

МАЛОВИЧКО С. В.

к. е. н., доцент

Донецький національний університет економіки і торгівлі  
імені Михайла Туган-Барановського**НАУКОВІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ**

*Метою статті є визначення категорії «електронна торгівля» в умовах віртуалізації економіки. У статті використано діалектичний метод наукового пізнання, а також комплекс загальнонаукових методів гносеології: теоретичного узагальнення і порівняння, методи угруповання і класифікації. Узагальнено наукові підходи до розуміння категорії «торгівля», що застосовуються у світовій та вітчизняній практиці. На підставі аналізу наукових робіт виявлено найбільш синонімічні до терміну «електронна торгівля» в економічній літературі поняття. Обґрунтовано співвідношення понять «електронна комерція» та «електронна торгівля».*

*Ключові слова: торгівля, електронна торгівля, інформаційна економіка, електронна комерція, електронний бізнес.*

МАЛОВИЧКО С. В.

к. э. н., доцент

Донецкий национальный университет экономики и торговли  
имени Михаила Туган-Барановского**НАУЧНЫЕ ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ**

*Целью статьи является определение категории "электронная торговля" в условиях виртуализации экономики. В статье использован диалектический метод научного познания, а также комплекс общенаучных методов гносеологии: теоретического обобщения и сравнения, методы группировки и классификации. Обобщены научные подходы к пониманию категории "торговля", что применяются в мировой и отечественной практике. На основании анализа научных работ выявлены наиболее синонимические к термину "электронная торговля" в экономической литературе понятия. Обосновано соотношение понятий "электронная коммерция" и "электронная торговля".*

*Ключевые слова: торговля, электронная торговля, информационная экономика, электронная коммерция, электронный бизнес.*

MALOVYCHKO S. V.

PhD in Economics, associate Professor

Donetsk national university of economics and trade named after Mikhail Tugan-Baranovsky

**SCIENTIFIC APPROACHES TO THE DEFINITION OF E-COMMERCE**

*The aim of the article is determination of category "e-commerce" in the conditions of virtualization of economy. The dialectical method of scientific cognition, and also complex of scientific methods of gnosiology: theoretical generalization and comparison, methods of groupment and classification were used in the article. The scientific going is generalized near understanding of category "trade", that are used in world and home practice. The most synonymous concepts to the term "e-commerce" in the economic literature were detected on the basis of analysis of scientific works. Correlation of concepts "e-commerce" and "e-trade" has been substantiated in the article.*

*Key words: trade, e-commerce, informative economy, e-trade, e-business.*

---

Svetlana.malovichko@mail.ru

---

**Постановка проблеми.** Торговля як сфера обігу товарів, як спеціалізована галузь економіки досить давно займає одну з лідируючих позицій в економіці. Однак відносно недавно вектор її розвитку зазнав змін та став інкрементно змінюватися з традиційної орієнтації на користь електронної. Досвід зарубіжних країн свідчить, що електронна торгівля має значний потенціал розвитку як в розвинутих, так і в країнах, що розвиваються. Актуальними стають питання практичного застосування переваг та можливостей даного виду господарської діяльності на підприємствах України.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженню електронної комерції та

електронної торгівлі присвячено велику кількість вітчизняних і зарубіжних праць. Так, цікавими є роботи Н. Тягунової, Ю. Кубкіної, Д. Євтушенка, В. Брижко, А. Новицького, В. Цимбалюк, М. Швець, Е. Алексеєнко, М. Берко, А. Чучковської, Г. Хубаєв, В. Резнікової, І. Трубіна та інших.

З урахуванням теоретичних напрацювань, які сформовані в сучасній економічній літературі, актуальними стають питання розуміння і співвідношення базових понять теорії електронної торгівлі.

**Постановка завдання.** Метою статті є визначення категорії «електронна торгівля» в умовах віртуалізації економіки.

**Виклад основного матеріалу.** У світовій та вітчизняній практиці використовуються різні підходи до розуміння категорії «торгівля». Узагальнення цих дефініцій представлено в таблиці 1.

