

Підходи до розв'язання проблематики термінологічної неузгодженості у сфері електронної комерції

А. В. Погоріленко

Інститут права Київського національного університету імені Тараса Шевченка, Київ, Україна
Corresponding author. E-mail: apohorilenko@gmail.com

Paper received 29.08.20; Accepted for publication 18.09.20.

<https://doi.org/10.31174/SEND-HS2020-237VIII41-06>

Анотація. Не зважаючи на тривалий період розвитку сфери електронної комерції, у вітчизняній та закордонній науковій думці так і не сформувалося єдиного підходу до розуміння електронної комерції та відповідної термінологічної єдності. Дана стаття розглядає основні підходи до визначення поняття електронної комерції. Звертається увага на відмінності підходів до визначення поняття. Шляхом семантичного аналізу зроблений висновок про те, що електронна комерція є особливим видом комерційної діяльності, яка, в свою чергу, вже отримала термінологічну визначеність та єдність думок щодо основних ознак. Було запропоновано визначити електронну комерцію через родові поняття комерційної діяльності, з врахуванням єдності думок авторів щодо специфічних ознак електронної комерції як особливого виду комерційної діяльності, що, на думку автора, може посприяти консолідації думок щодо значення електронної комерції в майбутньому.

Ключові слова: електронна комерція; термінологічна неузгодженість; комерційна діяльність; електронні правочини; господарська діяльність.

Вступ. Станом на сьогодні, значних оборотів набула сфера електронної комерції. Тим не менше, не зважаючи на те, що вона існує протягом тривалого часу, в науковій літературі так і не сформувалося єдиного підходу щодо визначення відповідного поняття. Однозначно, відсутність уніфікованого розуміння поняття електронної комерції може мати значний вплив як на подальший розвиток наукової думки в контексті електронної комерції, так і на законодавчу та законотворчу практики. З огляду на це, ретельного аналізу потребує проблематика відсутності єдиного підходу до визначення поняття електронної комерції та зростає потреба в пошуку можливих варіантів її вирішення.

Короткий огляд публікацій. Тематику дослідження поняття електронної комерції розробляли ряд вітчизняних вчених, зокрема В.В. Резнікова [1], В. Желіховський [2], А.В. Чучковська [3], Г. Г. Маліцька та О. І. Мельник [4], О.І. Шалева [5], К.Ю. Величко, Л.Л. Носач та О.І. Печенка [6], Р.Ю. Царьов [7]. Крім того, закордонні вчені, як-от Shahid Amin та Keshav Kansana [8], Sarah Cleeland Knight та Catherine L. Mann [9], Abdul Gaffar Khan [10], Cudjoe Dan [11], Vladimir Zwass [12], також брали участь у дослідженні відповідної проблематики.

Ціль дослідження. Метою даного дослідження є аналіз наявних підходів до визначення поняття електронної комерції та пошук альтернативного підходу, який би міг посприяти консолідації існуючих дефініцій.

Матеріали і методи. Для проведення даного дослідження використовувалися праці науковців України, США, Китаю, Індії та інших країн, які так чи інакше торкаються тематики вивчення поняття електронної комерції та комерційної діяльності загалом. При цьому важливим критерієм для відбору літератури було те, щоб відповідний дослідник не лише цитував позиції інших науковців, а і давав власну дефініцію для відповідних понять. Під час роботи над науковими результатами використовувалися як загальнонаукові методи: аналіз, індукція (щодо узагальнення сформованих позицій авторів щодо визначення понять), формалізація, абстрагування (в частині виокремлення окремих ознак

досліджуваних понять), системний метод, методи збору та узагальнення інформації, так і конкретно-наукові методи юриспруденції, зокрема формально-юридичний та порівняльний.

