## К ВОПРОСУ ФОРМИРОВАНИЯ ПОНЯТИЙНО-КАТЕГОРИАЛЬНОГО АППАРАТА ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРШИИ

Юрасов А.В.

Статья теоретический, носит фундаментальный характер, ее актуальность необходимостью формирования обусловлена понятийно-категориального аппарата электронной коммерции. В настоящий момент, в этой сфере каждый говорит на своем собственном языке. Как проведенный анализ, даже представителей экономической науки, нет четкого понимания основных, фундаментальных понятий электронной коммерции. В статье впервые дается законченное научное определение понятия электронной коммерции и ее предметной области.

Первостепенной задачей, стоящей перед электронной коммерцией, как отраслью экономической науки, находящейся на этапе своего формирования, является выработка научного определения понятия электронной коммерции и ее предметной области. Основной проблемой, с которой сталкиваются авторы при попытке решения данной задачи, является конфликт эмпирическим между этимологическим подходами к ее решению.

Согласно эмпирического подхода авторы пытаются дать определение предметной области электронной коммерции основываясь информации о уже существующих и известных им системах электронной коммерции. Недостаток данного подхода очевиден - наука должна отражать суть процессов и явлений, раскрывать заложенные в них закономерности, а не описательным ограничиваться характером изложения. Если в определении электронной коммерции просто перечислить ее формы известные автору (даже при условии, что автору известны все существующие формы), то в связи с динамичным развитием данной отрасли экономики определение достаточно быстро устареет.

Другой подход к выработке научного определения предметной области электронной коммерции – этимологический, основывающийся на значении понятий «коммерция» и «электронный».

Современный экономический словарь определяет термин коммерция как «торговая или торгово-посреднеческая деятельность, участие в продаже или содействие продаже товаров и услуг. В широком смысле – предпринимательская деятельность.» c. 180], [10, т.е. «любая деятельность. направленная на получение прибыли» [8, с. 6].

На основе данного подхода ряд авторов определил электронную коммерцию как торговлю с использованием электронных информационных технологий.

Например, Козье Д., в книге «Электронная

коммерция», опубликованной издательством «Microsoft Press» пишет: «электронная коммерция операций купли-продажи начиналась c средств перечисления денежных компьютерным сетям. Но сегодня это понятие существенно расширилось и включает торговлю принципиально новыми видами например информацией в электронном виде» [6, c. 21.

Очевидно, что в рамках данного определения понятия «электронная коммерция» и «электронная торговля» – синонимы. Недостатком такого определения является то, что из предметной области электронной коммерции исключаются:

- автоматизированные системы управления ресурсами предприятий (MRP, MRP II, ERP, CSRP);
- виртуальные предприятия;
- виртуальные агенты;
- технологии телеработы и веб-служб;
- системы полного цикла сопровождения клиентов (CRM) и поставщиков (SCM);
- системы информационной поддержки жизненного цикла продукции (CALS);
- интернет-инкубаторы;
- предприятия электронной коммерции, занятые лизингом, факторингом, рекрутингом, страхованием и множество других существующих и могущих возникнуть в ближайшем будущем систем электронной коммерции.

Точку зрения, выраженную Дэвидом Козье, авторы книги разделяют «Электронная коммерция. Учебное пособие для служащих государственных организаций и коммерческих фирм» (под общей ред. министра связи и информатизации Реймана Л.Д.): электронной коммерцией понимается технология, обеспечивающая полный замкнутый операций, включающий заказ товара (услуги), проведение платежей, участие в управлении доставкой товара (выполнения услуги). Эти операции проводятся использованием c электронных средств И информационных технологий и обеспечивают переход прав собственности или прав пользования одним юридическим (физическим) лицом другому.» [2, с.

