



НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ЕКОНОМІКИ,
УПРАВЛІННЯ, ПРАВА ТА ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ
ПОЛТАВСЬКОГО ДЕРЖАВНОГО АГРАРНОГО УНІВЕРСИТЕТУ

МАТЕРІАЛИ

VII Всеукраїнської науково-практичної
Інтернет-конференції з міжнародною участю

**«Управління ресурсним
забезпеченням господарської
діяльності підприємств
реального сектору економіки»**

27 жовтня 2022 року

м. Полтава

**Міністерство освіти і науки України
Полтавський державний аграрний університет
Департамент агропромислового розвитку
Полтавської обласної військової адміністрації
ННЦ Інститут аграрної економіки НАН України
Національний університет біоресурсів і природокористування України
Сумський національний аграрний університет
Дніпровський державний аграрно-економічний університет
Одеський державний аграрний університет
Луганський національний аграрний університет
Львівський національний аграрний університет
Leibniz institute of agricultural development in transition economies (Німеччина)
International centre for enterprise and sustainable development (Гана)
Administration of the universidad Carlos III de Madrid (Іспанія)
Євразійський національний університет ім. Л.М. Гумільова (Казахстан)**

Матеріали

VII Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції з міжнародною участю «Управління ресурсним забезпеченням господарської діяльності підприємств реального сектору економіки»



**27 жовтня 2022 року
м. Полтава**

УДК 330.15:334.723
ББК 65.291.5

Управління ресурсним забезпеченням господарської діяльності підприємств реального сектору економіки : матеріали VII Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції з міжнародною участю, 27 жовтня 2022 р. Полтава : ПДАУ, 2022. 342 с.

У матеріалах конференції розглядаються аспекти методології і практики управління ресурсним забезпеченням господарської діяльності підприємств реального сектору економіки.

Збірник розрахований на науково-педагогічних працівників, аспірантів, здобувачів вищої освіти, фахівців-практиків.

Матеріали друкуються мовою оригіналів.

За виклад, зміст і достовірність матеріалів відповідають автори.

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ

У результаті пандемії кількість покупців у електронній комерції різко зросла до 3,4 мільярда. Ніхто не міг передбачити такий стрибок всього за кілька місяців до того, як він стався. Тепер гостра необхідність в електронній комерції дещо знижується, і зростання, за прогнозами, трохи сповільниться. Тим не менш, це число означає, що понад 43% споживачів у всьому світі робили покупки в Інтернеті у 2020 році. Згідно з прогнозами кількість користувачів електронної комерції у всьому світі збільшиться на 400 мільйонів.

У міжнародній практиці термін e-commerce (електронна торгівля) був визначений у 2000 р. та звучав «як сукупність угод продажу чи купівлі матеріальних товарів або послуг, що здійснюються через взаємопов'язану мережу комп'ютерів», причому головною ознакою електронної угоди було визначено реєстрацію електронними засобами факту замовлення товару.

Сьогодні електронну торгівлю визначають як «комерційну діяльність, спрямовану на здійснення актів купівлі-продажу товарів з використанням телекомунікаційних мереж». До 2000 року відбувалося накопичення купівельної аудиторії, що дозволило інтернет-магазинам позначити серйозність цього бізнесу.

Від створення та розвитку технології EDI до сьогодення розвиток електронної комерції пройшов наступні етапи:

1) період швидкого розвитку (початок 1990-х – початок 2000 року): з 1990-х років електронна комерція почала покладатися винятково на технологію EDI. Електронна торгівля почала швидко розвиватись. З появою онлайн-магазину Amazon у липні 1995 року онлайн-торгівля стала популярною у багатьох країнах. Фінансові вкладення, що вкладаються у сферу електронної комерції продовжували зростати.

2) уповільнений період (2000-2003): у зв'язку зі швидким розвитком електронної комерції до 1990-х років стали з'являтися перші проблеми електронної торгівлі (наприклад, проблеми доставки та оплати). У 2000 році на ринку NASDAQ було зареєстровано близько 5500 компаній, у тому числі високотехнологічні компанії світового рівня, наприклад, Microsoft, Dell, Yahoo та Amazon.