Результати та їх обговорення. Поняття електронної комерції досліджувалося різноманітними вченими з часу виникнення інформаційно-телекомунікаційних мереж, з якими можна пов'язати можливість вчинення правочинів за посередництвом комп'ютерів, телефонів, факсів та інших технічних засобів. Тим не менше, не зважаючи на тривалість періоду (часом виникнення Інтернету в звичному для пересічного громадянина розумінні можна вважати 1991 рік [13]), до сьогоднішнього дня не сформувалося жодного загальноприйнятого визначення поняття електронної комерції. Єдиною ознакою, з якою погоджуються всі автори, є наявність того чи іншого онлайн-зобов'язання щодо продажу товару чи послуги. Відповідну позицію можна знайти у Звіті Рахункової палати США до Сенату США «Міжнародна електронна комерція: дефініції та значення для політики» [14] (надалі в даній роботі – «Звіт»), де вона зазначила, що «...міжнародна електронна комерція, як правило, передбачає онлайн-зобов'язання щодо продажу, що призводить до імпорту чи експорту товарів і послуг».

Щодо позицій авторів, то при дослідженні поняття «електронна комерція» вони приходять до різноманітних висновків. Частина з них розглядає відповідне поняття через призму торгівельних операцій. Так, Г. Г. Маліцька та О. І. Мельник вказують, що «електронна комерція – це будь-які бізнес-процеси, які здійснюються з допомогою інформаційних технологій та мережі Інтернет» [4, с. 3]. О.І. Шалева вказує, що електронна комерція - це «комерційна взаємодія суб'єктів бізнесу з приводу купівлі-продажу товарів та послуг (матеріальних та інформаційних), з використанням інформаційних мереж (Internet, мережа стільникового зв'язку, внутрішні локальні мережі фірм)» [5, с. 10]. Схожим чином, К.Ю. Величко, Л.Л. Носач та О.І. Печенка визначають електронну комерцію як «ділову активність із купівлі-продажу товарів та послуг, що передбачає взаємодію сторін на основі інформаційної

глобальної мережі Інтернет (без безпосереднього фізичного контакту)» [6, с. 187]. Р.Ю. Царьов займає дещо інакший підхід, надаючи відповідному поняттю значення «будь-якої трансакції, яка здійснюється через комп'ютерну мережу, внаслідок якої право власності або право використання товаром або послугою було передано від однієї особи до іншої» [7, с. 7]. Shahid Amin, Keshav Kansana та Jenifur Majid розглядають поняття електронної комерції як «торгівлі товарами і послугами через електронні носії інформації та інтернет» [8, с. 2].

Інша група вчених займають позицію, яка виражає більш широкий підхід до розуміння значення поняття електронної комерції, як системи взаємовідносин у тій чи іншій сфері. Так, В. Желіховський розглядає його як «систему взаємовідносин у сфері здійснення обміну даними (електронними документами) та інформацією між суб'єктами господарювання з використанням глобальної мережі Internet» [2, с. 9]. Vladimir Zwass зазначає, що електронна комерція це «обмін діловою інформацією, підтримка ділових відносин та здійснення бізнес операцій за допомогою телекомунікаційних мереж» [12]. А.В. Чучковська розглядає електронну комерцію як «систему взаємопов'язаних правовідносин у сфері вчинення правочинів шляхом обміну електронними документами, який здійснюється за допомогою використання мереж електрозв'язку, зокрема Інтернет» [3, с. 22].

Таким чином, з огляду на різноманіття розуміння поняття електронної комерції в міжнародному науковому середовищі, можна погодитися з позицією, вираженою Рахунковою палатою США у Звіті 2002 року, де вказано, що «незважаючи на розповсюджене вживання терміну "міжнародна електронна комерція", він не має жодного загальноприйнятого визначення».

Узагальнюючи позиції авторів, можна зазначити, що кожне з них виражає той чи інший аспект електронної комерції. Окремо хочеться зауважити щодо підходу, обраного О.І. Шалевою, яка визначає електронну комерцію через поняття «комерційної взаємодії». Аналізуючи семантичний склад поняття «електронна комерція» нами було зауважено, що воно є похідним від поняття «комерція». Таким чином, влучним видається підхід, зайнятий вищенаведеним автором. Варто зауважити, що, станом на сьогодні, в науковій літературі склалося певне уніфіковане розуміння поняття «комерційна діяльність», достатньої кількості визначень поняття «комерційна взаємодія», для використання даного поняття у визначенні поняття електронної комерції, віднайти не вдалося.

