

[Текст] / В. С. Пономаренко. – К. : Академія, 2008. – 542 с.

Отримано 30.10.2011. ХДУХТ, Харків.

© Ю.В. Землянко, 2011.

УДК 004.4:658.8

**О.М. Тимофєєва**, ст. викл.

**І.В. Онопрієнко**, ст. викл.

## **ВИКОРИСТАННЯ ЕЛЕКТРОННИХ ТОРГІВ В ІНТЕРНЕТІ**

*Досліджено сутність поняття електронної торгівлі, структуру електронної комерції, функції електронних торговельних майданчиків, переваги і недоліки вживання електронних торгів. Розглянуто можливість використання їх у навчальному процесі.*

*Исследованы сущность понятия электронной торговли, структура электронной коммерции, функции электронных торговых площадок, преимущества и недостатки применения электронных торгов. Рассмотрена возможность использования их в учебном процессе.*

*Essence of concepts of electronic trade, structure of electronic commerce, functions of electronic point-of-sale grounds, advantages and lacks of application of electronic auctions, is investigated. Possibility of the use is considered them in an educational process.*

**Постановка проблеми у загальному вигляді.** Розбудова інформаційного суспільства в Україні вимагає пришвидшення темпів створення національної інформаційної інфраструктури ринку електронних послуг, завдяки чому телекомунікації, апаратно-програмне забезпечення, автоматизовані інформаційні системи, глобальний простір Інтернет, інформація та знання повинні стати основними засобами виробництва.

Стан та розвиток електронного бізнесу значною мірою визначають темпи наближення країни до побудови інформаційного суспільства, створює підґрунтя для прискорення інтеграції її економіки в світову. Тому проблема розвитку електронного бізнесу в Україні є своєчасною та безумовно актуальною.

**Мета та завдання статті.** Визначення термінології та стану проведення електронних торгів в Україні.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Наукові праці вітчизняних та зарубіжних авторів серед яких М.В. Макарова, А.М. Береза, І.Т. Балабанов, В.В. Царьов, А.А. Кантарович, Д. Козьє, І. Успенський та ін., створили значний теоретичний

потенціал для організації та управління підприємствами електронної торгівлі в умовах ринкової економіки. Економічним аспектам функціонування торговельних підприємств у середовищі Інтернет присвячені праці Т. Хофмана, А. Саммера, М. Мак-Нілла, К. Коллі, К. Пейтела, В. Кисельова та деяких інших авторів. Дослідженню питань, пов'язаних із формуванням систем електронної торгівлі підприємствами України, присвячені праці В.М. Гужви, О. Данько, В.В. Апопія, Я.А. Гончарука, А.М. Виноградської, Н.С. Меджибовської, Б.М. Мізюка та ін. [1].

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Виникнення „Електронної комерції” як науки було пов'язано з введенням у обіг нових термінів, категорій таких як: електронний магазин, електронна торгівля, електронний аукціон, електронна вітрина, електронні гроші, електронні платіжні системи, електронний цифровий підпис.

Електронний бізнес (Е-бізнес) – ділова активність, що використовує можливості глобального інформаційного простору для перетворення внутрішніх і зовнішніх зв'язків компанії з метою створення прибутку.

Застосування сучасних технологій дозволяють у моделі електронного бізнесу розглядати електронний маркетинг як основу сучасного бізнесу. При цьому завдання маркетингу настільки значні і об'ємні, що в більшості випадків і традиційна маркетингова діяльність – бізнес-аналіз (BI – Business Intelligence), управління стосунками із споживачами (CRM – Customer Relations Management), управління ланцюжками постачання (SCM – Supply Chain Management) і управління знаннями (KM – Knowledge Management), реалізується засобами інформаційних технологій.

Найважливішою складовою Е-бізнесу є Е-комерція.

Електронна комерція (E-commerce), як відомо, реалізується за допомогою інтернет-технологій і безпосередньо в мережі Інтернет.

“Е” — це electronic (електронний), в перекладі з латинського означає швидкий.

“Е” — це economical, в перекладі з англійського означає економічний.

“Е” — це extendent business, означає бізнес без кордонів.

Таким чином, електронна комерція – це швидкий і економічний вигляд бізнесу, який не знає кордонів.

Електронна комерція (е-комерція) – це електронна економічна діяльність, яка забезпечує повний цикл бізнес-процесів, що включають замовлення товарів/послуг, проведення платежів, дос-

тавку товарів/послуг із використанням інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) і організують передачу прав власності юридичних/фізичних осіб іншим [2].