3) період сталого розвитку (з 2003 року до теперішнього часу): на даному етапі не лише великі світові компанії та підприємства звернулися до електронної комерції, але і багато інтернет-користувачів поступово прийняли новий спосіб покупок.

Найбільш динамічно ринок електронної торгівлі розвивається в протязі останніх 20 років, що зумовлено стрімким зростанням кількості інтернет-користувачів, збільшенням впливу соціальних мереж та інших інтерактивних онлайн-платформ, динамічним розвитком систем електронних платежів та переходом провідних гравців ринку до нових технологічних платформ для електронної комерції (від Web 1.0 до Web 2.0, далі Web 3.0).

Наразі Інтернет став новим майданчиком для ведення активної комерційної діяльності. Його можливості використовують мільйони користувачів та організацій, що представляє високу цінність для бізнесу. Розвиток нових технологій зв'язку збільшує обсяги інформації, що передається, зростає «доступність» інтернету для

користувачів, з'являються нові джерела цінності, відбувається зміна каналів розподілу. Розгляд мережі Інтернет як нового майданчика для продажу призвело до створення спеціалізованих онлайн-фірм, а також дезінтеграції ланцюжків створення вартості та процесу ліквідації старих посередників із заміною на нових.

Перенесення бізнесу в онлайн сьогодні передбачає не лише продаж товарів через інтернет, а й цифровізацію всіх внутрішніх процесів компанії. Наразі розробляються готові рішення для продажу та закупівель:

- b2b портал – розробка продукту відповідно до побажань, впровадження опцій, які необхідні для продуктивної роботи та онлайн оптових продажів;
- торгові майданчики (маркетплейси B2B, B2C, D2C та інші) – швидка розробка MVP з можливістю додавання необхідних модулів на будь-якому етапі реалізації проекту;
- автоматизація процесу закупівель (ЕТП, електронний магазин, SRM модуль) – впровадження функціоналу, який спростить і оптимізує роботу з даними, закупівельними процесами, включаючи виставлення рахунків, обробку запитів, аналітику товарних груп та багато іншого;
- B2C і B2B рішення – продукти для будь-якої галузі, пропонується широкий вибір функцій та інтеграція зі сторонніми сервісами;
- мобільна версія для eCommerce – розробка мобільного додатка із зручним інтерфейсом та дизайном, що відповідають побажанням замовника.

Сфера e-Commerce постійно змінюється та розвивається, тому необхідно відстежувати сучасні тенденції та, спираючись на досвід, вибудовувати бізнес-стратегії.

Електронна торгівля – один із нових феноменів у світовій економіці, що отримало активний імпульс у розвитку на межі століть, на стику сформованих глобальних інформаційних систем і технологій, а також змін у суспільній та економічній свідомості, зміні та трансформації пріоритетів глобальних потреб споживача. Будучи інноваційним комунікативним засобом сучасної комерції, електронна торгівля виводить на принципово новий рівень відносини між споживачем та постачальником на глобальному рівні, незважаючи на кордони.

Список використаних джерел:

1. E-commerce Market Size, Share & Trends Analysis Report By Model Type (B2B, B2C), By Region (North America, Europe, APAC, Latin America, Middle East & Africa), And Segment Forecasts, 2020-2027. URL: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/e-commerce-market>.

2. Global retail e-commerce sales 2014-2026. URL: <https://www.statista.com/statistics/379046/worldwide-retail-e-commerce-sales>.

*О.М. Овчарук, к.е.н., доцент,
Р.М. Лелюх, здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
Полтавський державний аграрний університет*

РЕСУРСНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА: ІННОВАЦІЙНА СКЛАДОВА

Основою функціонування сучасного підприємства є достатній за обсягом ресурсний потенціал, кількісні та якісні характеристики якого відображають систему ресурсів, а також механізми управління ними. Закономірним результатом ефективного використання ресурсного потенціалу підприємства є, насамперед,