Автор книги «Электронный бизнес» (опубликованной в 2003 г. с грифом «Лекции МГУ») преподаватель МГУ им. М.В. Ломоносова Смирнов С.Н., оставаясь сторонником этимологического подхода, одновременно делает шаг в сторону подхода эмпирического (упоминая маркетинг): «Электронная коммерция — это маркетинг, покупка и продажа продуктов и услуг

на технологической основе Internet» [12, с. 16]. Данную позицию разделяет Эвод Илайес [5, с. 25].

Следует уточнить данное определение: вопервых, покупка и продажа продуктов и услуг может являться частью маркетинга; во-вторых, системы электронной коммерции возникли примерно за 20 лет до появления Интернета [20, с. 15; 19, с. 18], и, по сегодняшний день, большая часть данных систем функционирует независимо от Интернета (системы расчетов на основе пластиковых карт, в т.ч. смарт-карт; системы мобильной коммерции; системы «Клиент-Банк»; коммерческая деятельность с использованием VAN-сетей, в т.ч. с технологиями EDI и EFT; GDS и т.л.).

Позицию Смирнова C.H. разделяет Голдовский И., который, своей книге В «Безопасность платежей в Интернете» пишет: «Под электронной коммерцией подразумевается продажа товаров, при которой как минимум организация спроса на товары осуществляется через Интернет.» [4, с. 14]. У трактовки электронной коммерции как интернет-торговли есть сторонники и среди западных экономистов (например, Эймор Д. [18, с. 59]).

Следующее определение сделано авторами книги «Электронная коммерция: мировой и российский опыт» Соколовой А.Н. и Геращенко Н.И.: «Электронная коммерция – термин, относящийся к использованию Интернета для проведения коммерческих операций между предприятиями или между предприятием и потребителями. Одна из важнейших задач современной электронной коммерции - замена традиционного механизма торговли предприятиями.» [13, с. 24]. Данный подход объединил в себя недостатки вышеупомянутых, приводя сужению предметной области К электронной коммерции до рамок интернетторговли. определение относится Это этимологической группе.

С некоторой долей условности к сторонникам данной трактовки может быть отнесен и проф. Балабанов И.Т., который в своей книге «Электронная коммерция», вышедшей в издательстве «Питер» в серии «Учебники для вузов», хотя и не дает определения термина «Электронная коммерция» (ни в тексте книги, ни в словаре терминов электронной коммерции в конце книги), но отождествляет понятия «коммерция» и «торговля» [1, с. 11].

Следует отметить, что Смирнов С.Н. является соавтором книги «Безопасность электронного бизнеса», обсужденной одобренной к публикации Российской академией естественных наук (РАЕН). Определение, данное авторским коллективом: «Электронная коммерция - маркетинг, подача предложений, продажа, сдача в аренду, предоставление лицензий, поставка товаров, услуг или информации с использованием Интернет или иных компьютерных сетей, функционирование которых обеспечивается

внешними по отношению к организации экономическими партнерами. Включает все виды электронной коммерческой деятельности.» [9, с. 418].

Это определение сформировано на основе эмпирического подхода и показывает все известные авторам виды электронной коммерции. Отметим, что в определении упоминается «предоставление лицензий» функция государственных органов по регулированию экономической деятельности (что ни как не может быть отнесено к коммерции). По сравнению с предыдущими трактовками, данная имеет то преимущество, что в ней упоминаются также иные, нежели Интернет, компьютерные сети. преимущество Однако. это нивелируется уточнением: «функционирование которых обеспечивается внешними по отношению к организации экономическими партнерами (провайдерами)», т.к. «иные компьютерные сети» сети это, как правило, интранет, функционирования которых провайдеры нужны.

Кроме того, в определении используются разноуровневые понятия «маркетинг, подача предложений, продажа ...». Продажа (более точно «торговля») как вид деятельности может быть отнесена к маркетингу, поставка товаров — это логистика, а подача предложений вообще не может быть отнесена к конкретной области экономической деятельности. Для облегчения понимания данной конструкции в конце определения сделано рекурсивное уточнение: «включает все виды электронной коммерческой деятельности», которое определяет электронную коммерцию через ее же саму.