Комерційна діяльність у працях авторів визначається по-різному, при цьому спільним для більшості авторів є виокремлення ознак комерційної діяльності як (1) торгівельно-організаційного процесу; (2) спрямованого на задоволення попиту споживачів та (3) отримання прибутку. Так, Л. Дашков і В. Памбухчянці зазначають, що комерційна діяльність полягає у «виконанні широкого комплексу взаємопов'язаних торговельно-організаційних операцій, спрямованих на здійснення процесу купівлі-продажу товарів і надання торговельних послуг з метою отримання прибутку» [15, с.25]. Ж. Крисько зазначає, що «комерційною діяльністю визнається діяльність, яка в умовах конкурентного

середовища спрямована на організацію та управління процесами купівлі-продажу для задоволення попиту споживачів і збільшення капіталізації її суб'єкта» [16, с. 82]. І.С. Марченко вказує, що «комерційна діяльність - це система оперативних-організаційних заходів, спрямованих на організацію і управління процесами купівлі-продажу товарів з метою задоволення споживчого попиту і отримання прибутку» [17, с.28]. Ф.П. Половцева підкреслює, що комерційна діяльність – це «процеси пов'язані з купівлею-продажем товарів, задоволенням попиту покупців, розвитком цільових ринків товарів, мінімізацією витрат обігу та отриманням прибутку» [18, с.42]. О. Русева та А. Балан. визначають комерційну діяльність підприємств як «практику здійснення обміну матеріальними цінностями та послугами, всі торговельні операції з придбання матеріально-технічних ресурсів та реалізації виробленої продукції, тобто особливий вид діяльності, від якої залежать кінцеві результати господарської діяльності підприємства» [19, с.1]. Ф. Г. Панкратов та Н. Ф. Солдатова розглядаються подібно по суті поняття комерційної роботи (російською «комерческая работа») як «широку сферу оперативних-організаційної діяльності торговельних організацій і підприємств, що спрямована на здійснення процесів купівлі-продажу товарів для задоволення попиту населення й одержання прибутку» [20, с. 16].

Узагальнюючи позиції авторів, в робочих цілях даної статті пропонується розуміти комерційну діяльність як сукупність торгівельно-організаційних операцій щодо обміну, купівлі-продажу чи надання товарів та послуг, спрямованих на задоволення попиту споживачів та отримання прибутку суб'єктом господарювання. Таким чином, достатньо доцільним видається підхід, за якого електронна комерція визначається через поняття комерційної діяльності, яке лежить в її основі.

Як вже зазначалося, електронна комерція є особливою сферою господарської діяльності. З огляду на вищезазначені позиції авторів, можна зробити висновок, що електронна комерція є підвидом комерційної діяльності, що має власні специфічні ознаки. Базуючись на розумінні електронної комерції вищезазначених авторів, можна зазначити, що такими специфічними ознаками є (1) здійснення усіх торгівельних операцій за посередництвом інформаційно-телекомунікаційних мереж, основною з яких є Інтернет та (2) дистанційна форма реалізації господарських правовідносин.

З огляду на все вищезазначене, нами вважається за доцільне визначення електронної комерції через родові поняття комерційної діяльності. Таким чином, базуючись на розумінні електронної комерції А.В. Чучковської, О.І. Шалеви, К.Ю. Величко, Л.Л. Носач, О.І. Печенка, Р.Ю. Царьова, Shahid Amin, Keshav Kansana, Jenifur Majid та інших вищезазначених авторів, розуміння комерційної діяльності Л. Дашкова і В. Памбухчянці, Ж. Крисько, І.С. Марченко, Ф.П. Половцевої, О. Русевої та А. Балана, Ф. Г. Панкратова та Н. Ф. Солдатової, пропонується наступне визначення поняття електронної комерції як **виду комерційної діяльності, який реалізується дистанційно за посередництвом інформаційно-телекомунікаційних мереж.**

