

*Богдан Гетьман,
студент 1 СТН курсу спеціальності 208 «Агроінженерія»
Науковий керівник: Мушеник Ірина Миколаївна,
канд. екон. наук, доцент кафедри математичних дисциплін,
інформатики і моделювання,
Подільський державний аграрно-технічний університет,
м. Кам'янець-Подільський*

ЕЛЕКТРОННИЙ БІЗНЕС, ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ, ІНТЕРНЕТ-ТОРГІВЛЯ: СУТНІСТЬ ТА ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ПОНЯТЬ

Швидкий розвиток інформаційних технологій та впровадження електронної комерції в усі сфери бізнесу зумовлює необхідність систематизації суб'єктів Інтернет-торгівлі, виявлення переваг та недоліків кожного з них з метою покупки за найвигіднішими умовами товарів або послуг споживачами або ж з метою виявлення одним підприємством своїх конкурентів: їх товарний асортимент та цінову політику задля обрання правильної стратегії ведення бізнесу надалі. В Україні ще немає інструменту, що може задовольнити потреби такого типу у Інтернет-користувачів, тому варто звернутися до досвіду інших країн задля запозичення та вдосконалення передових технологій [2].

Сучасний ринок Інтернет-розрахунків розширюється з дивовижною швидкістю все більшого значення набуває електронна комерція. Проте праці більшості вчених присвячені переважно електронній комерції як інструменту підприємницької діяльності або розвитку електронного бізнесу в Україні.

Інформація це важлива рушійна сила економічного зростання та соціальних змін. Бурхливий розвиток інформаційних технологій призвів до того, що в сучасній світовій економіці інформація стала ключовим поняттям. Успішний розвиток мережі Інтернет та бурхливе зростання електронної комерції в черговий раз довели, що інформаційний сектор економіки, на даний момент є найбільш динамічним та найбільш прибутковим.

Електронна комерція – це ведення бізнесу в онлайн режимі, яке на сьогодні присутнє в чотирьох наступних сферах: прями продажі товарів і

послуг; банківська справа та фактурування (платіжні системи); безпечне розміщення інформації; корпоративні закупівлі.

Прямі продажі – найдавніший вид електронної комерції, який став першою сходинкою до більш складних комерційних операцій для багатьох компаній. Успіх Amazon.com, Barnes & Noble, Dell Computer став каталізатором для цього сегменту [1].

Споживачі та представники малого бізнесу можуть зекономити час та кошти, проводячи банківські операції через Інтернет. Сплата рахунків, проведення транзакцій між рахунками, купівля-продаж акцій, облігацій, – все це може виконуватися за допомогою Інтернету.

Для багатьох видів бізнесу інформація є їх найбільш цінним активом. Незважаючи на те, що Інтернет дає можливість освоювати велику кількість нових ринків, паралельно виникає питання безпеки інформаційної та інтелектуальної власності, яке розв'язує Цифровий правовий менеджмент.

Також Інтернет дає можливість заощадити велику кількість часу і коштів на корпоративних закупівлях. Жодна інша модель бізнесу так не підкреслює необхідність тісної інтеграції між виробниками, постачальниками та дистриб'юторами, в процесі якої встановлюється ринкова ціна. Збільшення швидкості проходження цього ланцюжка за допомогою можливостей, які відкриває Інтернет, значно підвищує ефективність [4].

Сьогодні, приблизно 60 000 видів бізнесу обмінюються із своїми партнерами діловою документацією типу замовлень і рахунків за допомогою стандартного зв'язку і протоколу, що називається Електронний Обмін Даних (EDI).

Суб'єктами електронної комерції виступають: домашні господарства; фірми; держава ;постачальник мережевих послуг.

Після появи терміну "електронна комерція", завдяки її швидкої популяризації, багато дослідників відносили до неї будь яку бізнес діяльність в відокремлювати електронну комерцію від електронного бізнесу.

Електронний бізнес (E-business) – це ведення будь-якої бізнес діяльності у глобальних телекомунікаційних мережах, зокрема в Інтернет.

Зрозуміло, що електронний бізнес поняття значно ширше, і що електронна комерція є складовою частиною електронного бізнесу. Оскільки електронний бізнес, в даному розумінні, не такий розвинений як його складова частина, то визначення місця електронної комерції в електронному бізнесі є досить проблематичним.

