

## ЕЛЕКТРОННІ ТОРГИ: СИСТЕМАТИЗАЦІЯ ПІДХОДІВ ДО КЛАСИФІКАЦІЇ ЇХ ПЕРЕВАГ ТА НЕДОЛІКІВ

### ELECTRONIC TENDERING: SYSTEMIZATION OF APPROACHES TO THE CLASSIFICATION OF THEIR ADVANTAGES AND DISADVANTAGES

УДК 658.849

**Онищенко В.Є.**

к.т.н., доцент,  
доцент кафедри обліку,  
економіки і управління персоналом  
підприємства  
Придніпровська державна академія  
будівництва та архітектури

**Головченко Є.Ю.**

студентка  
Придніпровська державна академія  
будівництва та архітектури

**Onishchenko Victoria**

State Academy of Civil Engineering  
and Architecture

**Holovchenko Yevheniia**

State Academy of Civil Engineering  
and Architecture

У статті визначено термінологію електронних торгів, систематизовано підходи до класифікації їх переваг та недоліків. Продемонстровано позитивний вплив розвитку електронної комерції на національну економіку, доведено необхідність державного регулювання цієї сфери. Виділено основні причини, які гальмують розвиток українського електронного ринку. Визначено основні тренди електронних торгів в Україні. Сьогодні держава має сприяти розвитку електронної комерції через адаптування законодавчої бази до світових стандартів. Основними керуючими важелями, сприяючими електронній комерції, є збільшення частки онлайн-покупців та зростання показника використання Інтернету. В Україні успішно функціонують як нішеві, так і мультитоварні онлайн-торги. Все більше й більше підприємств вибирають електронну комерцію як найвигідніший спосіб продажу товарів, тому що вона має низку переваг для підприємців. Товарні переваги вітчизняних користувачів останніми роками стабільні.

**Ключові слова:** електронні торги, інформаційна система, електронна комерція, Інтернет, електронний майданчик.

В статті определена терминология электронных торгов, систематизированы под-

ходы к классификации их преимуществ и недостатков. Продемонстрировано положительное влияние развития электронной коммерции на национальную экономику, доказана необходимость государственного регулирования этой сферы. Выделены основные причины, которые тормозят развитие украинского электронного рынка. Определены основные тренды электронных торгов в Украине. Сегодня государство должно способствовать развитию электронной коммерции через адаптацию законодательной базы к мировым стандартам. Основными управляющими рычагами, способствующими электронной коммерции, являются увеличение доли онлайн-покупателей и рост показателя использования Интернета. В Украине успешно функционируют как нишевые, так и мультитоварные онлайн-торги. Все больше и больше предприятий выбирают электронную коммерцию как самый выгодный способ продажи товаров, потому что она имеет ряд преимуществ для предпринимателей. Товарные предпочтения отечественных пользователей в последние годы стабильны.

**Ключевые слова:** электронные торги, информационная система, электронная коммерция, Интернет, электронная площадка.

*The article defines the terminology of electronic tendering and systematizes approaches to the classification their advantages and disadvantages. The positive impact of the development of e-commerce on the national economy has been demonstrated, and the necessity of government regulation in this area has been proved. The main reasons that hinder the development of the Ukrainian electronic market are highlighted. Also the principal trends of electronic tendering in Ukraine were identified. Today, the state should promote the development of e-commerce through the adaptation of the legal framework to world standards. The key leverages that promote e-commerce are the increase in the share of online shoppers and the increase in Internet usage. In Ukraine, the niche and the multi-media online auctions are successfully operating. More and more enterprises choose e-commerce as a profitable way of selling goods, as it has a number of advantages for entrepreneurs. Product preferences of domestic users in recent years are stable. Methods of research used in the process of writing the article include the use of general scientific and empirical techniques of economic science that are based on a systematic approach. In addition, generalization and comparison were used in the process of work such general research methods. The widespread spread and use of the Internet in the world has become the basis of economic interaction at the microeconomic level. Electronic technology is currently the most demanded tool for implementing the potential of business. Internet availability for companies and individuals makes them potential buyers and potential vendors. However, the prospects of e-commerce in Ukraine are enormous; those participants will succeed markets that offer a unique product or service, have found their niche in the market, and offer the best price-quality ratio-optimal for price and terms delivery. Activation of the Internet market of Ukraine is possible under such conditions as a deeper penetration of the Internet; development of electronic marketing, improvement of logistics infrastructure; active use of mobile technologies; wide use of mobile devices for online purchasing transactions.*

