

стратегій трансформації. Аналіз також допоможе ідентифікувати ключові фактори, які впливають на успішність цифрових ініціатив та вибрати ефективні стратегії для досягнення цих цілей. Створення ефективної бізнес-моделі для впровадження стратегій цифрової трансформації для компанії, зокрема, Sysgears, є складним процесом, який потребує аналізу багатьох факторів. Метод аналізу ієрархій є ефективним інструментом для прийняття обґрунтованих рішень, дозволяючи оцінювати альтернативи з урахуванням різних критеріїв. Його використання допомагає Sysgears зробити об'єктивний вибір та сконцентруватися на головних пріоритетах для успішної реалізації цифрової трансформації.

Список використаних джерел:

1. Петровський В.В., Іванова О.О. Цифрова трансформація як стратегічний напрямок розвитку підприємств. *Економіка інновацій*. 2019. № 2. С. 45-50.
2. Коваленко І.М., Шевченко В.В. Особливості впровадження цифрових технологій у діяльність ІТ-компаній. *Інформаційні технології в бізнесі*. 2020. № 1. С. 33-38.
3. Лисенко О.В., Гончаренко Ю.В. Використання методу аналізу ієрархій для прийняття рішень в умовах невизначеності. *Управління проектами та розвиток виробництва*. 2021. № 1. С. 75-80.

Канд. екон. наук Олійник Т. І., Аксьонов Л. В.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ МОДЕЛЕЙ B2B ТА B2C В ОРГАНІЗАЦІЇ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ІНТЕРНЕТ-ТОРГІВЛІ

Сучасні підприємства, які здійснюють діяльність у сфері інтернет-торгівлі, в процесі організації та розвитку комерційної діяльності, найбільшу увагу приділяють розвитку тих бізнес-моделей, які характеризують взаємодію зі споживачами, до яких відносять: моделі B2B «бізнес до бізнесу» та B2C «бізнес до споживача». З метою забезпечення максимального рівня ефективності діяльності підприємств у сфері інтернет-торгівлі, слід враховувати ключові переваги кожної моделі.

Основними перевагами моделі B2B «бізнес до бізнесу» є можливість зменшення витрат на комерційні транзакції, через зниження певних елементів витрат (логістичних, розрахункових, транспортних, тощо), що в свою чергу

сприяє підвищенню рівня прибутковості комерційної діяльності. Ще однією перевагою даної моделі є можливість зменшувати кількість малоефективних бізнес-контактів, шляхом створення оптимальних логістичних ланцюгів. Для моделі B2B є характерним збільшення швидкості процесів купівлі-продажу товарів, їх доставки, опрацювання скарг, заперечень та інших звернень споживачів. На окрему увагу заслуговує зручність інтернет-торгівлі для споживачів, однак, для реалізації даної переваги постає необхідність в організації окремої служби обробки інформаційних потоків.

В моделі B2B відсутні посередники між виробниками продукції та її кінцевими споживачами, але це незначна перевага даної моделі, тому, що торгівля бізнес-структур між собою є по суті посередницькою діяльністю. Домінуючою перевагою моделі B2C «бізнес до споживача» в сфері інтернет торгівлі є глобалізація та розширення охопту цільових аудиторій. Покупці зустрічаються з продавцями потрібних їм товарів чи послуг в Інтернет просторі, а отже важливий для сфери торгівлі фактор місця розташування об'єкта торгівлі втрачає свою актуальність. Саме цю перевагу даної моделі вважають головним трендом сфери інтернет-комерції в глобальному просторі. На ринку з'явилися та укріпили свої позиції такі гіганти інтернет-торгівлі, як Amazon, Ebay, Aliexpress, на українському ринку просуваються такі маркет-плейси, як «Розетка», «Пром ua», та інші.

Важливою перевагою моделі B2C є оперативність та прискорена взаємодія між споживачами та продавцями товарів і послуг, що дозволяє не тільки скоротити час на здійснення покупок, а й зменшити зусилля покупців на їх організацію. Сучасний стан інтернет-торгівлі дозволяє здійснювати покупки в повній мірі з використанням діджитал технологій, при цьому споживач оминає безпосереднє спілкування з працівниками підприємств торгівлі. Наразі, покупці можуть вибрати, замовити та оплатити товар і його доставку через віртуальні платформи та платіжні системи. Через інтернет-зв'язок може отримати зворотній зв'язок з продавцем товару, про його наявність, умови замовлення та доставки, тощо.

