

ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ: ПРИНЦИПИ, ВИДИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ

Стрілець С. В.¹, Орлик О. В.²

¹ – студент, кафедра Інформаційних систем в економіці,

² – канд. екон. наук, доцент, кафедра Інформаційних систем в економіці
Одеський національний економічний університет, м. Одеса

АНОТАЦІЇ

Стрілець С. В., Орлик О. В. Електронна комерція: принципи, види та перспективи розвитку в Україні. Відзначено, що розвиток інформаційних систем та технологій привів до формування нового виду економічної діяльності – економічної комерції. Наведено визначення та особливості електронної комерції. Розглянуто основні види та принципи електронної комерції. Показано тенденції та перспективи розвитку електронної комерції в Україні.

Ключові слова: Інтернет, електронна комерція, види електронної комерції, принципи.

Стрелец С. В., Орлик О. В. Электронная коммерция: принципы, виды и перспективы развития в Украине. Отмечено, что развитие информационных систем и технологий привело к формированию нового вида экономической деятельности – экономической коммерции. Приведено определение и особенности электронной коммерции. Рассмотрены основные виды и принципы электронной коммерции. Показаны тенденции и перспективы развития электронной коммерции в Украине.

Ключевые слова: Интернет, электронная коммерция, виды электронной коммерции, принципы.

Strilets S. V., Orlyk O. V. *E-commerce: principles, types and prospects of development in Ukraine.* It has been highlighted that the development of information systems and technologies has led to the formation of a new kind of economic activity - economic commerce. The definition and features of e-commerce have been introduced. The basic principles and types of e-commerce have been examined. Tendencies and prospects of development of e-commerce in Ukraine have been represented.

Keywords: Internet, e-commerce, types of e-commerce, principles.

ПОСИЛАННЯ НА РЕСУРС

Стрілець, С. В. Електронна комерція: принципи, види та перспективи розвитку в Україні [Текст] / С. В. Стрілець, О. В. Орлик // Інформатика та інформаційні технології : студ. наук. конф., 20 квітня 2015 р. : матер. конф. — Одеса, ОНЕУ. — С. 92-95.

Розвиток комп'ютерних інформаційних систем та технологій привів до формування нового виду економічної діяльності – електронної комерції. Глобальна мережа Інтернет сьогодні використовується не тільки для обміну інформацією, все більше застосування знаходять Інтернет-технології в конкретних комерційних операціях, зокрема в електронній комерції. Можливості електронної комерції в Інтернеті привносять нові елементи в сучасний бізнес, такі як зростання конкурентного середовища, глобалізація сфер діяльності, скорочення каналів розповсюдження товарів, а також економія витрат на рекламі.

Електронна комерція (e-commerce) – вид електронної комерційної діяльності з використанням інформаційно-комунікаційних технологій.

Під електронною комерцією (e-commerce) маються на увазі будь-які форми ділових угод, при яких взаємодія сторін здійснюється електронним способом замість фізичного обміну або безпосереднього фізичного контакту, і в результаті якого право власності або право користування товаром або послугою передається від однієї особи іншій.

У загальному розумінні «система електронної комерції» являє собою певну Інтернет-технологію, яка надає учасникам системи такі можливості:

- виробникам і постачальникам товарів і послуг різних категорій: представити в мережі Інтернет товари і послуги (в тому числі он-лайніві послуги та доступ до інформаційних ресурсів); приймати через Інтернет і обробляти замовлення клієнтів;
- покупцям (клієнтам): переглядати за допомогою стандартних Інтернет-браузерів каталоги і прайс-листи товарів і послуг, що пропонуються; оформляти через Інтернет замовлення (заявки, запити) на цікаві товари і послуги.

Просування e-commerce в Інтернеті забезпечує доступ виробників до максимального числа споживачів і надає можливість клієнтам вводити свої замовлення в систему управління підприємством.

Види електронної комерції:

- **Business-to-business (B2B).** Даний напрямок включає в себе всі рівні взаємодії між компаніями. При цьому можуть використовуватися спеціальні технології і стандарти електронного обміну даними;
- **Business-to-consumer (B2C).** Основу цього напрямку складає електронна роздрібна торгівля;
- **Business-to-administration (B2A).** Взаємодія бізнесу і адміністрації включає ділові зв'язки комерційних структур з державними організаціями, починаючи від місцевої влади і закінчуючи міжнародними організаціями;
- **Consumer-to-administration (C2A).** Цей напрямок найменш розвинений, проте має досить високий потенціал, який може бути використаний для організації взаємодії державних структур

і споживачів, особливо в соціальній і податковій сфері;

- **Consumer-to-consumer (C2C).** *Мається на увазі можливість взаємодії споживачів для обміну комерційною інформацією. Це може бути обмін досвідом придбання того чи іншого товару, обмін досвідом взаємодії з тією чи іншою фірмою і багато іншого.*

Основні принципи дії електронної комерції:

- **Довіра** – *будь-яка операція може бути здійснена тільки при наявності гарантії довіреної особи чи організації;*
- **Достовірність** – *будь-яка інформація має комерційну цінність, якщо вона достовірна. Механізмом, що забезпечує достовірність передачі інформації (документів) в e-commerce, займається ціла галузь під назвою Electronic Data Interchange (EDI), зі своєю наукою та інститутами, які розробляють стандарти.*
- **Електронні платежі** – *головна і найбільш проблематична частина в системах e-commerce. До цих пір загальноприйнятою є така схема, при якій покупець, у відповідь на сформований торговцем замовлення, повідомляє в зашифрованому вигляді атрибути своєї картки. Торговець, у свою чергу, виставляє рахунок в банк. Ця схема платежів знаходиться в сильній залежності як від порядності користувачів, так і від злочинців, які намагаються перехопити і розшифрувати інформацію про покупця. Крім того, даною схемою не забезпечується гарантоване повідомлення банку і наявність необхідної суми на рахунку покупця.*

Перспективи розвитку електронної комерції в Україні

За останні кілька років в Україні спостерігається стрімкий розвиток електронної комерції. Це один з ринків економіки, що найбільш динамічно розвивається. Ринок електронної комерції в Україні продемонстрував зростання, незважаючи на низький рівень доходів населення і девальвацію національної валюти. На даний момент серед найбільш великих операторів електронної комерції слід відзначити: Tickets.ua, modnaKasta, LeBoutique, Slando, Prom.ua, Aukro, Sokol, FotoMag, Allo та інші. При цьому згідно з даними Aukro Top100, український ринок електронної комерції продовжує зростати. До кінця року його обсяг, за прогнозами, перевищить 2 млрд. \$. Прогноз на наступні декілька років теж є вражаючим – зростання на 400%, до \$ 10 млрд у 2018 році. На рівень розвитку ринку онлайн-комерції вплине і той факт, що великі оператори мають намір розвивати канал онлайн-продажів, в першу чергу в сегменті побутової техніки та електроніки («Фокстрот», «Comfy» і «Алло»). Також помітно розширюється асортимент покупок онлайн, а магазини пропонують все більш широкий асортимент товарів. Найбільш впливовим явищем, що може спонукати і подальший бурхливий розвиток ринку електронної комерції стало прийняття проекту закону про електронну комерцію, який визначає правовий статус продавців і постачальників товарів в електронній торгівлі, а також описує порядок укладання угод у цій сфері.

ЛІТЕРАТУРА

1. Тардаскіна, Т. Н. Електронна комерція [Текст] : навч. посіб. / Т. Н. Тардаскіна, Є. М. Стрельчук, Ю. В. Терешко. — Одеса : ОНАЗ ім. А.С. Попова, 2011. — 128 с.
2. Шаховалов, Н. Н. Інтернет-технології в туризмі [Електронний ресурс] / Н. Н. Шаховалов // Портал : tourlib.net. — Режим доступу \www/ URL: http://tourlib.net/books_tourism/shahovalov21.htm. — Заголовок з екрана, доступ вільний, 30.03.2014.
3. Єсіна, О. Г. Сучасний ринок дистанційних банківських послуг в Україні [Текст] / О. Г. Єсіна // Socio-economic aspects of development economics and management : collection of scientific articles. — 2015. — Vol. 2. — P. 46-49.
4. Волков, С. Л. Анализ качества предоставления услуг Интернет-провайдерами [Текст] / С. Л. Волков, Н. Ф. Казакова // Інформаційно-вимірювальні технології, технічне регулювання : II наук.-практ. конф., 17 листопада 2011 р. : зб. наук. праць. — Одеса, ОДАТРА. — С. 84-89.
5. Орлик, О. В. Сучасні інформаційні технології в системі управління підприємством [Текст] / О. В. Орлик, О. Г. Єсіна // Вісник соціально-економічних досліджень. — 2002. — № 11. — С. 293–296.
6. Скопа, О. О. Проблематика якості послуг інтернет-провайдерів [Текст] / О. О. Скопа, С. Л. Волков, К. Б. Айвазова // Збірник наукових праць Одеської державної академії технічного регулювання та якості. — 2013. — № 1(2). — С. 27-31.
7. Буй, В. М. Інформаційні системи в економіці [Текст] / В. М. Буй, О. В. Орлик // Гармонізація суспільства – новітній напрямок розвитку держави : Всеукр. наук. конф. аспірантів та молодих вчених, 25 березня 2014 р. : матер. конф. — Одеса, ОНЕУ. — С. 109-116.
8. Єсіна, О. Г. Інтернет-банкінг в Україні: сучасний стан, проблеми та перспективи [Текст] / О. Г. Єсіна // Вісник соціально-економічних досліджень. — 2013. — Вип. 48(1). — С. 209-213.
9. Орлик, О. В. Інформаційні системи в сфері управління організацією [Текст] / О. В. Орлик // Вісник соціально-економічних досліджень. — 2002. — № 12. — С. 188–191.
10. Скопа, О. О. Роль телекомунікацій в сучасному бізнесі [Текст] / О. О. Скопа, Н. Ф. Казакова // Наукові праці УДАЗ. — Одеса : УДАЗ ім. О. С. Попова. — 1999. — №2. — С. 11-12.
11. Орлик, О. В. Інформаційні системи як стратегічний засіб розвитку фірми [Текст] / О. В. Орлик, О. Г. Єсіна // Вісник соціально-економічних досліджень. — 2001. — № 10. — С. 386–390.
12. Зеленцова, Ж. Ю. Конвергенция глобальной сети как новый этап развития: обзор инфраструктурных решений и технологий с целью нахождения решений для повышения безопасности обработки данных при облачных вычислениях [Текст] / Ж. Ю. Зеленцова, Н. Ф. Казакова // Інформаційна безпека. — 2013. — № 4(12). — С. 23-40.