Найбільш повними можна назвати поняття електронної комерції авторів В.В. Царева та А.А. Кантаровича [3]. Електронна комерція має дуже широке тлумачення та охоплює питання, які виникають у зв'язку з усіма відношеннями комерційного характеру, що містять в собі наступні угоди (але не обмежуються ними): купівлю-продаж, постачання, узгодження про розподіл продукції, торгове представництво (або агентські відношення), факторинг, лізинг, проектування, консалтинг, інжиніринг, інвестиційні контракти, страхування, узгодження про експлуатації та концесії, банківські послуги, спільну діяльність та інші форми промислового та ділового співробітництва, транспортні послуги (перевезення вантажів або пасажирів повітряним, морським, залізничним транспортом).

До електронної комерції відносять електронний обмін інформацією (Electronic Data Interchange), електронний рух капіталу (Electronic Funds Transfer), електронну торгівлю (E-Trade), електронні гроші (E-Cash), електронний маркетинг (E-Marketing), електронний банкінг (E-Banking), електронні страхові послуги (E-Insurance) тощо.

Електронна роздрібна торгівля, на відміну від електронної комерції, охоплює не весь процес товарно-грошового обміну, а лише ту його частину, яка безпосередньо пов'язана з купівлею-продажем. Тому електронна торгівля є частиною електронної комерції [4].

У спеціальній економічній літературі поняття "електронна торгівля" має багато авторських та декілька офіційних визначень. До найбільш поширених визначень цього терміну можна віднести трактування І.Т. Балабанова, який вважав, що електронна торгівля – це торгівля через мережу Інтернет за допомогою комп'ютерів покупця і продавця товарів. Серед вітчизняних учених панують визначення електронної торгівлі як виду бізнес-активності, в якій комерційна взаємодія суб'єктів бізнесу здійснюється за допомогою глобальної комп'ютерної мережі Інтернет. Поряд з існуванням наукових визначень терміну "електронна торгівля", існує також його офіційне тлумачення різними законодавчими органами та авторитетними організаціями. Комісія ООН з міжнародного торгового права (UNCITRAL) вважає, що електронна торгівля – це організація і технологія купівлі-продажу товарів, послуг електронним способом із використанням телекомунікаційних мереж та електронних фінансово-економічних інструментів. Таким

чином, електронна торгівля розуміється як купівля-продаж, що здійснюється електронними засобами, причому у віртуальному режимі.

Електронна комерція включає низку моделей. Розробка моделей е-комерції, впровадження передових проєктів у цій області, а також загальних юридичних і правових основ ведення бізнесу в Інтернеті підтримуються Європейською Комісією в програмі ESPRIT. У матеріалах цієї комісії розглядається більше 10 моделей електронної комерції, в тому числі електронний магазин, тендер, аукціон, торговельний центр та ін.

На сучасному етапі розвитку електронної торгівлі в мережі Інтернет існують три основних форми організації електронної торгівлі: електронні магазини, торговельні інтернет-майдайчики, інтернет-аукціони.

Електронний аукціон – це спеціалізований web-сайт. Інтернет-аукціон відображає процедуру торгів як на звичайному аукціоні. Провайдер такої системи заробляє на відсотках від транзакцій, а також на продажі програмного забезпечення для участі в торгах.

Для участі в аукціоні необхідно реєструватися в системі та отримати електронний цифровий підпис (ЕЦП). Після цього можна подати заявку на участь у торгах.

Переможцем аукціону на підвищення визнається учасник, що запропонував найвищу ціну. Переможцем аукціону на пониження стає учасник, який вніс цінову пропозицію з найменшою ціною.

Операційним ядром системи електронних аукціонів є електронний тендерний майданчик (ЕТМ), що забезпечує проведення процедур закупівлі продукції, товарів і послуг на базі інформації про пропозицію, яка формується підприємствами і організаціями – користувачами системи в рамках нормативно-правового середовища закупівель.

Електронний тендер – це спеціалізований web-сайт для проведення тендерів серед постачальників. Зазвичай він реалізується у вигляді каталога-довідника, за допомогою якого клієнт може обирати постачальників товарів для подальших переговорів з ними. Відбір проводиться виходячи з характеристик товарів, цін, умов постачання, номенклатури або якихось специфічних міркувань. Він застосовується компаніями для полегшення участі в тендерах, для просування своєї торговельної марки і зниження витрат з маркетингу.

Переможцем електронного тендеру оголошується постачальник, пропозиція якого відповідає всім вимогам, що містяться в тендерній документації, і є кращим, виходячи з таких критеріїв, як ціна, терміни, якість, платіжні умови, гарантійні та сервісні зобов'язання та ін.