**Key words:** electronic tendering, information system, e-commerce, Internet, electronic platform.

**Постановка проблеми.** Велике поширення та використання Інтернету у світі стало основою економічної взаємодії на мікроекономічному рівні. Електронні технології сьогодні є найбільш затребуваним інструментом реалізації потенціалу під час ведення бізнесу. Доступність Інтернету для компаній та фізичних осіб робить їх і потенційними покупцями, і потенційними продавцями, а збільшення числа й тих, й інших дає величезний ефект для зростання як споживання, так і виробництва.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питанням функціонування електронних видів комерції приділяється увага вітчизняних та зарубіжних учених. Так, особливості електронної

комерції досліджували А.М. Береза, І.А. Козак, Ф.А. Левченко, Л.С. Вінарів [1; 2]. Проектування й реалізацію інтелектуальних інформаційних систем інтернет-торгів розглядає А.В. Овчаренко [3].

Стан та розвиток електронного бізнесу значною мірою визначають темпи наближення країни до побудови інформаційного суспільства, створюють підґрунтя для прискорення інтеграції її економіки у світову, тому проблема розвитку електронного бізнесу в Україні є своєчасною та актуальною. Саме тому у статті за допомогою проблемного аналізу систематизовано переваги й недоліки електронних торгів. З огляду на те, що темпи трансформації глобального електронного середовища досить

значні, тема вимагає постійного та всебічного опрацювання.

**Постановка завдання.** Метою статті є визначення термінології електронних торгів та систематизація підходів до класифікації їх переваг і недоліків.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Сьогодні торги є пріоритетною формою проведення закупівель і продажів як для державних, так і для корпоративних потреб. Цей спосіб вибору контрагента зрозумілий і, безумовно, вигідний чесному бізнесу. Він все частіше вибирається законодавцем як максимально відповідний інтересам держави під час регулювання відносин у сфері B2G («бізнес для держави»).

Будь-які відносини, де є інтереси власника ресурсів, що спираються на отримання максимальної вигоди від їх реалізації або розміщення, можуть бути найбільш ефективно врегульовані за допомогою правової конструкції торгів як способу укладання договору. При цьому електронна форма проведення торгів набуває дедалі більшого поширення.

Електронна форма – це інструмент, за допомогою якого процедура закупівлі або продажу стає більш ефективною, а за рахунок синергетичного ефекту приносить користь всій економіці держави. Перехід на єдині електронні торги – це крок до формування в країні єдиного економічного простору. Спочатку пропонуємо визначити поняття електронних торгів.

Отже, електронні торги – це врегульована нормами права система суспільних відносин між учасниками електронної взаємодії, розміщеної в межах Інтернету, тобто інформаційної системи загального користування, використовуючи яку, ці учасники здійснюють між собою цивільно-правові угоди щодо реалізації товарів, робіт або послуг [4].

Процес проведення електронних торгів є регламентованим процесом, який включає виконання функцій підготовки, отримання, аналізування, оброблення та надання інформації, що стосується учасників електронної взаємодії.

Робота учасника електронної взаємодії на електронному майданчику є можливою за одночасного виконання вимог, які стосуються технічного забезпечення робочої станції (комп'ютера), програмного забезпечення, організації електронного документообігу.

Залежно від цілей проведення електронні торги діляться на такі чотири підвиди, як торги, що проводяться задля розміщення замовлень на поставки товарів, виконання робіт, надання послуг для державних і муніципальних потреб; торги, що проводяться задля реалізації майна боржників у справі про банкрутство; торги з продажу арештованого майна; торги, що проводяться на замовлення комерційних організацій (електронна комерція).

Організатором торгів є особа, що уклала з оператором електронного майданчика договір задля

пошуку особи, зацікавленої в укладанні угоди з майном (майновими правами), виставленому на торги як лот. Користувачами електронного майданчика є державні органи, органи місцевого самоврядування, організації та громадяни, які мають намір придбати інформацію, що зберігається в інформаційній системі оператора електронного майданчика, або використовують зазначену інформацію задля укладення договору, предметом якого є реалізація товарів, робіт або послуг.