Висновки. За результатами даного дослідження вдалося проаналізувати різноманітні підходи до розуміння електронної комерції авторами. Було зауважено, що, станом на сьогодні, не існує уніфікованого підходу до визначення електронної комерції як в вітчизняному науковому середовищі, так і в закордонному. Аналізуючи семантичне значення словосполучення «електронна комерція», вдалося зробити висновок, що вона є видом комерційної діяльності, який має власні специфічні ознаки. З іншого боку, дослідження наукових підходів до розуміння поняття комерційної діяльності дав можливість сформулювати позицію, що, станом на

сьогодні, існує уніфіковане розуміння даного поняття, внаслідок чого воно є придатним для використання у взаємозв'язку з поняттям електронної комерції. За результатами наукової роботи вдалося сформулювати авторське бачення поняття електронної комерції, яке базується, з одного боку, на усталеному розумінні поняття комерційної діяльності в науці, а з іншого – на специфічних ознаках електронної комерції, з якими погоджується більшість вчених у розглянутих роботах. Висловлюється сподівання, що запропоноване визначення електронної комерції сприятиме консолідації наукової думки щодо відповідної проблематики.

ЛІТЕРАТУРА

1. Резнікова В.В. Поняття, значення та перспективи правового забезпечення електронної комерції в Україні. Теорія і практика інтелектуальної власності. Київ, 2015. №5. С. 58–72. URL: http://www.irbis-nbu.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbu/cgiiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=Triv_2015_2_10 (дата звернення: 27.08.2020)
2. Желіховський В. М. Правові засади електронної комерції в Україні: дис. ... канд. юр. наук: 12.00.07 / Київський національний університет внутрішніх справ. Київ, 2007. 218 с. URL: <https://www.twirpx.com/file/865466/> (дата звернення: 27.08.2020);
3. Чучковська А.В. Правове регулювання електронної комерції в Україні: навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2007. 224 с.
4. Малицька Г. Г., Мельник О.І. Особливості електронної комерції та стан її розвитку в сучасних економічних умовах України. *Ефективна економіка*. Київ, 2018. №12. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/12_2018/76.pdf (дата звернення: 27.08.2020);
5. Шалева О. І. Електронна комерція: навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2011. 216 с.
6. К.Ю. Величко, Л.Л. Носач, О.І. Печенка. Сучасні тенденції та перспективи розвитку ринку інтернет-торгівлі: міжнародний досвід та національна практика. *Харківський державний університет харчування та торгівлі*. Харків, 2017. № 25. С. 184-196. URL: <http://elib.hduht.edu.ua/bitstream/123456789/1815/1/%D0%A1%D0%B5%D0%BA.%203.%20%D0%92%D0%B5%D0%BB%D0%B8%D1%87%D0%BA%D0%BE%2C%20%D0%9D%D0%BE%D1%81%D0%B0%D1%87%2C%20%D0%9F%D0%B5%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%B0.pdf> (дата звернення: 27.08.2020)
7. Царьов Р.Ю. Електронна комерція: навчальний посібник з підготовки бакалаврів. Одеса: Одеська національна академія зв'язку ім. О.С. Попова, 2010. 112 с. URL: http://www.dut.edu.ua/uploads/1_467_77066770.pdf (дата звернення: 27.08.2020);
8. Shahid Amin Bhat, Keshav Kansana. A Review Paper on E-Commerce. *TIMS 2016-International Conference*. 2016, Gwalior. 13 p. URL: https://www.researchgate.net/publication/304703920_A_Review_Paper_on_E-Commerce (дата звернення: 27.08.2020);
