точки зору щодо тлумачення поняття «електронна комерція», див. табл. 1

Таблиця 1.

Тлумачення поняття «електронна комерція» різними авторами

Автор	Визначення поняття «електронна комерція»
Тардаскіна Т. М. [2]	це вид електронної комерційної діяльності з використанням інформаційних комунікаційних технологій
Царьов Р. Ю. [3]	це будь-яка транзакція, яка здійснюється через комп'ютерну мережу, внаслідок якої право власності або право використання товару або послуги було передано від однієї особи до іншої
Маєвська А. А. [4]	це використання електронних комунікацій та технологій обробки цифрової інформації для встановлення та змін відносин створення вартості

	між організаціями та між організаціями та індивідами
Мартовий А. В. [5]	це діяльність організації або індивіда, переважно орієнтована на отримання прибутку в результаті угод і транзакцій в Інтернеті
Юдін О. М. [6]	це ділова активність з купівлі-продажу товарів і послуг, що передбачає взаємодію сторін на основі інформаційних мереж (без безпосереднього фізичного контакту)
Полях В. М. [7]	це специфічна частина електронного бізнесу, яка включає в себе суспільні відносини стосовно купівлі-продажу товарів, послуг та інформації через Інтернет з використанням всіх інструментів, які доступні в мережі

Отже, аналіз існуючих понять надав можливість встановити, що під електронною комерцією варто розуміти – діяльність бізнесу, який здійснюється через засоби інтернет-технологій, та включає в себе купівлю-продаж товарів або послуг.

Електронну комерцію можна забезпечити різними електронними пристроями, у зв'язку з цим її розділяють на такі види: М – commerce (Mobile commerce) – комерція з використанням послуг мобільного зв'язку; Т – commerce (Television commerce) – комерція з використанням інтерактивного цифрового телебачення; V – commerce (Voice commerce) – голосова комерція. Це автоматизовані транзакції в Інтернет, які здійснюються через голосові портали за допомогою комп'ютера або телефону завдяки голосовим командам. Голосові портали, наприклад брокерські системи, можуть керувати домашніми пристроями через Інтернет; U – commerce (universal commerce) – універсальна комерція – це можливість здійснювати комерційні дії електронним пристроєм у будь-який час; D – commerce (dynamical commerce) – динамічна комерція – це динамічне ціноутворення, яке дозволяє продавцям досягти найвищої прозорості операцій і проводити електронні транзакції на найвигідніших умовах.

В електронній комерції просування, замовлення, купівля, оплата, розповсюдження та післяпродажне обслуговування, через мережі, символізує революцію в торгівлі.

З початком 2000-х років, в Україні все більше починає зростати частка електронної комерції. Споживачі стають постійними користувачами мережі інтернет-технологій. Так, за даними аналізу фірми Gemius, розмір української аудиторії інтернет-технологій становить 18,7 млн користувачів, а частка інтернет-торгівлі в загальній роздрібній торгівлі - 7,2%. [8]. Та в Україні ця сфера ще є недостатньо розвинутою. За

прогнозами Державної служби статистики України, річний обсяг електронної комерції в 2017 рік становив близько 4,5 млрд дол. США, тоді як потенційний ринок склав близько 120 млрд дол. США [9]. Проте, лише 4,7% населення України купує товари в інтернет-магазинах, а в інших більш розвинених країнах більше половини населення здійснює покупки в Інтернеті (США - 53,1%, Німеччина - 64,0%, Велика Британія - 68,6%). Причиною цього може бути низький рівень оплат покупок за допомогою банківських карток в Україні. Лише 4% всіх таких покупок оплачується за допомогою карток, у Німеччині цей показник дорівнює близько 25%, а у США - 75%.

Основними рекомендаціями щодо стимулювання розвитку електронної комерції в Україні є: удосконалення нормативно-правового забезпечення; захист суб'єктів електронної комерції; усунення перешкод для розвитку міжнародного електронного бізнесу в країні та розбудова інфраструктури ринку електронної комерції.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Законодавство України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19#Text>
2. Тардаскіна Т. М. Електронна комерція / Т. М. Тардаскіна, Є. М. Стрельчук, Ю. В. Терешко. – Одеса: ОНАЗ ім. О. С. Попова, 2011. – 244 с.
3. Царьов Р. Ю. Електронна комерція: навчальний посібник з підготовки бакалаврів / Р. Ю. Царьов. – Одеса: ОНАЗ ім. О. С. Попова, 2010. – 112 с.
4. Маєвська А. А. Електронна комерція і право / А. А. Маєвська. – Харків, 2010. – 256 с.
5. Мартовой А.В. Сущность и основные характеристики электронного бизнеса, электронной коммерции, электронного и Интернет-маркетинга URL:www.nbuv.gov.ua/Articles/Kultnar/knp56_1/knp56_146-152.pdf
6. Юдін О. М. Системи електронної комерції: створення, просування і розвиток / О. М. Юдін, М. В. Макарова, Р. М. Лавренюк. – Полтава: РВВ ПУЕТ, 2011. – 201 с.
7. Електронна комерція: теоретико-правові засади та сучасний стан в Україні / [В. М. Полях, Н. М. Кривошеєва, В. М. Ключко та ін.]. // Scientific Journal "ScienceRise". – 2017. – №5. – С. 11–17
8. Иванов А. А. Количественные исследования в Интернете. Проблематика, инструментарий. URL: <http://ecsocm.an.hse.ru/text/16216581/>
9. Офіційний веб-сайт Державної служби статистики України. URL: <http://ukrstat.gov.ua>