Следующий автор, Успенский И.В., дает два определения электронной коммерции.

Первое: «Электронная коммерция – система рекламы, маркетинга и сбыта товаров и услуг с использованием электронных средств коммуникации» [15, с. 249]. Реклама является частью маркетинга, так же как и сбытовая деятельность, из чего следует, что «электронная коммерция – система маркетинга товаров и услуг использованием электронных коммуникации». По своему характеру данное определение следует отнести к определениям, одновременно использующим этимологический и эмпирический методы, серьезно ограничивающим предметную область электронной коммерции (их недостатки были рассмотрены выше).

Второе определение: «Под электронной коммерцией подразумеваются любые формы деловых сделок, при которых взаимодействие сторон осуществляется электронным способом вместо физического обмена или непосредственного физического контакта и в результате право собственности или право пользования товаром или услугой передается от одного лица другому.» [16, с. 61]. Достоинство данного определения – отсутствие ограничения сферой торговли. Однако, вместо ограничения

сферой деятельности (торговлей), вводится ограничение формой деятельности (заключением и исполнением сделок), что диктует необходимость передачи права собственности или права пользования товаром или услугой. Но, например, в процессе изучения рынка, сбора заявок, проведения переговоров никакие права не передаются, однако эта деятельность может осуществляться с использованием электронных информационных технологий. Кроме того, в определении используется не существующий в экономической теории термин «деловая сделка».

Необходимо отметить, что Успенского близка позиции ряда зарубежных Мэт Хэйг трактует электронную коммерцию как «любые формы деловых сделок, которые проводятся с помощью Интернета» [7, с. 180]. А Саммер А. и Дункан Гр. считают, что «Электронная коммерция – это любая форма бизнес-процесса, в котором взаимодействие субъектами происходит между электронным образом использованием Интернет-(c технологий)» [11]. Серьезным недостатком данных определений является ограничение технологической базы электронной коммерции интернет-технологиями.

Оригинальное определение электронной коммерции, основанное на методе эмпирического обобщения, дано Соловенко Н.: «Электронная коммерция — это любой вид деловых операций и сделок, предусматривающий использование самых передовых информационных технологий и коммуникационных сред с целью обеспечения более высокой экономической эффективности по сравнению с традиционными видами коммерции.» [14].

Очевидно, что автором дается широкая трактовка термина «коммерция», что позволяет охватить большую часть систем и видов электронной коммерции. Однако, неохваченными остаются ряд систем, в том числе электронные системы государственных закупок. В числе недостатков: использование вышеупомянутого термина «деловая сделка», который (если бы он существовал в экономической науке) должен являться подмножеством «деловых операций»; использование выражения «самых передовых ... коммуникационных сред», которое ставит задачу определения, что является «самым передовым», а что нет; а также вынесение в определение вопроса целеполагания. В последнем случае, если те же самые технологии (например, электронные деньги) будут использоваться для других целей, это уже не будет электронной коммерцией.

Определение электронной коммерции и пояснения к нему, данные в учебном пособии «Электронная коммерция» под редакцией д.э.н., проф., проректора МГУК по научной работе Пирогова С.В. (рекомендованном Министерством образования РФ в качестве учебного пособия для студентов ВУЗов, обучающихся по направлению Коммерция и специальностям Коммерция (торговое дело) и Маркетинг) следует признать в

качестве трактовки официальной российской экономической науки (в МГУК располагается Управление министерства образования РФ по специальности Коммерция, активно развивающее специализацию Электронная коммерция).

Определение гласит: «Под электронной коммерцией следует понимать технологии совершения коммерческих операций управления производственными процессами с применением электронных средств обмена данными. Справедливость включения понятия «управление производственными процессами» в определение термина электронная коммерция обусловлена тем, что именно системный подход к взаимозависимым проблемам торговли, финансов и развития делает возможным эффективное через электронную коммерцию соединение управления торговыми и инвестиционными потоками и соответствующими финансовыми рисками.» [19, с. 8].