9. Sarah Cleeland Knight, Catherine L. Mann. Electronic Commerce. 2017. *International Studies Association and Oxford University Press*. URL: <https://oxfordre.com/internationalstudies/internationalstudies/abstract/10.1093/acrefore/9780190846626.001.0001/acrefore-9780190846626-e-85?rskey=UXsSlg&result=4> (дата звернення 27.08.2020 року);
10. Abdul Gaffar Khan. Electronic Commerce: A Study on Benefits and Challenges in an Emerging Economy. *Global Journal of Management and Business Research: Economics and Commerce*, 2016, 16 (1): 19-22. URL: https://globaljournals.org/GJMBR_Volume16/3-Electronic-Commerce-A-Study.pdf (дата звернення: 27.08.2020);
11. Cudjoe Dan. Electronic Commerce: State-of-the-Art. *American Journal of Intelligent Systems*, 2014, 4(4): 135-141. doi:10.5923/j.ajis.20140404.02. URL: <http://article.sapub.org/10.5923.j.ajis.20140404.02.html#Abs> (дата звернення: 27.08.2020); [ел док]
12. Zwass Vladimir. Electronic Commerce: Structures and Issues. *International Journal of Electronic Commerce*, 1996, 1(1). URL: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10864415.1996.11518273> (дата звернення: 27.08.2020);
13. The Original HTTP as defined in 1991. Wayback Machine. URL: <https://web.archive.org/web/19970605071155/http://www.w3.org/Protocols/HTTP/AsImplemented.html> (дата звернення 27.08.2020 року);
14. United States GAO. Report to the Ranking Senate Minority Member of the Joint Economic Committee: International electronic commerce, Definitions and Policy Implications. 2002. URL: <https://www.gao.gov/new.items/d02404.pdf> (дата звернення 27.08.2020 року);
15. Л. Дашков, В. Памбухчианц. Коммерция и технология торговли: учебник. Москва: ИТК «Дашков и К°», 2008. 697 с. URL: https://www.studmed.ru/dashkov-lp-pambuhchiyanc-vk-kommerciya-i-tehnologiya-torgovli_abfd02b.html (дата звернення 27.08.2020 року);
16. Крисько Ж. Сутність та види комерційної діяльності підприємства. *Українська наука: минуле, сучасне, майбутнє*. Тернопіль, 2013. №18. С. 75-83. URL: <http://dspace.tneu.edu.ua/bitstream/316497/23869/1/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%8F.pdf> (дата звернення 27.08.2020 року);
17. Марченко І.С. Системний підхід к управленню коммерческой деятельностью организаций. *Вестник МГТУ*. Мурманск, 2010. Том 13, №1. С. 27-30 URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sistemnyy-podhod-k-upravleniyu-kommercheskoy-deyatelnostyu-organizatsiy> (дата звернення 27.08.2020 року);
18. Половцева Ф.П. Коммерческая деятельность: учебник. Москва: ИНФРА-М, 2009. 248 с. URL: <https://institutiones.com/download/books/1895-kommercheskaya-deyatelnost-polovceva.html> (дата звернення 27.08.2020 року);
19. Русева О., Балан А. Стратегическое управление коммерческой деятельностью предприятия. *Труды Одесского политехнического университета*. Одесса, 2003. №2(20). С. 1-4. URL: [http://storage.library.opu.ua/online/periodic/opu_2003_2\(20\)/7/7-8.pdf](http://storage.library.opu.ua/online/periodic/opu_2003_2(20)/7/7-8.pdf) (дата звернення 27.08.2020 року);
20. Панкратов Ф. Г. Солдатова Н. Ф. Коммерческая деятельность: учебник. 13-е издание, переработанное и дополненное. Москва: ИТК «Дашков и К°», 2012. 500 с. URL: <https://library.rosvuz.ru/files/library/book/6ccc20d7dd89ccee39bbe522d5c59362.pdf> (дата звернення 27.08.2020 року);