Таблиця 1

**Найбільш розповсюджені варіанти визначення поняття «торгівля» [1-12]**

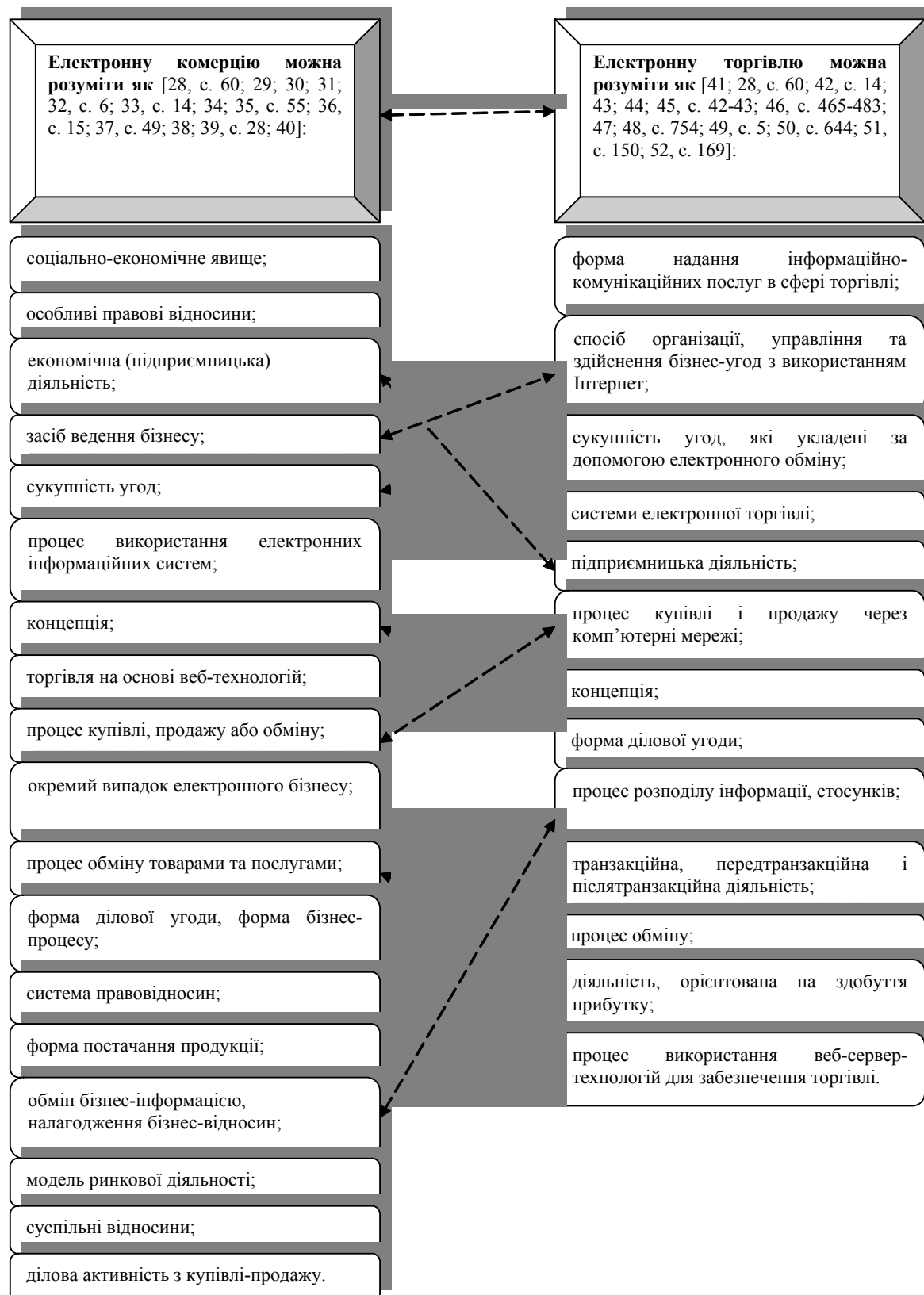
<b>Джерело</b>	<b>Визначення</b>
[1]	Торгівля – це організований у певній послідовності процес товарно-грошового обміну, що відбувається в часі й просторі та відображає сукупність економічних відносин із приводу обміну продуктами праці й задоволення потреб споживачів у товарах і послугах у тому вигляді, в який час і в такому місці, які відповідають їх вимогам.
[2; 3]	Торгівля – це "вид економічної діяльності у сфері товарообігу і просування їх від виробника до споживача у формі купівлі-продажу та надавання пов'язаних із цим послуг.
[4, с. 103; 5, с. 759]	Торгівля – процес переходу права власності на товари, галузь господарства та економічної діяльності, об'єктом якої є товарообмін, купівля-продаж товарів, а також обслуговування покупців у процесі продажу товарів та їх доставка, зберігання товарів і підготовка до продажу.
[6, с. 5; 7, с. 1103]	Під торгівлею розуміють купівлю товарів та їх перепродаж без внесення до них істотних матеріальних змін.
[8, с. 371]	Торгівля включає обіг засобів виробництва і предметів особистого споживання, з взаємним поділом на торгівлю внутрішню, тобто в межах однієї держави, і торгівлю зовнішню, тобто обіг товарів між державами за участю суб'єктів підприємництва.
[9, с. 13]	Торгівля – це один із видів господарської діяльності, одна з форм обміну продуктами праці й послугами, що передбачає здійснення посередницьких функцій між виробниками та споживачами продукції і пов'язані з цим послуги.
[10, с. 321]	Торгівля – будь-які операції, що здійснюються на умовах договору купівлі-продажу, обміну, поставки та іншими цивільно-правовими договорами, які передбачають передавання прав власності на товар.
[11, с. 376]	Торгівля – галузь народного господарства, яка охоплює купівлю-продаж товарів і послуг, їх обмін, спрямований на обслуговування продавців і покупців, а також зберігання і підготовку товарів для продажу.
[12, с. 345]	Торгівля – сфера обігу товарів, в якій відбувається обмін продуктами праці і послугами. Вид комерційної діяльності, при якій шляхом укладання договору або на основі усної угоди здійснюється купівля-продаж товарів. Спеціалізована галузь економіки, що формує свої доходи за рахунок діяльності по доведенню товарів до споживачів.