Електронний майданчик є розміщеною в Інтернеті інформаційною системою загального користування, з використанням якої учасники електронної взаємодії за допомогою обміну між собою інформацією проводять електронні торги.

Електронний майданчик як різновид цієї інформаційної системи складається з п'яти елементів, таких як доменне ім'я сайту в Інтернеті; база даних; програмно-апаратний комплекс; канал зв'язку; служба технічної підтримки.

Електронна комерція дає змогу постачальникам і замовникам рівною мірою використовувати нові вигідні можливості. Вона забезпечує конкуренцію для підприємств, економію бюджетних коштів і має досить багато інших переваг. Однак як у будь-якого механізму разом з перевагами завжди виділяються недоліки. Пропонуємо їх класифікувати за різними критеріями.

Плюси й мінуси електронної торгівлі виділяються залежно від виду закупівель. До переваг електронних торгів можна віднести такі.

1) Можливість в ході торгів значно знизити ціну лота порівняно з початковою ціною завдяки конкуренції учасників. При цьому ймовірність змови учасників низька, оскільки учасникам присвоюються порядкові номери, а інша інформація є конфіденційною.

2) Є можливість запросити до організації та проведення закупівлі спеціалізовану організацію (наприклад, для підготовки документації, розміщення повідомлення в єдиній інформаційній системі).

3) Замовник не несе відповідальності за претензії щодо тих функцій, які регламентуються оператором електронного майданчика (прийом заявок, їх реєстрація, розміщення на сайті, повернення забезпечення заявок, зберігання електронних документів тощо).

До недоліків електронних торгів можна віднести такі.

1) Ризик порушення або скасування проведення торгів у зв'язку з виникненням технічних збоїв на електронному майданчику з не залежних від замовника причин.

2) Більш тривала процедура визначення постачальника порівняно із запитом котирувань, запитом пропозицій, закупівлею у єдиного постачальника.

3) Істотний ризик виникнення претензій через помилки під час процедури через її складність та багатоетапність.

4) Немає гарантії, що буде укладений контракт з учасником, що пропонує товари (роботи, послуги) потрібної (оптимальної) якості, оскільки заявки учасників оцінюються тільки за ціною.

5) Немає можливості вибрати кілька лотів.

Плюси і мінуси електронної торгівлі також залежать від сфери діяльності.

Будь-який керуючий відділом закупівель або менеджер із закупівель мав ситуацію, коли швидко знайти гарного постачальника товару або послуги дуже непросто. Навіть не настільки важко знайти постачальника, скільки важко визначити, який з них запропонує найвигідніші умови поставок. Переваги роботи на ЕТМ (електронний тендерний майданчик) для замовника й постачальника під час вирішення цього питання очевидні.

1) Перевага зниження витрат і зростання доходів. Учасник ЕТМ отримує можливість знизити витрати та збільшити доходи за рахунок участі в електронних торгах, не виходячи зі свого офісу і не витрачаючи на це додаткових коштів; значної економії робочого часу; чесної конкуренції, що виключає роботу несумлінних співробітників зі «своїми» фірмами-постачальниками; отримання ефективного каналу збуту й нової цільової аудиторії; можливості розміщення реклами на самому торговому майданчику; можливості підвищити якість обслуговування клієнтів за рахунок онлайн-контролю всього процесу замовлення від платежу до доставки; використання ефективного та швидкого способу поширення або оновлення інформації; нових інструментів статистики та аналізу, що дають змогу оптимізувати наявність товарних залишків, планувати майбутні закупівлі, виробляти динамічне ціноутворення.

2) Перевага юридичної та податкової захищеності бізнесу:

- торги проводяться за суворими правилами ЕТМ;
- до торгів допускаються тільки перевірені оператором компанії;
- можливість проведення експертизи якості матеріалів, що поставляються, обладнання та послуг продавця й платоспроможності покупця;
- відкритість проведення тендерів, конкурсів та вибору контрагента.