В данном определении используется метод эмпирического обобщения. Трактовка коммерции здесь также дана в узком смысле, как торговли, упоминать иначе не пришлось бы производственные процессы. Хотя на странице 34 оригинальная дается довольно трактовка электронной торговли как «способа ведения деловых операций (операций по бизнесу) электронным путем».

Достоинством упомянутого выше определения электронной коммерции является упоминание производственных процессов, что весьма ценно, т.к. позволяет не потерять из рассмотрения уже упомянутые системы MRP, MRP II, ERP, CSRP, CRM, SCM, CALS; виртуальные предприятия; технологии телеработы и др. (правда из них в учебном пособии только кратко упоминаются ERP-системы).

К сожалению, указанное определение не недостатков. Недостаток первый: несоответствие между фактически сложившейся предметной областью электронной коммерции и предметной областью, вытекающей определения. Неоднократно, в тексте данного учебного пособия (например, с. 21-23) говорится о таких системах электронной коммерции как электронные системы государственных закупок. Но эти системы нельзя отнести ни к «технологиям совершения коммерческих операций» ни к «технологиям управления производственными процессами» (справедливости ради отметить, что системы вообще нельзя относить к технологиям, как это сделано авторами определения, которые считают, что электронной коммерцией следует понимать технологии...», а не сферу деятельности или отрасль экономики, использующую соответствующие технологии). Таким образом, любые экономические процессы не связанные с торговлей И производством выпадают рассмотрения.

Следующий недостаток – неочевидность

логики изложения: «Справедливость включения понятия «управление производственными процессами» в определение термина электронная обусловлена тем, коммерция что системный подход к взаимозависимым проблемам торговли, финансов и развития...». Торговля сфера деятельности и отрасль экономики, финансы - экономический инструмент (они присутствуют в сфере торговли, производства и т.д.), совместное их употребление в данном контексте некорректно. Возможно, авторы имели в виду банковскую сферу. В таком случае: «...к взаимозависимым проблемам сферы торговли, банковской сферы и развития...», но развитие процесс не связанный непосредственно с экономикой. В данном контексте виду отсутствия смысловой нагрузки понятие развития должно быть исключено.

Далее по тексту: «...делает возможным эффективное соединение через электронную коммерцию управления торговыми и инвестиционными потоками и соответствующими финансовыми рисками.».

Логистика, как отрасль экономической науки, основанная на потоковой концепции, различает следующие виды экономических потоков: материальные (в т.ч. товарные), финансовые, информационные и потоки трудовых ресурсов. Понятия «торговые потоки» не существует [3, с. 74-78], наиболее вероятно, что авторы подразумевали под ними товарные потоки (а не потоки торговых предприятий – магазинов).

В результате получается: «Справедливость включения понятия «управление производственными процессами» в определение термина электронная коммерция обусловлена тем, что именно системный подход взаимозависимым проблемам сферы торговли и банковской сферы делает возможным электронную эффективное соединение через коммерцию управления товарными инвестиционными потоками и соответствующими финансовыми рисками.».

Следуя логике, включить «управление производственными процессами» в определение термина «электронная коммерция» необходимо потому, что именно управление производственными процессами является неотъемлемой функцией большинства систем электронной коммерции. В авторском тексте вместо этого идет «системный подход к взаимозависимым проблемам торговли, финансов и развития...», а управление производственными процессами, с которого все началось, не упоминается.

