

Принципом гарантування ефективності комерційної діяльності при застосуванні стратегічного підходу є використання потенціалу стратегічного управління комерційною діяльністю .

Гарантування результативної комерційної діяльності є важливим завданням підвищення темпів розвитку економіки України . Невід’ємною частиною досягнення результативності комерції є налагодження спілкування між підприємством та покупцем шляхами формування товарного асортименту, системи збуту та цінової стратегії, що відповідає потребам споживача .

Література :

1. Болтянська Л.О. Економіка підприємства / Л.О. Болтянська, Л.О. Андреева, О.І. Лисак. – Херсон : ОЛДІПЛЮС, 2015.
2. Комерційна діяльність / Н.О. Криковцева, О.Б. Казакова, Л.Г. Саркісян, Л.Л. Авдєєнко, Г.А. Дяченко, Л.С. Курська, О.Н. Сахарова. – К. : Центр учбової літератури, 2007.
3. Гусаковська Т.О. Аналіз комерційної діяльності торговельного підприємства. Ч. 2 / Т.О. Гусаковська, Ю.О. Клочко, Н.Г. Сікетіна // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. – 2015. – № 1 (69)
4. Балабанова Л.В. Коммерческая деятельность: маркетинг и логистика : моногр. / Л.В. Балабанова, А.Н. Германчук. – Донецк : ДонГУЭТ им.М.Туган-Барановского, 2003.

УДК 330.341

Нікіта Хвастунов

*Студент 2 курсу, спеціальності «Економіка підприємства»,
факультету Економіки та управління,
ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана»,
nik52ua@ukr.net*

Вікторія Кривещенко

к.е.н., доцент кафедри комерційної діяльності і логістики

ЯК ПАНДЕМІЯ COVID-19 ВПЛИНУЛА НА РОЗВИТОК ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ

КАК ПАНДЕМИЯ COVID-19 ПОВЛИЯЛА НА РАЗВИТИЕ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

HOW THE COVID-19 PANDEMIC AFFECTED THE DEVELOPMENT OF E-COMMERCE

Анотація. Розглянуто становище електронної комерції в Україні. Досліджено, які труднощі зустріла галузь комерційної діяльності і загальний вплив COVID-19 на електронну комерцію. Були проаналізовані фактори впливу на розвиток інтернет комерції. Освітлені дії інтернет магазинів роздрібною торгівлі під час пандемії і стан української електронної комерції. Оглянуто становище інтернет торгівлі у різних країнах світу.

Анотация. Рассмотрено положение электронной коммерции в Украине. Исследовано, какие трудности встретила отрасль коммерческой деятельности и общее воздействие COVID-19 на электронную коммерцию. Были проанализированы факторы, влияющие на развитие интернет коммерции. Освещены действия интернет магазинов розничной торговли во время пандемии и состояние украинской электронной коммерции. Осмотрено положение интернет торговли в разных странах мира.

Abstract. The situation of e-commerce in Ukraine is considered. The difficulties encountered by the business sector and the overall impact of COVID-19 on e-commerce were studied. Factors influencing the development of e-commerce were analyzed. The actions of online retail stores during the pandemic and the state of Ukrainian e-commerce are covered. The situation of e-commerce in different countries of the world is examined.

Впродовж багатьох років у світі і в Україні ми бачимо тенденцію розвитку і зростання ринку електронної комерції. Все більше і більше бізнесів намагаються зайти на цей ринок і розвиватися у сучасних тенденціях. Але 2020 рік приніс багато змін у комерційну діяльність підприємств, через спалах COVID-19, сферам торгівлі прийшлося більше опановувати інструменти інтернет маркетингу та намагатися робити свої продажі через глобальну мережу.

Під час карантинних обмежень багатьом підприємствам прийшлося змінювати логістичні і маркетингові ланцюги і це було щось нове для українського ринку. Звісно, глобальна криза принесла багато проблем для інтернет бізнесу, але разом з цим, весь світ почав більше опановувати всесвітню павутину, але, як би дивно це не звучало, пандемія пришвидшила розвиток електронної комерції на 5 років [1].

У тому числі, до рівня розвитку електронних продажів підприємств роздрібною торгівлі включається фактор інтернет довіри до купівлі онлайн, бо ще десять років тому довіри до інтернет купівель майже не було, але з розвитком всесвітньої мережі, українці починають більше купувати товарів через онлайн сервіси і наразі кожен третій інтернет-користувач купує товари на веб ресурсах [2]. Крім того, карантинні обмеження стимулюють все більше українців робити покупки онлайн, не виходячи з дому. Через всесвітню пандемію багато інтернет-компаній почали дивитися на досвід іноземних колег і інтегрувати онлайн-технології у свої маркетингові та логістичні ланцюги.

Також, треба зазначити, що пандемія зробила великий внесок у розвиток онлайн сервісів з покупки продуктів, так компанії Amazon, Walmart, Kroger зазначають, що замовлення продуктів харчування через онлайн, всього за чотири дні, зросли більше ніж на 150%, у грошах це зростання на 210% [3].

В Україні також можна побачити, що люди під час пандемії почали замовляти продукти харчування додому, не відвідуючи магазин. Бачимо, що великі продуктові мережі розробили додатки на телефон, які забезпечують швидку доставку товарів додому, що стимулює ринок електронної комерції до розвитку.