На думку В. Ядова, актуальним питанням для методології науки є систематизація основних понять, «...інтерпретація понять в певних термінах означає пошук емпіричних ознак, що пояснюють їх значення в деякому істотному для нашого завдання відношенні. А суттєве відношення, в свою чергу, буде визначатися проблемою та предметом дослідження» [13, с. 50].

Аналіз наукових робіт дозволяє виявити найбільш синонімічні до терміну «електронна торгівля» в економічній літературі поняття.

Так, О. Авдейчиковою [14, с. 139] визначається «віддалена торгівля» в якості «інноваційної технології ведення торгового бізнесу», що є поняттям більш широким, ніж «електронна торгівля», та включає продаж через поштові каталоги, вендінг, телемагазини ін.

А. Хальчевський [15, с. 88] оперує поняттям «дистанційна торгівля», що застосовується в якості синоніму до «електронної торгівлі». До синонімів науковці також відносять терміни «електронна комерція», «Інтернет-торгівля», «віртуальна торгівля», «І-тейлинг».



**Рис. 1. Співвідношення понять «електронна комерція» та «електронна торгівля»**

У літературі існують два підходи до систематизації понять – класифікаційний (структурний) і концептуальний [16]. Класифікаційний передбачає, що кожне поняття займає в структурі певне місце і таким чином відображає зв'язок з іншими поняттями. А в концептуальній системі поняття має місце завдяки наявності первинної або вторинної ролі в даній концепції.

Дефініції електронної торгівлі можна класифікувати в залежності від розставлених в них акцентів.

В економічній теорії електронна торгівля насамперед трактується як така форма торгівлі (або підприємницької діяльності), за якої вся діяльність, пов'язана з купівлею-продажем товарів, ведеться через мережу Інтернет [17, с. 162; 18, с. 190; 19, с. 41; 20, с. 9; 21, с. 17; 22, с. 97].

Е. Алексєєнко, Д. Євтушенко вид електронної комерції [23, с. 88; 24, с. 187]; Ю. Кубкіна вважає, що «електронна торгівля» відповідає терміну «електронна комерція» у вузькому сенсі [25, с. 158]; О. Сидорова вважає поняття «електронного бізнесу» і «електронної торгівлі» синонімічними [26, с. 52].