В тексте книги понятие электронной коммерции часто путается авторами с понятиями электронной торговли и электронного бизнеса. Например: «Западные компании воспринимают электронный бизнес с энтузиазмом именно потому, что ... Именно по этой причине концепция электронного бизнеса на Западе ограничивается в основном разработкой и

внедрением интернет-модулей в уже имеющиеся системы. Поэтому будет справедливым утверждение, что предметом электронной коммерции могут являться все формы проведения коммерческих операций, как то: торговля; дистрибьюторские соглашения; коммерческое представительство и агентские отношения; факторинг; лизинг; строительство промышленных объектов; предоставление консультационных услуг; инжиниринг; купля/продажа лицензий; инвестирование; финансирование; банковские услуги; страхование; соглашение об эксплуатации или концессии; совместные предприятия и другие промышленного предпринимательского сотрудничества.» [19, с.

В отношении данной трактовки необходимо сделать следующие замечания:

- 1) «Поэтому будет справедливым утверждение...» не связано с предыдущим изложением, непонятно почему «поэтому»;
- 2) термин «коммерция» до сих пор трактовался авторами как торговля, но в данном случае очевидна его широкая трактовка, иначе в определении не могли бы оказаться: «факторинг; лизинг; строительство промышленных объектов; предоставление консультационных услуг; инжиниринг; инвестирование...», однако, авторы не ставят в известность, почему в рамках определения электронной коммерции и ее предметной области они меняют трактовки ключевого в данном случае понятия «коммерция»;
- 3) использованные в перечислении понятия разноуровневые и разноплановые (присутствуют одна отрасль экономики, две формы договорных отношений, одна организационная форма, 12 видов деятельности, отобранных по непонятным критериям. например, присутствует «строительство промышленных объектов», но «строительства коттеджей»). почему-то нет Торговля – отрасль экономики, включающая в себя такие виды деятельности как дистрибьюцию, куплю/продажу лицензий, финансирование, она может осуществляться на основе коммерческого представительства и агентских отношений, организационной формой торгового предприятия может быть совместное предприятие и т.д., но нельзя употреблять все это подряд через точку с запятой;
- 4) совместные предприятия могут быть формой промышленного сотрудничества, а любая его форма является частью предпринимательского сотрудничества.

В заключение стоит сказать, что подобное перечисление различных видов деятельности, форм договорных отношений и т.д. является авторским лишь отчасти. Основу ему положило определение предметной области электронной коммерции, данное в типовом законе UNCITRAL (Комиссии ООН по международному торговому праву, <a href="http://www.uncitral.org/">http://www.uncitral.org/</a>) об электронной торговле, утвержденном резолюцией Генеральной Ассамблеи ООН № 51/162 от 16.12.1996.

Различные варианты свободного перевода формулировок из типового закона UNCITRAL (без ссылки на первоисточник) легли в основу формулировок многих авторов [17, с. 30; 13].

Приведем главный постулат настоящего исследования: наука должна изучать сложные явления и процессы окружающего мира формализуя и представляя их в простой и понятной форме, удобной для практического использования. Исходя из этого постулата, давать определение предметной области электронной коммерции путем перечисления всех возможных видов деятельности, которые могут быть к ней отнесены, нецелесообразно.

Это все равно, что дать определение понятия «животное» путем перечисления всех известных науке видов животных. В определении должны быть обозначены базовые характерные признаки, на основе которых явление может быть отнесено к данной категории. Например, наличие пищеварительной системы. Такое определение понятно, удобно и не требует постоянных изменений.

Рассмотрев достоинства недостатки существующих в экономической науке подходов к определению понятия и предметной области электронной коммерции, онжом сделать заключение о необходимости использования принципиально нового подхода, пишенного отмеченных недостатков. Этим подходом должен подход, стать основанный на понимании определяемого явления сущности теоретический подход. Именно такой подход позволит выработать законченное определение, не требующее последующих изменений, связанных с развитием рассматриваемых технологий.