Отже, споживач має змогу швидко та зручно придбати необхідний товар, та отримати його з доставкою додому. Важлива перевага даної моделі максимізація ефективності комунікації між покупцями та підприємствами торгівлі. При

застосуванні Інтернету та інших цифрових технологій вдається процес комунікацій зробити максимально зручним, швидким та ефективним. З іншого боку, можливість здійснювати покупки цілодобово кожного дня додає привабливості даній моделі для споживачів.

Впровадження даних моделей окрім переваг характеризується певними труднощами, їх недоліки слід враховувати при організації бізнес процесів, зокрема:

1. Впровадження інтернет-комерції доволі затратний процес, який потребує значних фінансових інвестицій, так як запуск «масштабних порталів в інтернет-комерції, розробка програмного забезпечення, підготовка персоналу, обслуговування інтернет-ресурсів мають високу вартість» [1]. Витрати на такі цілі необхідні для забезпечення необхідних конкурентних переваг на ринку інтернет-торгівлі.

2. Інтернет-торгівля – є сферою діяльності, що характеризується високими комерційними ризиками, що потребує ретельного обґрунтування маркетингової стратегії.

3. Інтернет-торгівля ускладнює застосування до споживачів індивідуального підходу, а ще більш складним завданням є формування у них відчуття таких підходів.

4. Значною проблемою інтернет-торгівлі є забезпечення інформаційної, фінансової безпеки споживачів, збереження їх особистих даних. Для вирішення цих проблем потрібні різноманітні заходи безпеки. Це може включати в себе використання шифрування даних, застосування двофакторної аутентифікації, розвиток безпечних платіжних систем, які забезпечують анонімність користувачів, а також надання інформації споживачам про заходи безпеки та їх права в онлайн-середовищі. Крім того, правові норми та регуляції є важливим елементом забезпечення безпеки в інтернет-торгівлі [2-3]. Законодавчі акти, які встановлюють стандарти захисту особистих даних та відповідальність за їх порушення, є важливими для створення безпечного середовища для споживачів.

Запроваджена модель дає змогу використовувати переваги інтернет торгівлі як окремої сфери комерційної діяльності, сприяє підвищенню конкурентоспроможності підприємств інтернет-торгівлі серед інших торговельних підприємств. Отже, у сучасних умовах застосування конкретної бізнес-моделі

підприємствами інтернет-торгівлі потребує ретельного аналізу та обґрунтування для максимізації доходів та прибутків.

Список використаних джерел:

1. Comberg C., Velamuri V.K. The introduction of a competing business model: the case of eBay. *International Journal of Technology Management*. 2017. Vol. 73. Issue 1-3. P. 39-64.
2. Grynko T., Hviniashvili T., Filippova V. Change management in business structures under the conditions of digitalization. *Ефективна економіка*. 2023. № 5. <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2023.5.22>.
3. Гринько Т.В., Максимчук О.С. Інноваційний розвиток як складова економічної безпеки сучасного підприємства. Сучасні трансформації організаційно-економічного механізму менеджменту та логістики суб'єктів підприємництва в системі економічної безпеки України: колективна монографія / за заг. ред. Т.В. Гринько. Дніпро: Біла К.О., 2017. С. 247-271.

Канд. екон. наук Олійник Т. І., Сич А. І.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ТРАНСФОРМАЦІЯ ВИРОБНИЦТВА:

«РОЗУМНІ ФАБРИКИ» ЯК ТЕНДЕНЦІЯ СУЧАСНОСТІ

В сучасному світі революція виробництва набуває нових форм та розмірів завдяки концепції «розумних фабрик» («smart factory»). Ця трансформація виробництва зумовлена інтеграцією передових технологій, які відкривають нові перспективи для оптимізації процесів виробництва та підвищення ефективності підприємств.

Враховуючи зростаючий у наукових та бізнес колах інтерес до питань, пов'язаних з «розумними фабриками», актуальним є огляд ключових аспектів розвитку ринку «розумних фабрик».

У 1970-х роках була визнана третя промислова революція, пов'язана з використанням електроніки та інформаційних технологій (ІТ) для досягнення більшої автоматизації виробничих операцій. На основі цієї ініціативи четверта промислова революція полягає в інтеграції взаємопов'язаних відповідних систем та Інтернету речей у виробництві, що називається Індустрією 4.0. Кожна з перших трьох попередніх промислових революцій народжувалася з інноваційної нової технології,