На відміну від цих поглядів, існує точка зору, згідно з якою під електронною торгівлею розуміють функціонування електронних магазинів [27, с. 7].

Таким чином, більшість авторів прихильні думки, що електронна торгівля – це продаж матеріальних і нематеріальних в електронний спосіб. Співвідношення понять «електронна комерція» та «електронна торгівля» говорить про їх тісний взаємозв'язок (рис. 1).

Слід зазначити, що в правовому полі ці поняття мають тотожне значення, а найбільших ускладнень для їх розуміння чинять мовні аспекти перекладу терміну «електронна торгівля» з англійської, де найбільш вживаним є поняття «e-commerce».

Отже, серед економістів у даний час не досягнуто компроміс відносно розуміння і співвідношення базових понять теорії електронної торгівлі.

З рисунку очевидно, що електронна торгівля та електронна комерція мають багато спільних точок дотику щодо розуміння їх сутності та значення. Однак було б не вірно змішувати ці поняття в одну категорію. Адже електронна комерція, якщо розглядати її глобально, може бути співставлена терміну «електронний бізнес» як підприємницька діяльність суб'єктів економічних відносин, електронна торгівля такого співставлення не витримує. З іншого боку, електронна комерція в більш локальному значенні як процес обміну, купівлі, продажу товарів та послуг із застосуванням інформаційно-комунікаційних технологій може бути рівнозначна електронній торгівлі, а остання розглядатися як окремих випадок електронної комерції.

**Висновки.** Розуміння сутності, значущості та актуальності такого економічного явища як електронна торгівля надає підприємцям нові важелі впливу в гострій конкурентній боротьбі, відкриває нові горизонти розвитку, нівелює ризик зниження ефективності економічної діяльності.

### Список використаних джерел

1. Николаева И. Н. Торговля в сфере товарного обращения [Электронный ресурс] / И. Н. Николаева. – Режим доступа: <http://lib.usue.ru/avtoref/izvest/99-2/s196.pdf>.
2. Роздрібна та оптова торгівля: терміни та визначення понять. ДСТУ 4303:2004. – [Чинний від 2005–07–01]. – К. : Держспоживстандарт України, 2005. – 18 с. – (Національний стандарт України).
3. Порядок провадження торговельної діяльності та правила торговельного обслуговування населення: станом на 15 черв. 2006 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=833-2006-%EF>.
4. Юридична енциклопедія : в 6-ти т. [редкол.: Ю. С. Шемшученко (гол. редкол.) та ін.]. – К. : “Укр. енцикл.”, 2004. – Т. 6. – 768 с.
5. Борисов А. Б. Большой экономический словарь / А. Б. Борисов. – М. : Книжный мир, 1999. – 895 с.

