

Крижановський О. Д.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

**ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ:
СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ БІЗНЕСУ**

Досліджуючи сучасні тенденції у торгівлі, вплив пандемії та війни на характер і методику ведення бізнесу, варто приділити увагу розгляду працюючих моделей у галузі електронної комерції. Наразі є актуальним розгляд їх переваг та можливостей застосування українськими підприємцями. Електронною комерцією називають будь-який процес купівлі-продажу товарів або послуг із використанням телекомунікаційних засобів. Виокремлюють певну кількість концепцій у напрямку електронної комерції, але доцільно буде детально розглянути B2B (система бізнес-бізнес «Busines-to-Busines») і B2C (система бізнес-споживач «Busines-to-Consumer») [1]. Це наразі найпопулярніші напрямки у електронній комерції.

Перша концепція з'явилась одразу із появою мережі інтернет і широко використовується на сьогоднішній день, завдяки засобам електронної комунікації, компанії створюють довготривалі, надійні торгові зв'язки, єдиним недоліком яких можна назвати високий поріг входу нових компаній, оскільки клієнти дуже неохоче змінюють своїх постачальників, звісно, якщо вони задовольняють їх потреби. Більш нова концепція B2C, з'явилась одразу із збільшенням кількості домогосподарств, що використовують мережу інтернет і народила багато всесвітньо відомих компаній з мільярдними оборотами. Розглядаючи концепції електронної комерції варто зазначити про дуже популярну бізнес-модель, що прийшла зі світу фінансів, це створення маркетплейсів. Ця модель пішла від традиційних товарних бірж. Сьогодні вони захопили світ електронної комерції на більшості ринків. Великі компанії створюють зручний інтернет-сервіс для купівлі та продажу товарів на якому працює велика кількість незалежних продавців. Ця модель вигідна для бізнесу, оскільки в них відсутня необхідність створення власного інтернет магазину та підтримання його працездатності, що потребує від власників бізнесу створення власного ІТ-відділу, або залучення компанії для аутсорсингу цього напрямку. Також маркетплейси надають маркетингову підтримку своїм продавцям, фінансово посередницькі та послуги з транспортування, зберігання і доставки їх товарів. Іноді коли товар є інтелектуальною

власністю, вони можуть його виготовляти власноруч. Наприклад компанія «Amazon» друкує книжки, написані незалежними авторами, самотужки. За надання комплексу цих послуг, площадки знімають зі своїх продавців процент з продажів. Завдяки цій ефективній концепції вони захопили лідируючі позиції на багатьох ринках у величезній кількості галузей. Наприклад, навіть при продажі наркотичних речовин на території України, велику кількість незв'язаних між собою продавців психоактивних речовин, виробників їх прекурсорів та спеціалістів з їх транспортування об'єднує декілька великих маркетплейсів, що дозволяє створювати злочинні угруповання за відсутності особистого знайомства та виконувати продаж своїх товарів за відсутності безпосередніх зустрічей з покупцями.

Також саме електронна комерція значно полегшує вихід бізнесу на міжнародні ринки, оскільки за допомогою мережі інтернет та міжнародних транспортних компаній у бізнесу є можливості продавати товар по всьому світу не відкриваючи іноземних представництв. Прикладом цього є китайський інтернет магазин TEMU, який за допомогою інтернет маркетингу зміг вийти на ринки інших країн та низькими цінами із постійними знижками подавити у конкурентній боротьбі багатьох місцевих виробників. У деяких розвинених країнах вирішується процес заборони цього інтернет магазину, для підтримки місцевих виробників.

Сучасний розвиток технологій також зумовлює і розвиток галузі обраної нами для дослідження. При чому можна побачити ріст не тільки об'ємів продажу, але і доходності. Важливим підтвердження розвитку електронної комерції у Світі є дані щодо каналів збуту (онлайн та офлайн). Так, якщо у 2018 році частка онлайн каналів збуту знаходилась на рівні 10%, то у 2024 р. вона наближається до рівня 20% [2].

Враховуючи вище викладене, підприємцям необхідно детально розглянути сучасні моделі та напрями електронної комерції, оскільки завдяки її використанню локальні виробники зможуть безперешкодно вийти на національний та міжнародний рівень та досягти високого рівня прибутку з помірними витратами. Також концепції B2C мають низький поріг входу для підприємців, що породжує суттєву конкуренцію у галузі, але дозволяє розвиватися малому бізнесу у все-світньому масштабі.

Список використаних джерел:

1. Ануфрієва О. Л., Електронна комерція в системі цифрової економіки. *Науковий вісник УМО. Серія. Економіка та управління*. Вип. №3.2017. С. 1–12.
2. Іванов К.Р. Електронна комерція: сутність, функції, форми та сучасний стан. *Актуальні проблеми економіки*. 2024. №6(276). С. 183–194. URL: https://eco-science.net/wp-content/uploads/2024/06/6.24._topic_Kurylo-Ivanov-183-194.pdf.

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

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

КРИПТОВАЛЮТИ ТА БЛОКЧЕЙН:

НОВІ ФІНАНСОВІ ІНСТРУМЕНТИ

Фінансові технології зазнали суттєвих змін протягом останніх десятиліть, трансформуючи традиційні способи управління фінансами та взаємодії з ними. Від автоматизації банківських операцій до появи інтернет-банкінгу, фінтех став рушійною силою у спрощенні фінансових послуг і зробив їх більш доступними для широкого кола користувачів. Впровадження мобільних платежів, онлайн-транзакцій та цифрових гаманців змінило очікування клієнтів щодо швидкості та зручності фінансових операцій.

Поява криптовалют та технології блокчейн стала одним із етапів еволюції, відображаючи глибоку цифровізацію економіки [2]. Біткоїн став першою децентралізованою цифровою валютою, яка працює без центрального регулятора або банку. Технологія блокчейн, на якій базуються криптовалюти, забезпечує безпечний та прозорий спосіб збереження і передачі даних про транзакції, що робить її привабливою для різних сфер застосування. Ці інновації виникли як відповідь на потребу у більш децентралізованих, ефективних та безпечних фінансових інструментах. Цифровізація економіки створила умови для швидкого поширення криптовалют, дозволяючи людям та бізнесам здійснювати транзакції без географічних обмежень та посередників. Це стимулювало розвиток нових бізнес-моделей і фінансових продуктів, відкриваючи додаткові можливості для інвестицій та зростання.

Відтак, розвиток фінансових технологій відображає глибокі зміни у способах ведення бізнесу та управління фінансами. Криптовалюти та блокчейн стали