Протягом останніх 5 років український ринок електронної комерції показував щорічне зростання на рівні 50...60% незалежно від економічних коливань. При цьому ринок має серйозний потенціал.

В Україні проведення електронних аукціонів є досить поширеним явищем. Так, зокрема, в 2007 році корпорація «Fozzy Group», згідно з стратегією поліпшення послуг для своїх клієнтів, оголосила конкурсний відбір банку-партнера для надання йому ексклюзивних прав із фінансових послуг на території магазинів корпорації. Для відбору кращої пропозиції було проведено відкритий електронний on-line аукціон серед усіх зацікавлених банків.

Електронна комерція дозволяє постачальникам і замовникам рівною мірою використовувати нові вигідні можливості (табл.).

*Таблиця – Можливості замовників та постачальників у електронній комерції*

<b>Можливості постачальників</b>	<b>Можливості замовників</b>
Глобальна присутність	Глобальний вибір
Підвищення конкурентоспроможності	Якість послуг
Задоволення потреб замовника	Персоналізація товарів і послуг
Скорочення шляху товару до замовника	Швидка реакція на попит
Економія витрат	Зниження цін
Нові можливості ведення бізнесу	Нові продукти і послуги

Працюючи на ЕТМ, замовник або постачальник може успішно вирішувати різні питання, що виникають у повсякденній діловій практиці, тому що система виконує наступні важливі функції:

1. Інформаційна функція дозволяє ознайомитися з переліком організацій, що працюють на ЕТП, отримати інформацію по організаціям, які цікавлять.

2. Функція маркетингу, що дозволяє здійснювати пошук покупців і споживачів робіт і послуг, а так само отримувати інформацію про потреби і пропозиції робіт і послуг, які розміщують на майданчику іншої організації.

3. Рекламна функція. Розмістивши інформацію про свою організацію на ЕТП, можна відразу потрапити в єдиний інформаційний простір.

4. Торговельна функція. Дозволяє здійснювати повний комплекс всіляких торговельно-закупівельних заходів щодо придбання товарів і

послуг як організатору торгів. Виконувати комплекс дій для ефективного продажу власних товарів і послуг як учаснику торгів.

5. Аналітична функція дозволяє проводити порівняльний аналіз різних показників діяльності організацій. Правильно обрати контрагентів для виконання поставок, робіт і послуг з тематики, що цікавить.

6. Функція захисту інформації здійснює безпечний електронний документообіг, побудований із використанням сертифікованих засобів криптографічного захисту інформації (ЕЦП).

Переваги роботи на ЕТМ для замовника очевидні:

1. Значне заощадження робочого часу.
2. Економія грошових коштів на організації і проведенні закупівель.
3. Прозорість і відвертість процесу закупівель.
4. Чесна конкуренція, що виключає роботу недобросовісних співробітників із «своїми» фірмами-постачальниками.
5. Участь у торгах можлива з будь-якої точки світу, не виходячи зі свого офісу.
6. Доступність для представників будь-якого бізнесу – ціна і умови лота нічим не обмежені.

Електронний торговельний майданчик дозволяє об'єднати в одному інформаційному і торгівельному просторі постачальників і споживачів різних товарів і послуг і надає учасникам ЕТМ низку сервісів, що підвищують ефективність їх бізнесу. Замовники дістають можливість проводити електронні торги: тендери, аукціони, запити цін і пропозицій, оптимізуючи витрати, а постачальники – брати участь в закупівлях, що проводяться, розміщувати інформацію про запропоновану продукцію і послуги. Переваги для постачальника такі:

1. Швидкий пошук торгів, що цікавлять.
2. Економія засобів на рекламній кампанії.
3. Прозорість і відвертість процесу продажів.
4. Чесна конкуренція.
5. Рівні права всіх постачальників товарів, робіт і послуг.

Елементи ЕТМ:

1. Сервер (апаратний комплекс).
2. Програмне забезпечення.
3. Транзакційна система з підсистемою документообігу.
4. Пошукова система.
5. Система управління каталогом.
6. Система обліку персональних даних учасників.
7. Служба технічної підтримки.

Але у процедурі проведення електронного аукціону є низка негативних моментів, які відсовують його вживання в дальше майбутнє.

1. Неоднозначність часу закінчення електронного аукціону наводить до багатогодинних і багатоденних торгів. Досвід показує, що у результаті ж перемагає не той із них, що запропонував кращу ціну, а той, хто довше зміг витримати багатоденне сидіння за комп'ютером.

