

7. Дехтяр А.С. Оптимальні терміни й об'єми ремонтів залізобетонних мостів. *Діагностика, довговічність та реконструкція мостов и будівельних конструкцій* : зб. наук. праць. Львів: Каменярь, 2001. Вип. 3. С. 83-86.

8. Кощенко О. 2017. Єднають береги: веб-сайт. URL: <http://www.silskivisti.kiev.ua/19475/Sonjashnik.php?n=35320> (дата звернення 23.09.2019).

## **ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ В УКРАЇНІ: СТАН, ПЕРСПЕКТИВИ ТА НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ**

*Науменко М.П.*

*Подільський спеціальний навчально-реабілітаційний  
соціально-економічний коледж  
Науковий керівник: Свирида О.В.*

Останні роки показують, що з кожним роком Internet все більше проникає у життя людей. Незабаром Internet знайде своє місце в усіх сферах сучасного бізнесу, в якому працюють такі бізнес-моделі, які у реальному житті й уявити собі неможливо.

Взагалі Internet як нова територія для ведення бізнесу надає широкі можливості відображення реальної економіки держави у віртуальному всесвіті. Бурхливий розвиток E-commerce (електронної комерції) відкриває нові перспективи для ведення бізнесу. Не виключено, що саме Internet-комерція стане тим каталізатором, що призведе до створення абсолютно нових моделей ринкових відносин, абсолютно нових об'єднань партнерів і в підсумку – абсолютно нової економіки.

Інтернет у наші часи – це ціла індустрія, яка швидко проникає у всі галузі людської діяльності. Величезна кількість компаній у всьому світі бачать в Інтернеті великий комерційний потенціал та можливість переведу свого бізнесу на якісно новий рівень. Тому Інтернет є об'єктом дослідження багатьох консалтингових компаній, які вивчають динаміку його розвитку, склад користувачів Мережі, ринок електронних послуг та багато інших параметрів та процесів [1, с. 43].

Перша можливість Інтернету, якою користувалися багато компаній, – розповсюдження інформації про свою продукцію та запрошення до співпраці. Цей спосіб роботи з клієнтами не просто розширює такі традиційні способи, як друкована та телевізійна реклама, але й забезпечує двостороннє спілкування.

Значна частина компаній не зупинилася на досягнутому, перемістившись на наступний рівень – електронну комерцію. Електронна комерція дозволяє замовляти продукцію та послуги прямо на сайті, а потім отримувати їх традиційним шляхом: за допомогою транспортної організації, або для інформаційних продуктів, пересилкою каналами Інтернету. Електронна комерція – термін, що відноситься до використання Інтернету для проведення комерційних операцій між підприємствами або між підприємством та

споживачами. Ведення операцій через Інтернет можливе з будь-якого місця планети, де є до нього доступ. Операції, над якими раніше мав працювати весь колектив фірми, може робити одна людина, сидячи за монітором.

Найбільш перспективні напрями розвитку e-commerce business-to-business: «Торговельні концентратори». Сайти, на яких зібрано інформацію про ціни на продукцію, про умови оплати і доставки, реалізовано можливість пошуку і сортування, можна також робити замовлення і оплачувати його за допомогою системи електронних платежів.

Автоматичні системи для обслуговування постійних клієнтів. Зайшовши на сайт, клієнт лише зазначає обсяг закупівлі і вводить інформацію для проведення платежу. Відвантаження і доставка здійснюються автоматично.

Системи для сервісного і післяпродажного обслуговування. Весь прийом рекламацій та інших питань здійснюється електронною поштою, за допомогою ICQ, в чаті або на веб-конференції на самому сайті компанії.

Одне з найважливіших завдань сучасної електронної комерції – заміна традиційного механізму торгівлі між підприємствами. При цьому передбачається, що клієнт попередньо вибирає товар, а з допомогою Інтернету проводиться операція продажу. У майбутньому, з розвитком віртуального ринку, принципи електронної комерції проникнуть і в решту сфер торговельних відносин між підприємствами. Вони будуть використовуватися для дослідження та зміни переваг корпоративних клієнтів, а також для створення та просування нових марок.