Учасникам торгів немає необхідності збирати з контрагентів документи та відомості для доведення своєї сумлінності й податкової обачності, адже це робить оператор ЕТМ.

3) Доступ до додаткових сервісів, що надаються оператором майданчика. Учасники ЕТМ отримують можливість користуватися такими додатковими сервісами, як проведення навчальних семінарів; фінансові послуги; інформація й аналітика; можли-

вість приєднати або інтегрувати веб-сайт компанії в торговий майданчик площадку, що допоможе легко та ефективно управляти продажами з веб-сайту й торгового майданчика; створення інтернет-магазину за допомогою вбудованого конструктора сайтів торгового майданчика; страхування; переклади; кадровий обмін фахівцями.

4) Простота використання, низька вартість впровадження та експлуатації. Всю турботу про реалізацію проекту фахівці ЕТМ беруть на себе, що забезпечує учасникам миттєве впровадження (кілька нескладних кроків для реєстрації в системі); відсутність стартових витрат на створення інфраструктури електронного торговельного майданчика (закупівлю додаткового обладнання, організацію додаткових робочих місць); невисоку щомісячну вартість експлуатації; можливість взаємовигідного інформаційного обміну.

Дослідження показують, що компанії, які користуються послугами електронних торговельних майданчиків, можуть домогтися зниження внутрішніх витрат до 20–40%, собівартості закупівель до 5–15%, вартості процесу документообігу в кілька разів, знижуючи можливість паперових помилок з 20% до 1% [5].

Тепер поговоримо про недоліки. ЕТМ – це інструмент пошуку недосвідченого покупця. Він може бути непоганий, якщо розрахований на залучення нового клієнта, який ходить по Інтернету в пошуках, у кого б що купити. Однак існують також досвідчені компанії, які вже знають ринок і розуміють, у кого й що можна купити, особливо тоді, коли йдеться про компанії, які багато років працювали на ринку.

Ще один істотний недолік електронних торговельних майданчиків полягає в тому, що вони не дають змогу покупцю оцінити якість товарів, що купуються.

Недоліки електронних торгів залежать також від суб'єкта закупівлі.

Недоліки електронних майданчиків для замовників такі: не дають можливості оцінити якість пропонуваного товарів і послуг; придатні тільки для масових ринків стандартних товарів; не виключають корупцію серед власних співробітників, що, зрештою, все одно означає «корупційну надбавку» в ціні товару, що купується.

Недоліки електронних майданчиків для постачальників такі: слабка придатність в освоєнні нових ринків збуту для нестандартних і немасових товарів та послуг; збереження традиційних ризиків ведення бізнесу в Україні; витрати на підключення до ЕТМ можуть ніколи не окупитися.

Оскільки для вирішення певного завдання важливо вміти її сформулювати, має сенс використовувати проблемний аналіз. Систематизувавши наявні види недоліків електронної торгівлі, ми створили нову класифікацію електронних торгів, поділивши їх на три групи (табл. 1).

Таблиця 1

**Проблеми електронних торгів**

| Нормативно-правові проблеми   | Організаційні проблеми   | Інформаційні проблеми   |
|---|--|---|
| – Відсутність уніфікованих форм документів для організації та участі в електронних торгах, є тільки рекомендації;<br>– необхідність отримання електронного цифрового підпису та реєстрації на електронних торговельних майданчиках. | – Витік конфіденційної інформації про торги через працівників електронних торговельних майданчиків;<br>– неякісне надання документації;<br>– відсутність стабільного підключення до Інтернету, як наслідок, упущення можливості подати цінову пропозицію;<br>– обов’язкова вимога додаткової ліцензії, що не дає змогу новачкам брати участь у торгах. | – Слабка інформаційна підтримка торгів;<br>– складний процес реєстрації;<br>– велика кількість необхідних документів, короткі терміни їх подачі;<br>– недостатня кількість кваліфікованих фахівців у цій галузі;<br>– висока вартість консалтингових послуг, семінарів. |

Організаційні проблеми тісно пов’язані з інформаційними, оскільки часто помилки в організації закупівлі несуть суперечливу інформацію для учасника закупівлі, навпаки, недостатня кількість знань та кваліфікації працівників електронних майданчиків приводить до помилок в організації процесу, тому найважливішою проблемою електронних торгів в Україні нині є саме слабка інформаційна підтримка. Якщо нормативно-правові проблеми практично не залежать від учасника торгів, то інформаційні проблеми можуть бути вирішені. Для цього організаціям доводиться або приймати в штат висококваліфікованого співробітника, відповідно, високо оплачувати його працю, або користуватися послугами аутсорсингових компаній, які також недешеві.