Особенностью понятия «электронная коммерция» является сложившаяся практика применения всей экономической ero KO деятельности, основанной на использовании информационных технологий. Возникнув начале 60-х гг. двадцатого века в сфере торговли авиабилетами (коммерции в узком ее понимании), к середине 60-х гг. технологии электронной коммерции проникли в сферу производства (автоматизация управления запасами), банковскую сферу (пластиковые карты) и т.д. Процесс проникновения технологий электронной коммерции во все экономические отношения продолжается по сей день.

В частности, исторически сложилась практика использования данного термина применительно к определённой деятельности государственных чиновников. Например, В информационном бюллетене корпорации Microsoft государственных служб http://www.microsoft.com/rus/government/, данный термин используется в отношении электронных систем государственных закупок. В качестве другого примера можно привести Указ от 17 декабря 1999 г., принятый Федеральным Правительством США, который гласит: «Главы департаментов должны пропагандировать

использование электронной коммерции там, где это возможно, для более быстрого, дешевого снабжения...». Пярин В.А., Кузьмин А.С., Смирнов С.Н. в вышеупомянутом определении указывают на такую функцию государства по регулированию экономической деятельности, как предоставление лицензий [9, с. 418].

технологий Многие из электронной коммерции, например, технологии взаиморасчетов на основе электронных денег, ΜΟΓΥΤ быть использованы пюбых экономических отношениях. Нельзя утверждать, что если эти отношения находятся в сфере производства или торговли, то имеет место электронная коммерция, в противном случае это что-то другое, чему еще не дано название. Суть данных процессов – глобальная перестройка технологической платформы экономики, изменение влекущая за собой не только существующих форм и методов экономической деятельности, но и возникновение новых экономических субъектов (например, виртуальных агентов), новых форм хозяйственной деятельности (например, виртуальных предприятий), новых рынков (например, рынок микроплатежей).

Т.о., под электронной коммерцией следует понимать любую экономическую деятельность с использованием электронных информационных технологий. Предметной областью электронной коммерции как отрасли экономической науки являются экономические отношения, в процессе которых используются электронные информационные технологии.

Такое определение избавляет от необходимости создания понятий «электронной экономики», «электронного бизнеса» и т.п.

Однако, для особых случаев (совместимости с ранними работами по электронной коммерции) целесообразным является использование «узкой» трактовки электронной коммерции, как коммерческой деятельности с использованием электронных информационных технологий. Но при использовании такой трактовки необходимо указывать, что используется «узкое» понимание электронной коммерции.

Результаты анализа и классификации существующих подходов к научному определению понятия электронной коммерции и ее предметной области представлены в таблице 1.

## Литература

- 1. Балабанов И.Т. Электронная коммерция. СПб.: Питер, 2001. 336 с. (Серия «Учебники для вузов»)
- Волокитин А.В., Манюшкин А.П., Солдатенков А.В., Савченко С.Л., Петров Ю.А., Лопаткин С.В. Электронная коммерция. Учебное пособие для служащих государственных организаций и коммерческих фирм (под общей ред. Реймана Л.Д.) – М.: НТЦ «ФИОРД-ИНФО», 2002. –

- 272 c.
- 3. Гаджинский А.М. Логистика: Учебник для высших и средних специальных учебных заведений. 3-е изд. перераб. и доп. М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 2000. 375 с.
- 4. Голдовский И. Безопасность платежей в Интернете. СПб.: Питер, 2001. 240 с.
- 5. Илайес Э. Электронная коммерция. Практическое руководство. Перевод с англ. Илайес Э. СПб.: «ДиаСофт ЮП», 2002. 608 с
- 6. Козье Д. Электронная коммерция. М.: Издательско-торговый дом «Русская редакция», 1999. 288 с.
- 7. Мэт Хэйг Основы электронного бизнеса. Перевод с англ. С. Косихина М.: ФАИР-ПРЕСС, 2002. 208 с.
- 8. Панкратов Ф.Г., Серегина Т.К. Коммерческая деятельность: Учебник для высш. и средн. спец. учеб. заведений. 3-е изд. М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 1997. 328 с.
- 9. Пярин В.А., Кузьмин А.С., Смирнов С.Н. Безопасность электронного бизнеса / Под ред. действительного члена РАЕН д.т.н., проф. Минаева В.А. М.: Гелиос АРВ, 2002. 432 с.
- 10. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стродубцева Е.Б. Современный экономический словарь. 3-е изд., перер. и дополн. М.: ИНФРА-М, 2002. –