6. Крие А. Внутренняя торговля / А. Крие, Ж. Жалле : Пер. с фр. [общ. ред. В. С. Загишвили]. – М. : А/О Изд. груп. “Прогресс”–“Универс”, 1993. – 192 с.
7. Большой экономический словарь / Под. ред. А. Н. Азрилияна. – 5-е изд. [доп. и перераб.]. – М. : Ин-т мировой экономики, 2002. – 1280 с.
8. Юшина С. І. Щодо визначення поняття державного регулювання зовнішньої торгівлі / С. І. Юшина // Молодь у юридичній науці: зб. тез доповідей Міжнар. наук. конф. молодих вчених “Треті осінні юридичні читання”. – Хмельницький : В-во ХУУП, 2004. – С. 370-371.
9. Хавронюк М. І., Мельник М. І. Законодавство України про торгівлю: Настільна книга продавця і покупця : В 3-х кн. – К. : Вид-во “Бліц-Інформ”. – Ч. 1. – 752 с.
10. Гордієнко Д. Д. Економічний тлумачний словник. Понятійна база законодавства України у сфері економіки / Д. Д. Гордієнко. – К. : КНТ, 2006. – 308 с.
11. Про захист інформації в інформаційно-телекомунікаційних системах» : закон України від 5 липня 1994 р. № 80/94-ВР [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/80/94-%D0%B2%D1%80>.
12. Коноплицький В. А. Тлумачно-термінологічний економічний словник / В. А. Коноплицький. – КНТ, 2007. – 580 с.
13. Ядов В. А. Стратегия социологического исследования / В. А. Ядов. – М. : Академкнига, Добросвет, 2003. – 596 с.
14. Авдейчикова Е. В. Современное состояние рынка удалённой торговли в России: тенденции и проблемы развития / Е. В. Авдейчикова // Проблемы современной экономики. – № 2 (46), 2013. – С. 139-142.
15. Хальчевский А. Н. Качество в сфере дистанционной торговли / А. Н. Хальчевский // Транспортное дело России. – 2011. – № 1. – С. 88-90.
16. Ермошенко Н. Н. Рынок и информация: взаимосвязь, становление и развитие / Информация и рынок. – 1991. – №1. – С. 15-24.
17. Тягунова Н. М. Интернет-торгівля: сутність та особливості [Електронний ресурс] / Н. М. Тягунова, М. Ю. Гудзенко // Вісник Полтавської державної аграрної академії. – 2013. – № 3. – С. 160-162. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/VPDAA\\_2013\\_3\\_36.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/VPDAA_2013_3_36.pdf)
18. Балабанов И. Т. Электронная коммерция. – СПб. : Питер, 2001. – 336 с.
19. Апатова Н. В. Рискология виртуального предпринимательства / Н. В. Апатова, С. В. Малков. – Симферополь : ДИАЙПИ, 2013. – 316 с.
20. Валигурский С. Д. Организационно-экономические основы формирования и развития интернет-торговли : автореф. дис. на соискание степени канд. экон. наук : спец. 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством» / С. Д. Валигурский. – Москва. – 2012. – 24 с.
21. Трубін І. О. Правові засади функціонування електронних грошей у сфері електронної комерції : монографія / І. О. Трубін. – К. : Алерта, 2013. – 136 с.
22. Дубів О. В. Стан та перспективи розвитку електронної комерції в Україні / О. В. Дубів // Матер. міжнар. наук.-практ. конф. «Модернізація європейської вищої освіти в контексті Болонського процесу» (17-20 трав. 2011 р., Україна-Словаччина-Угорщина). – С. 97-108.
23. Алексеенко Е. А. Особенности совершения покупок и коммуникации в онлайн-пространстве [Электронный ресурс] / Е. А. Алексеенко // Теория и практика общественного развития, 2013. – № 5. С. 88-91. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-soversheniya-rokupok-i-kommunikatsii-v-onlaynovom-prostranstve>.
24. Євтушенко Д. Д. Електронний бізнес, електронна комерція, Інтернет-торгівля: сутність та взаємозв'язок понять / Д. Д. Євтушенко // БІЗНЕСІНФОРМ, 2014. – № 8. – С. 184-188.
25. Кубкина Ю. С. Основные тенденции развития электронной коммерции в мировой экономике и экономике Российской Федерации / Ю. С. Кубкина // Terra economicus. – № 2. – Т. 12. – Ч. 2, 2014. – С. 157-161.
26. Сидорова О. В. Электронный бизнес в современной экономике [Электронный

ресурс] / О. В. Сидорова // Проблемы перехода к инновационной экономике, 2010. – № 2. – 51-54. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/elektronnyy-biznes-v-sovremennoy-ekonomike>.

27. Брижко В. Електронна комерція: правові засади та заходи удосконалення : монографія / В. Брижко, А. Новицький, В. Цимбалюк, М. Швець ; [за ред.: чл.-кор. АПрН України М. Швеця (заг. ред.) А. Москаленко, к.ф.-м.н. О. Гладковської]. – К. : НДЦПІ АПрН України, 2008. – 149 с.

28. Резнікова В. Поняття, значення та перспективи правового забезпечення електронної комерції в Україні / В. Резнікова // Теорія і практика інтелектуальної власності. – 2015. – № 2. – С. 58-72.

29. Кобелев О. А. Электронная коммерция / О. А. Кобелев, Г. Я. Резго, В. И. Скиба ; [под ред. С. В. Пирогова]. – М. : Изд. дом «Социальные отношения», 2003. – 428 с.

30. Kleindl В. А. Strategic Electronic Marketing : Managing E-Business / В. А. Kleindl. – Mason : Thomson, 2002. – 428 с.

31. Deitel Н.М., Deitel P.J., Steinbuhler К. e-Business and e-Commerce for Managers. – Upper Saddle River : Prentice-Hall, 2001. – 794 p.