Найбільш далекоглядні фірми використовують Інтернет для підвищення ефективності усіх аспектів свого бізнесу. На цьому рівні Інтернет стає глобальним діловим середовищем, що об'єднує працівників підприємства, його клієнтів, партнерів, постачальників, виробників та учасників мережі продаж. Така модель використання Інтернету розширює поняття електронної комерції, і тому її називають більш загальним терміном «електронний бізнес».

Вираз «електронний бізнес» містить головну ідею: зробити торгівлю більш ефективною та оперативною за допомогою переходу до електронної торгівлі. На перший погляд це неважко, однак суть електронного бізнесу не обмежується використанням програмного забезпечення та комп'ютерів. Реалізація простої і зрозумілої ідеї потребує перегляду всієї моделі ділового обігу. Електронний бізнес, як будь-який інший, потребує комплексного підходу, що включає планування та управління, яке підтримується технологією, процесами та структурою. Основна складність підтримки в електронному бізнесі полягає у необхідності дотримання безпечності та надійності програмного та апаратного забезпечення, мережі, каналів зв'язку і звісно Інтернету в цілому.

За мірою розповсюдження та росту популярності таких можливостей Інтернету, як освіта, розваги, мандрування, зв'язок і відвідування магазинів, постійно збільшується масштаб та рівень його використання: електронний бізнес охопив усі галузі застосування Інтернету, включаючи платіжні операції.

Намагаючись дати визначення електронному бізнесу, відзначимо, що це поняття має на увазі всі сторони ділових відносин в Інтернеті, у тому числі продажі, маркетинг, фінансовий аналіз, платежі, пошук працівників, підтримку користувачів та партнерських відносин.

Електронний бізнес – це не далеке майбутнє. Завдяки можливостям Інтернету він розвивається вже зараз. Ризикнемо заявити, що концепція електронного бізнесу навіть старіша, ніж персональний комп'ютер. Додатки електронного обміну даними (Electronic Data Interchange, EDI) та електронного переказу коштів (Electronic Funds Transfer, EFT), що використовувалися ще у 70-х роках, можна вважати першим досвідом електронного бізнесу.

Тепер, коли десятки мільйонів підключених до Інтернету ПК об'єднують компанії одна з одною та зі всією споживацькою аудиторією, змінилася сама структура ділових відносин.

Для України актуально на сьогоднішній день, для ведення бізнесу в Інтернет, вирішення наступних питань: прийняття та регламентація законів, нормативних актів, інструкцій; фінансування наукових досліджень; криптографії; цифрового підпису; платіжних систем для ведення розрахунків в Інтернет; створення в правоохоронних органах, зокрема в МВС, підрозділів по боротьбі з кіберзлочинами.

Питання ведення бізнесу в Інтернет для України яскраве майбутнє, але хочеться зауважити, що якщо посилатися на об'єктивні труднощі і нічого не робити, то Україна знову буде відгородженою від світу завісою, тільки цього разу не залізною, а електронною.

### **Література:**

1. Баранов О.А. Електронна комерція України: стан, проблеми, перспективи. К.: СофтПрес, 2015. 247 с.
2. Ткачук Н. Переваги та ризики поширення новітніх інформаційних технологій в сучасному суспільстві. *Бізнес та безпека*. 2014. № 5. С. 23.

## **ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ**

*Писарчук О.В., к.е.н., доцент*

*Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця*

Тенденції розвитку світової економіки свідчать про поступовий перерозподіл часток в структурі суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності, організаційно-правовою формою, формами власності. Глобалізована економіка обумовлює включення в ці процеси всіх країн світу, з певними відмінностями та з різним часовим лагом, в залежності від рівня соціально-економічного розвитку країни. ХХІ сторіччя характеризується вже не тільки переходом до нового типу економіки, до «інтелектуальної економіки», «економіки знань», а все більших обертів набирає нове інтеграційне поняття «економіка вражень» [1].