Табл.1 – Приріст продажів електронної комерції 2019-2020 р.

| Країна | Зріст продажів електронної комерції (%) |
|------------------------|---|
| Болгарія | 30 |
| Іспанія | 29 |
| Бельгія | 7 |
| Румунія | 30 |
| Україна | 45 |
| В середньому по Європі | 12.7 |

Джерело – [4; 5]

Згідно з таблицею 1, країни, де електронна комерція була не дуже розвинута, мають великі стрибки у розвитку у цій сфері. Багато компаній залучають більше ресурсів у розвиток електронної комерції, це сприяє здоровій конкуренції на ринку, яка, зі свого боку, розвиває цю сферу, залучає нові інвестиції й нові розробки.

Як висновок, ринок електронної комерції в Україні й у світі під час пандемії COVID-19 почав адаптуватися до сучасних реалій, залучати й інвестувати нові кошти для розвитку інтернет комерції, приймати досвід іноземних колег і досліджувати нові інструменти ведення бізнесу, і розробляти нові ідеї у свої маркетингові та логістичні ланцюги, робити їх більш розвиненими й сучасними. Довіра до електронної комерції під час пандемії зросла і буде далі зростати, люди зрозуміли, що це зручніше, ніж витратити свій час, для походу в магазин. Загалом, під час глобальної кризи суб'єкти господарювання у сфері електронної комерції змогли тримати баланс і розвиватися, але все-таки деякі підприємства відчули труднощі, пов'язані з банкрутством, зменшенням попиту на їх товар, зменшенням платоспроможності громадян. У майбутньому електронна комерція з даним темпом розвитку буде мало чим відрізнятися від звичайної підприємницької діяльності.

Література:

1. S. P. (n.d.). COVID-19 pandemic accelerated shift to e-commerce by 5 years. Retrieved from <https://techcrunch.com/2020/08/24/covid-19-pandemic-accelerated-shift-to-e-commerce-by-5-years-new-report-says/>

2. Іщенко А. Покупки в інтернеті: названі самі популярні у українців товари [Електронний ресурс] / Анастасія Іщенко – Режим доступу до ресурсу: <https://ukraine.segodnya.ua/ukraine/pokupki-v-internete-nazvany-samy-populyarnye-u-ukraincev-tovary-1389792.html>.
3. Rakuten Intelligence. (n.d.). Retrieved from <https://www.rakutenintelligence.com/>
4. Ecommerce in Europe: €717 billion in 2020. (2020, July 9). Retrieved from <https://ecommercenews.eu/>
5. Україна в 2020г стала лідером по росту e-commerce в Східній Європі - Euromonitor International [Електронний ресурс]. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://interfax.com.ua/news/economic/695691.html>.

УДК: 330.341

Олена Чмільова

*студентка 2 курсу, спеціальності Економіка підприємства,
факультету Економіки та управління,
ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана»,
Lenach9703@gmail.com*

Вікторія Кривещенко

к.е.н., доцент кафедри комерційної діяльності і логістики

ФІНАНСОВА-ЕКОНОМІЧНА КРИЗА 2020 РОКУ: ЗАГРОЗИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНИХ КОМПАНІЙ

ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КРИЗИС 2020 ГОДА: УГРОЗЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ НАЦИОНАЛЬНЫХ КОМПАНИЙ

FINANCIAL AND ECONOMIC CRISIS OF 2020: THREATS AND PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF NATIONAL COMPANIES

Анотація. Ця стаття розкриває сутність проблеми кризи, зв'язаної з карантинними обмеженнями та містить в собі статистичні дані його наслідків. Також у статті є прямі цитати аналітиків та представників українського бізнесу. У статті є порівняння кризи 2020 з Великою депресією та кризи у 2008 році.

Аннотация. Эта статья раскрывает сущность проблемы кризиса, связанного с карантинными ограничениями и содержит в себе статистические данные его последствий. Также в статье есть прямые цитаты аналитиков и представителей украинского бизнеса. В статье является сравнение кризиса 2020 с Великой депрессией и кризиса в 2008 году.

Abstract. This article reveals the essence of the problem of the crisis related to quarantine restrictions and contains statistics on its consequences. The article also contains direct quotes from analysts and representatives of Ukrainian business. The article compares the crisis of 2020 with the Great Depression and the crisis of 2008.

Увесь світ зараз переживає нелегкі часи через фінансово-економічну кризу, яка виникла через пандемію COVID-19. Коли був впроваджений карантин у більшості країн, то це були важкі часи для кожного. Найбільше постраждав саме малий бізнес. Деякі країни виплачували додаткові кошти для того, щоб підтримати підприємців, але цього було недостатньо. Багато аналітиків порівнюють цю ситуацію зі світовою фінансовою кризою 2008 року і навіть з Великою депресією. Основною причиною кризи 2008 р. були злиття та банкрутства деяких великих американських фінансових фірм. Тоді фондові ринки впали більше ніж на 50%, заморозили кредитні ринки, збільшився рівень безробіття на 10% та почалися масові закриття підприємств. Але у 2008 році це все сталося за 3 роки, а зараз ситуація розвивається набагато швидше. За нинішньої кризи такі показники з'явилися протягом 3-4 тижнів.

Безпосередньо ця криза впливає і на економіку України. Наприклад, ці події змушували інвесторів свій капітал з країн, що розвиваються. Також в Україні тільки зараз Уряд розробив програму підтримки підприємців, які вимушені припинити роботу у вихідні через карантинні обмеження. Але чи врятують ці 8000 гривень? Меня здається, що це замало, тому що