

Секція 6

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ТА ПРОБЛЕМИ МІЖНАРОДНИХ ІНТЕГРАЦІЙНИХ І ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ



УДК 658.84

ІНТЕРНЕТ-ТОРГІВЛЯ ЯК ЗАСІБ ВЕДЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ КОМЕРЦІЇ

Белявцев В.М., здоб. вищ. осв. ОС «магістр»

Науковий керівник – канд. екон. наук, проф. **В.О. Козуб**

Харківський національний економічний університет ім. Семена Кузнеця

Швидкий технологічний розвиток, поширення Інтернету та поява цифрової економіки стали невід'ємною частиною нашого часу. Під впливом інформаційних технологій зміни відбулись у всіх сферах людського життя та вплинули на розвиток усієї світової економіки. Людство почало використовувати Інтернет не тільки для того, щоб переглядати новини та читати статті, але й для ведення і просування власного бізнесу. Поява Інтернет-торгівлі значно спростила способи розповсюдження, просування власного товару або послуги.

Інтернет-торгівля – це електронна торгівля, внаслідок якої товари реалізуються дистанційним способом посередництвом Інтернет-магазину.

Поняття «електронна торгівля» має багато авторських та кілька офіційних визначень. Якщо узагальнити відомі визначення, то сутність електронної торгівлі полягає в організації процесу товарно-грошового обміну у формі купівлі-продажу на базі електронних технологій, тобто в режимі інтернет-простору. На сьогоднішній день для опису економічних відносин через мережу Інтернет використовується поняття «електронна комерція».

Суб'єктами електронної комерції виступають домашні господарства, компанії або підприємства, держава, постачальники мережевих послуг – провайдери, електронні платіжні системи.

Інтернет-торгівля, як технологія, що забезпечує цикл бізнес-операцій, включає безготівковий розрахунок, замовлення товару або послуг, проведення платежів з використанням інформаційних технологій. Сьогодні виділяють такі її види як: електронний маркетинг, електронний рух капіталу, електронний обмін інформацією, електронний банкінг, Інтернет-магазин.

Застосування Інтернет-торгівлі у міжнародній комерції може значно знизити вартість продукції, оскільки зменшуються потреби в утриманні товарної площі, не потрібно виплачувати зайву заробітну плату робітникам та забезпечувати себе зайвим товарним обладнанням. Переваги та недоліки покупок через Інтернет для покупців наведені в таблиці 1, їх систематизація дозволяє відзначити, що позитивні сторони для покупців переважають негативні.

Таблиця 1 – Переваги та недоліки Інтернет-торгівлі для покупців

Переваги	Недоліки
Можливість вибору та придбання товару чи послуги, не виходячи з дому (економія часу)	Відсутність можливості ознайомитись із властивостями товару до його придбання
Відносна анонімність покупки	Загроза зловживань у разі розкриття номера кредитної картки
Негайна доставка та супровід програм при купівлі їх через Інтернет-мережу	Як правило, неможливість повернення товару при виявленні неприйнятної якості
Отримання нових недоступних послуг у сфері розваг, консультацій, навчання, підписки, комерційної інформації та ін.	Атака поштової реклами (SPAM)
Додаткова інформація про необхідні товари	

В Інтернет-торгівлі мережа може використовуватися для реалізації взаємодії продавця та покупця: у залученні потенційних покупців; в обслуговуванні відвідувачів (підтримка під час здійснення вибору та оформлення замовлення); у контролі ходу виконання замовлення; у післяпродажній підтримці; у торговому посередництві для конкурсного ціноутворення чи залучення покупців. При цьому кожному виду торгівлі властива своя специфіка структури, змісту та інтенсивності інформаційної взаємодії продавців та покупців, а це у свою чергу задає вимоги до засобів та підходів до автоматизації цієї взаємодії. Саме з цих позицій і розглядаються особливості видів організації торгівлі з використанням Інтернету.

Можна додати, що великим плюсом електронної комерції є суттєве скорочення витрат на оформлення угоди та її подальше обслуговування. Тому міжнародні бізнес-процеси, які можна перевести в електронний формат, містять в собі суттєвий потенціал зниження витрат на них, що має вплив на зниження собівартості послуги або товару.

Інтернет-торгівля в сучасних складних економічних реаліях, великої конкуренції на міжнародному ринку дає змогу швидко і з відносно невеликими витратами організувати просування та збут продукції товаровиробників, забезпечуючи тим самим їх розвиток та стабільність.

УДК 338.47

СУЧАСНИЙ РОЗВИТОК ГЛОБАЛЬНОЇ ЛОГІСТИКИ: ДОСВІД ДЛЯ УКРАЇНИ

Бодак Д. В., здоб. вищ. осв. ОС «магістр»

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **С.В. Бестужева**

Харківський національний економічний університет ім. Семе́на Кузне́ця

Сучасні політичні виклики, які постали перед Україною та вітчизняними підприємствами, обумовлюють необхідність пошуку дієвих дій та рішень по забезпеченню функціонування як національної економіки у цілому, так і її окремих суб'єктів. Набуття Україною статусу кандидата у члени Європейського Союзу, з одного боку, відкривають широкі перспективи для диверсифікації зовнішньоекономічної діяльності, укладання нових контрактів, виходу на нові ринки збуту, а з іншого – трансформації традиційного підходу до господарювання в сучасний логістичний підхід, який полягає в оптимізації витрат ресурсів, структури управління, бізнес-процесів тощо. На сьогодні логістична концепція, яка на міжнародному рівні називається глобальною логістикою, є реальною можливістю забезпечити суб'єктам господарювання різного рівня взаємодії довгострокові конкурентні переваги на світових ринках.

Глобалізація впливає на всі сфери суспільно-економічного життя, що сприяє формуванню глобальних логістичних ланцюгів. Їх розвитку сприяють міжнародні транспортно-експедиторські, фінансові посередники (банки, страхові компанії тощо), глобальні телекомунікаційні мережі та інші суб'єкти ринку.