32. Грабауров В. А. Электронный бизнес [Текст] : учеб. пособ. / В. А. Грабауров. – Минск : БГЭУ, 2007. – 211 с.

33. Електронна комерція і право / [укл.: А. А. Маєвська]. – Х., 2010. – 256 с.

34. Operkent А. Global Economy & Electronic Commerce. – London : Business School Press, 1999. – 260 s.

35. Галкин В. В. Основы предпринимательской деятельности [Текст]: учеб. пособ. / В. В. Галкин. – Р.-на-Д. : Феникс, 2004. – 283 с.

36. Сергеев А. П. Как создать свой интернет-бизнес [Текст]: краткое руководство / А. П. Сергеев. – М. : ДИАЛЕКТИКА, 2008. – 256 с.

37. Берко М. Ю. Системи електронної контент-комерції : монографія / М. Ю. Берко, В. А. Висоцька, В. В. Пасічник. – Львів : Вид-во Нац. ун-ту «Львівська політехніка», 2009. – 612 с.

38. Чучковська А. В. Правове регулювання господарських договорів, що вчиняються через мережі електрозв'язку: дис. ...канд. юрид. наук: 12.00.03 «Цивільне право і цивільний процес, сімейне право; міжнародне приватне право» / Чучковська Анна В'ячеславівна. – К., 2005. – 240 с.

39. Хубаев Г. Н. Маркетинг информационных продуктов и услуг. Ростов-на-Дону. : РГЭУ«РИНХ». – 2005. – 224 с.

40. Zwass V. (1996). Electronic Commerce: Structures and Issues. International Journal of Electronic Commerce, vol. 1, no. 1.

41. Kalakota R. E-Business 2.0 : Roadmap for Success / R. Kalakota, M. Robinson. – Boston: Addison-Wesley, 2010. – XXIV, 520 p. – (The Addison-Wesley Information Technology Series).

42. Электронная торговля и оптимизационные компьютерные технологии / В. Е. Лихтенштейн, В. И. Мардахаев // Прикладная информатика. – 2006. – № 3. – С. 14-22.

43. Типовий закон про електронну торгівлю, прийнятий Комісією Організації Об'єднаних Націй із права міжнародної торгівлі, затверджений резолюцією Генеральної Асамблеї ООН №51/162 від 16 грудня 1996 року [Електронний ресурс] / Режим доступу: [http://www.un.org/ru/documents/decl\\_conv/conventions/commerce.shtml](http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/commerce.shtml).

44. Карев Я. А. Электронные документы и сообщения в коммерческом обороте: правовое регулирование / Я. А. Карев. – М. : Статут, 2006. – 420 с.

45. Schubert P. Virtuelle Transaktionsgemeinschaften im Electronic Commerce: Management, Marketing und soziale Umwelt / P.Schubert. – Josef Eul Verlag, Lohmar, Köln. – 1999. – S. 42-43 p.

46. Poon S. Determinants of Small Business Internet Usage: A Multi-method Investigation of Perceived Benefits / S. Poon // 10-th International Electronic Commerce Conference, Bled, Slovenia, ModernaOrganizacija, 1999.

47. Fellenshtein C., Wood R. Exploring E-commerce, Global E-business and E-societies / C. Fellenshtein, R. Wood. – Upper Saddle River : Prentice-Hall, 2000. – 269 p.
48. Deitel H.M., Deitel P.J., Steinbuhler K. e-Business and e-Commerce for Managers. – Upper Saddle River : Prentice-Hall, 2001. – 794 p.
49. Родигин Л. А. Интернет-технологии в туризме / Л. А. Родигин / Российская международная академия туризма. – М. : Советский спорт, 2006. – 388 с.
50. Rayport J.F. Introduction to e-Commerce / J.F. Rayport, B.J. Jaworski. – New York : McGraw-Hill, 2002. – 664 p.
51. Strauss J., Frost R. E-marketing (6th Edition). – Pearson Education International. – New Jersey., 2011. – 619 p.
52. Kleindl B. A. Strategic Electronic Marketing : Managing E-Business / B. A. Kleindl. – Mason : Thomson, 2002. – 428 p.
-