**Висновки з проведеного дослідження.** Електронна комерція у вигляді інтернет-торгів розвивається швидкими темпами. Цьому сприяють зростання числа користувачів глобальної мережі, простота організації, можливість використання різноманітних бізнес-моделей.

В Україні успішно функціонують як нішеві, так і мультитоварні онлайн-торги. Товарні переваги вітчизняних користувачів останніми роками стабільні. Однак у зв’язку з кризовими явищами в економіці електронний бізнес поступово переміщується в соціальні мережі.

Платіжні інструменти онлайн-бізнесу різноманітні, при цьому використовуються як міжнародні, так і вітчизняні системи, які мають свої переваги й недоліки. Розвитку електронної комерції сприятимуть позитивні зміни в усіх сферах національної економіки.

Зараз переваги електронних торгів очевидні. Тут і заощадження часу на оформлення конкурсної документації, і розвиток здорової конкуренції для дрібного й середнього бізнесу, а головне, неможливість змови учасників конкурсу.

Згідно з різними оцінками в середньому в сегменті B2B показник економії складає від 5% до 15%, а в держсекторі (B2G) – до 25%. Серед основних причин, які гальмують розвиток українського ринку, можемо виділити:

– відсутність законодавчої бази, яка б регулювала процес купівлі/продажу онлайн, здійснення

електронних платежів за оплачені товари/послуги, яка би встановлювала прозорі правила гри на ринку (як для продавців, так і для покупців);

- слабо розвинену національну систему електронних платежів;
- низьку ефективність більшості наявних українських торговельних майданчиків;
- низький рівень проникнення Інтернету (особливо в регіонах).

**БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:**

1. Береза А.М., Козак І.А., Левченко Ф.А. Електронна комерція. Київ : КНЕУ, 2004. 108 с.
2. Винарик Л.С., Васильєва Н.Ф., Щедрин А.Н. Онлайнний електронний ринок: становлення, проблеми. Донецьк : ІЕП НАНУ, 2003. 176 с.
3. Висоцька В.А., Овчаренко А.В., Чирун Л.В. Проектування та реалізація інтелектуальних інформаційних систем інтернет-аукціону. Львів : НУ «ЛП», 2008. С. 70–84.
4. Міщук І.П. Теоретичні аспекти формування систем електронної торгівлі в Україні. *Науковий вісник НЛТУ*. 2005. Вип. 15. № 4. С. 334–340.
5. Аполій В.В., Міщук І.П. Організація торгівлі. Київ : Центр учбової літератури, 2005. 616 с.

**REFERENCES:**

1. Bereza A.M., Kozak I.A., Levchenko F.A. (2004) Elektronna komertsia. [E-commerce]. Kyiv : KNEU (in Ukrainian).
2. Vynaryk L.S., Vasylieva N.F., Shchedryn A.N. (2003) Onlainnyi elektronnyi rynok: stanovlennia, problemi. [Online Electronic Market: Becoming, Problems]. Donetsk : IEP NANU (in Russian).
3. Vysotska V.A., Ovcharenko A.V., Chyrun L.V. (2008) Proektuvannia ta realizatsiia intelektualnykh informatsiinykh system internet-auktsionu. [Design and implementation of intelligent information systems of the Internet auction]. Lviv : NU "LP" (in Ukrainian).
4. Mishchuk I.P. (2005) Teoretychni aspekty formuvannia system elektronnoi torhivli v Ukraini [Theoretical Aspects of Electronic Commerce Systems in Ukraine]. *Naukovyi visnyk NLTU*, vol. 15, no. 4, pp. 334–340.
5. Apolii V.V., Mishchuk I.P. (2005) Orhanizatsiia torhivli. [Organization of trade]. Kyiv : Tsentri uchbovoi literatury (in Ukrainian).