Інтернет стає головним каналом обміну нематеріальними товарами і послугами завдяки своїй високій пропускну здатності, що дає змогу швидко переміщувати в просторі значні масиви інформації здійснювати свою діяльність у будь-якій точці земної кулі [3].

Сучасний ринок Інтернет-розрахунків розширюється з дивовижною швидкістю все більшого значення набуває електронна комерція. Проте праці більшості вчених присвячені переважно електронній комерції як інструменту

Сама по собі електронна комерція, що полягає в укладанні договорів і постачанні на договірних умовах товарів і послуг, зв'язана з обслуговуванням потоків двох типів: матеріальних і нематеріальних. Нематеріальні потоки виникають у результаті прямої мережної передачі нематеріальних товарів, прямого мережного виконання нематеріальних послуг, Інформаційної та телекомунікаційної підтримки постачань матеріальних послуг, фінансових мережних розрахунків із партнерами, клієнтами, замовниками, постачальниками.

Цілком природно, що застосування електронних засобів в обслуговуванні нематеріальних потоків приводить до прискорення ділових процедур і, як наслідок, розвитку електронної комерції у цілому. Використання Інтернету як засіб доставки нематеріальних товарів споживачу сприяє зниженню транспортних затрат, тому що в цьому випадку вони визначаються часом, протягом якого будуть зайняті ресурси, і не залежать від вартості самого товару [1].

Сучасні процеси розвитку електронної комерції у світовому масштабі і її проникнення в різні сфери діяльності є абсолютно новим засобом зв'язку між людьми, системами, підприємствами, організаціями і державними органами керування. Таким чином, для електронної комерції не існує кордонів, і вона забезпечує можливість спілкування і ділових контактів для людей, підприємств і державних установ як усередині окремих країн, так і в будь-якій точці світу, де є доступ до Інтернету.

Однією з основних проблем розвитку електронного бізнесу в Україні взагалі й Інтернет-сектора фінансових послуг зокрема є прогалини в законодавчій базі. В Україні не існує законодавчих актів, які б чітко регулювали сферу Інтернет-послуг. Ні чинний в нашій державі Цивільний кодекс, ні Цивільний процесуальний, ні Господарський процесуальний кодекси жодною нормою не сприяють становленню та розвитку електронної комерції в Україні [2].

Швидкість роботи сайтів і зручність використання у багатьох випадках залишає бажати кращого. Вирішення питань правового регулювання сфери Інтернет-послуг повинно стати основою для врегулювання наявних й потенційних ризиків, серед яких: ухилення від податків, шахрайство, порушення прав інтелектуальної власності тощо. Тому закріплення основ електронної комерції у Цивільному кодексі України та подальший розвиток сфери регулювання Інтернет-послуг повинні закласти фундамент для розквіту електронного бізнесу в нашій державі [4].

Розвиток інформаційних технологій поклав основу для підприємництва у сфері Інтернет, що отримало назву «електронний бізнес». Узагальнюючи роботи науковців різноманітних наукових шкіл, автор запропонував удосконалення сутності понять за рахунок розкриття кола бізнес-процесів, що входять до сфери діяльності електронного бізнесу, електронної комерції та Інтернет-торгівлі. Також розроблено структуру електронного бізнесу, до якої входять декілька блоків, серед яких – електронна комерція, головною ознакою якої є використання інформаційних ресурсів для співробітництва з партнерами з

приводу реалізації товарів/послуг. На відміну від електронної комерції, Інтернет-торгівля використовує тільки мережу Інтернет і включає в себе тільки ті операції, що стосуються безпосередньо купівлі продажу товарів.

Список використаних джерел:

1. Білявська Ю. В. Регулювання електронної комерції в Україні. *Молодий вчений*. 2016. № 10 (37). С. 336-339.
2. Горбуль Д. В., Мушеник І. М. Сучасні електронні технології як інструменти формування інформаційно-освітнього середовища. *Інформаційне суспільство в умовах глобалізації* : зб. наукових праць Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції, м. Кам'янець-Подільський, 12 травня 2020 р. Кам'янець-Подільський, 2020. С. 152-157.
3. Коваленко О. Розвиток підприємництва в Інтернет-торгівлі. *Вісник КНЕУ*. 2005. № 6. С. 28-33.
4. Мушеник І. Сучасні реалії і тенденції розвитку інформаційних технологій в освіті. *InterConf*. 2020. Вып. 27. С. 143-146.