REFERENCES

- Rieznikova V. Concept, importance and perspectives of legal security of e-commerce in Ukraine. *Teoriia i praktyka intelektualnoi vlasnosti*. Kyiv, 2015. №5. P. 58–72. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=Tpiv_2015_2_10 (last visited: 27.08.2020);
- Zhelikhovskiy V. M. Legal principles of electronic commerce in Ukraine: PhD diss.: 12.00.07/Kyiv National University of Internal Affairs. Kyiv, 2007. 218 p. URL: <https://www.twirpx.com/file/865466/> (last visited: 27.08.2020);
- Chuchkovska A.V. Legal regulation of e-commerce in Ukraine: a textbook. Kyiv: Tsentр uchbovoui literatury, 2007. 224 p.
- Malitska H. H., Melnyk O.I. Features of the electronic commerce and the state of its development in the current economic conditions of Ukraine. *Efektivna ekonomika*. Kyiv, 2018. №12. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/12_2018/76.pdf (last visited: 27.08.2020);
- Shaleva O. I. E-commerce: a textbook. Kyiv: Tsentр uchbovoui literatury, 2011. 216 p.
- K. Velychko, L. Nosach, O. Pechenka. Current trends and prospects of e-commerce market development: international experience and national practice. *Kharkiv State University of Food Technology and Trade*. Kharkiv, 2017. №25. P. 184–196. URL: <http://elib.hduht.edu.ua/bitstream/123456789/1815/1/%D0%A1%D0%B5%D0%BA.%203.%20%D0%92%D0%B5%D0%BB%D0%B8%D1%87%D0%BA%D0%BE%2C%20%D0%9D%D0%BE%D1%81%D0%B0%D1%87%2C%20%D0%9F%D0%B5%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%B0.pdf> (last visited: 27.08.2020);
- Tsarov R. E-commerce: a textbook for bachelors. Odesa: Odeska natsionalna akademiia zviazku im. O.S. Popova, 2010. 112 p. URL: http://www.dut.edu.ua/uploads/1_467_77066770.pdf (last visited: 27.08.2020);
- L. Dashkov, V. Pambukhchyants. Commerce and Trade Technology: a textbook. Moskva: YTK «Dashkov i K^o», 2008. 697 p. URL: https://www.studmed.ru/dashkov-lp-pambukhchiyanc-vk-kommerciya-i-tehnologiya-torgovli_abfd02b.html (last visited: 27.08.2020);
- Krysko Zh. The essence and types of commercial activity of the enterprise. *Ukrainska nauka: mynule, suchasne, maibutnie*. Ternopil, 2013. №18. P. 75–83. URL: <http://dspace.tneu.edu.ua/bitstream/316497/23869/1/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%8F.pdf> (last visited: 27.08.2020);
- Marchenko Y. A systematic approach to managing the commercial activities of organizations. *Vestnyk MHTU*. Murmansk, 2010. Volume 13, №1. P. 27–30 URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sistemnyy-podhod-k-upravleniyu-kommercheskoy-deyatelnostyu-organizatsiy> (last visited: 27.08.2020);
- Polovtseva F. Commercial Activity: a textbook. Moskva: INFRA-M, 2009. 248 p. URL: <https://instituciones.com/download/books/1895-kommercheskaya-deyatelnost-polovceva.html> (last visited: 27.08.2020);
- Ruseva O.N., Balan A.S. Strategic management of an enterprise's commercial activity. *Trudy Odesskoho polytekhnicheskoho unyversyteta*. Odessa, 2003. №2(20). P. 1–4. URL: [http://storage.library.opu.ua/online/periodic/opu_2003_2\(20\)/77-8.pdf](http://storage.library.opu.ua/online/periodic/opu_2003_2(20)/77-8.pdf) (last visited: 27.08.2020);
- Pankratov F. H. Soldatova N. F. Commercial activity: a textbook. 13th edition, revised and enlarged. Moskva: YTK «Dashkov i K^o», 2012. 500 p. URL: <https://library.rosvuz.ru/files/library/book/6ccc20d7dd89ccee39bbe522d5c59362.pdf> (last visited: 27.08.2020);

Approaches to solving the problem of terminological inconsistency in the field of e-commerce

A. V. Pohorilenko

Abstract. Despite the long period of development of e-commerce, there is still no single approach to understanding of e-commerce. This article discusses the main approaches to defining the relevant concept. Through semantic analysis, it was concluded that e-commerce is a special type of commercial activity, which, in turn, has already received terminological certainty and unity of opinions on the main features. It was proposed to define e-commerce through the generic concept of commercial activity, which, in the author's opinion, may help to consolidate opinions on the essence of e-commerce in the future.

Keywords: e-commerce; terminological inconsistency; commercial activity; electronic transactions; economy.