2. Не визначена процедура врегулювання суперечок у разі, якщо замовник відмовляється від підписання контракту з постачальником, ціна якого була визнана кращою. Відповідно до закону можна укласти договір з конкурсантом, що зайняв друге місце, за такою ж ціною, яку запропонував учасник, що зайняв перше місце.

3. Законом не обумовлено, яким чином відбувається допуск учасників розміщення замовлення до включення в гонку під назвою «електронний аукціон». Виходить, у торгах можуть взяти участь всі бажаючі, що призводить до появи великої кількості недобрросовісних постачальників, до зривів постачань товарів, а відповідно, до незадоволеності самих замовників.

У той же час розвиток електронної торгівлі пов'язаний з низкою загроз і побоювань як звичайних покупців, так і покупців-експертів щодо придбання товарів та послуг з допомогою систем електронної торгівлі зокрема – шахрайства з кредитними картами, настирливих розповсюджувачів товарів, що довідалися про ім'я й адресу покупця, вторгнення в особисте життя, обдурювання під час доставки товару і крадіжки особистісних ідентифікаційних характеристик покупця.

**Висновки.** Розвиток і впровадження електронного бізнесу виступає як засіб забезпечення конкурентоспроможності національної економіки. Економічними цілями загальнодержавної програми “Електронна Україна” на 2005–2012 рр. є завдання побудови економіки, орієнтованої на споживання та експорт інформаційних послуг.

Бізнес-процеси, які можуть бути переведені на електронну основу, мають потенціал зниження витрат на них, що, у свою чергу, зумовлює зниження собівартості товару чи послуги. Зараз переваги електронних аукціонів очевидні. Тут і заощадження часу на оформлення конкурсної документації, і розвиток здорової конкуренції при шансі для дрібного і середнього бізнесу заявити про свої можливості. А головне — неможливість змови учасників конкурсу, оскільки в ході аукціону кожен бачить лише кращу ціну і свою ціну, яку можна змінювати неодноразово. Цей чинник сприяє зниженню постачальниками ціни. За різними оцінками, в середньому в сегменті B2B показник економії складає від 5 до 15%, а в держсекторі (B2G) — до 25%.

З-поміж основних причин, які гальмують розвиток українського ринку є такі:

1) відсутність законодавчої бази, яка б регулювала процес купівлі/продажу on-line, здійснення електронних платежів за оплачені товари/послуги, яка б встановлювала прозорі правила гри на ринку (як для продавців, так і для покупців);

2) слабо розвинена національна система електронних платежів;

3) низька ефективність більшості існуючих українських торговельних майданчиків;

4) низький рівень проникнення Інтернету (особливо в регіонах).

Актуальність проблеми електронних торгів призвела до включення в навчальний процес із дисципліни «Організація торгівлі», «Інформаційні системи і технології в фінансах» огляд сучасних методів в торгівлі. Створено та проведено лабораторний практикум в середовищі Інтернет за темою «Електронна комерція» з метою оволодіння навичками роботи із електронними тендерами та аукціонами. Були використані посилання на наступні сайти:

– тендери – <http://tender4u.com.ua/>;

– аукціони – <http://www.kharkovforum.com>, <http://ebay-ua.com>.

#### *Список літератури*

1. Мішук, І. П. Теоретичні аспекти формування систем електронної торгівлі в Україні [Електронний ресурс] / І. П. Мішук. – Режим доступу : <[http://www.nbuv.gov.ua/portal/chem\\_biol/nvnlntu/15\\_4/334\\_Miszczuk\\_15\\_4.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/portal/chem_biol/nvnlntu/15_4/334_Miszczuk_15_4.pdf)>.

2. Плєскач, В. Л. Електронна комерція [Текст] / В. Л. Плєскач, Т. Г. Затонацька. – К. : Знання, 2007. – 535 с.

3. Царєв, В. В. Электронная коммерция [Текст] / В. В. Царєв, А. А. Кантарович. – СПб. : Питер, 2002. – 320 с.

4. Апопій, В. В. Організація торгівлі [Текст] / В. В. Апопій, І. П. Мішук. – Центр навчальної літератури, 2005. – 616 с.

5. Соболев, В. О. Сутність основних понять Інтернет-торгівлі [Електронний ресурс] / В. О. Соболев. – Режим доступу : <<http://www.rusnauka.com/>>.

Отримано 30.10.2011. ХДУХТ, Харків.

© О.М. Тимофєєва, І.В. Онопрієнко, 2011.