- 408 c.
- 11. Саммер А. и Дункан Гр. E-COMMERCE. Электронная коммерция. Маркетинг: Пятая волна. М., 1999.
- Смирнов С.Н. Электронный бизнес. М.: ДМК Пресс; М.: Компания АйТи, 2003. – 240 с.
- Соколова А.Н. Геращенко Н.И. Электронная коммерция: мировой и российский опыт. М.: Открытые системы, 2000. 224 с.
- 14. Соловенко Н. Компьютерные сделки и электронный оборот юридических документов // Компьюномика. Т. 1. 1998. № 5 июнь-июль.
- 15. Успенский И.В. Интернет как инструмент маркетинга. СПб.: Питер, 2001. 256 с.
- 16. Успенский И.В. Энциклопедия Интернетбизнеса. – СПб.: Питер, 2001. – 432 с.
- 17. Царев В.В., Кантарович А.А. Электронная коммерция. СПб.: Питер, 2002. 240 с. (Серия «Учебники для вузов»)
- 18. Эймор Д. Электронный бизнес. Эволюция и/или революция. М.: Вильямс, 2001. 320 с
- 19. Электронная коммерция: Учебное пособие / Под ред. Пирогова С.В. М.: Издательский дом «Социальные отношения», издательство «Перспектива», 2003. 428 с.
- 20. Юрасов А.В. Электронная коммерция: Учебное пособие М.: Дело, 2003. 480 с.

Таблица 1 Классификация определений понятия «электронная коммерция» и ее предметной области

	определении понятия «электронная комме	*
Методы, исполь-	Краткая характеристика предметной	Авторы
зуемые авторами	области	
определений		
этимологический	электронная торговля	Дэвид Козье, Рейман Л.Д.,
		Волокитин А.В., Манюшкин А.П.,
		Солдатенков А.В., Савченко С.Л.,
		Петров Ю.А., Лопаткин С.В.
	интернет-торговля	Голдовский И., Даниэл Эймор,
		Соколова А.Н., Геращенко Н.И.
объединение	электронный маркетинг	Успенский И.В.
этимологического	интернет-маркетинг	Смирнов С.Н., Эвод Илайес
и эмпирического		
эмпирический	маркетинг, логистика, государственное	Пярин В.А., Кузьмин А.С.,
_	регулирование с использованием	Смирнов С.Н.
	Интернета	
	•	
	перечисление различных видов	Соловенко Н., Царев В.В.,
	деятельности, форм договорных	Кантарович А.А., Пирогов С.В.,
	отношений и т.д. на основе свободного	Кобелев О.А., Резго Г.Я., Скиба
	перевода типового закона UNCITRAL об	В.И.
	электронной торговле	
эмпирического	заключение и исполнение «деловых	Мэт Хэйг, Успенский И.В.,
обобщения	сделок»	Соловенко Н.
	интернет-коммерция (в широком	Саммер А. и Дункан Гр.
	понимании коммерции)	
	коммерческие операции и управление	Пирогов С.В., Кобелев О.А., Резго
	производственными процессами с	Г.Я., Скиба В.И.
	применением электронных средств	
теоретический	1. экономические отношения, в процессе	Юрасов А.В.

Методы, исполь-	Краткая характеристика предметной	Авторы
зуемые авторами	области	
определений		
	которых используются электронные	
	информационные технологии;	
	2. коммерческая деятельность с	
	использованием электронных	
	информационных технологий	