

Міністерство освіти і науки України
Київський національний торговельно-економічний університет
Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ
Академічне товариство ім. М.Балудянського (м.Кошице, Словаччина)
Вища школа економіки і права імені
проф. Едварда Ліпінського (м. Кельце, Польща)
Університет Яна Кохановського (м. Кельце, Польща)
Тбіліський державний університет імені
Іване Джавахішвілі (м. Тбілісі, Грузія)
Технічний університет (м. Кошице, Словаччина)
Університет «Petre Andrei» (м. Яси, Румунія)
Університет суспільних наук (м. Лодзь, Польща)
Folkuniversitetet (м. Уппсала, Швеція)



До 50-річчя Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ

**СОЦІАЛЬНО-ПОЛІТИЧНІ, ЕКОНОМІЧНІ
ТА ГУМАНІТАРНІ ВИМІРИ
ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ**

**ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ
VI Міжнародної науково-практичної конференції**



17 – 19 вересня 2018 року

**Частина I
Вінниця 2018**

УДК 338:339.92(477)

Соціально-політичні, економічні та гуманітарні виміри європейської інтеграції України: Збірник наукових праць VI Міжнародної науково-практичної конференції. – Вінниця: Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2018. – Ч. 1. - 488 с.

У збірнику наукових праць Міжнародної науково-практичної конференції розглядаються питання управління інноваційно-інвестиційним розвитком підприємства в сучасних умовах; актуальні проблеми менеджменту та фінансові механізми забезпечення розвитку економіки України; проблеми обліково-аналітичного, контрольного та інформаційного забезпечення управління підприємства. Досліджуються інноваційні моделі та інформаційні технології в науці, освіті, економіці; теоретичні та практичні аспекти сучасного товарознавства; актуальні проблеми, тенденції, перспективи розвитку готельно-ресторанного та туристичного бізнесу в Україні, державотворчі процеси в Україні як фактори сталого розвитку сучасної правової доктрини. Висвітлюються питання євроінтеграції України: історичні, економічні, соціально-політичні орієнтири та здоров'язберігаючі аспекти; інтерактивні технології та методи навчання як засіб формування іншомовної професійної компетенції.

Розраховано на науковців, спеціалістів, викладачів, аспірантів, здобувачів вищої освіти.

Редакційна колегія: Голова редакційної колегії – **Замкова Н.Л.**, д.філос.н., проф.
Відповідальний секретар – **Мартинова Л.Б.**, д.е.н., доц.

Члени редакційної колегії:

Власенко В.В., д.б.н., проф., **Ліщинська Л.Б.**, д.т.н., проф., **Мироненко М.Ю.**, д.н.держ.упр., доц., **Овсюк Н.В.**, д.е.н., доц., **Стопчак М.В.**, д.і.н., проф., **Гарбар В.А.**, к.е.н., доц., **Гладь С.В.**, к.філол.н., доц., **Лозовський О.М.**, к.е.н., доц., **Половенко Л.П.**, к.пед.н., доц., **Панькевич В.М.**, к.ю.н., доц., **Поліщук І.І.**, к.е.н., доц., **Сальникова С.В.**, к.н.фіз.вих., доц., **Тернова А.С.**, к.т.н., доц.

Друкується за ухвалою Вченої Ради Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ.

Наукові роботи друкуються в авторській редакції.

ISBN 978-966-629-863-1

ЗМІСТ

УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Богацька Н.М., к.е.н., доцент Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ РОЛЬ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА В ФУНКЦІОНУВАННІ ЕКОНОМІКИ КРАЇНИ.....	15
Гарбар В.А., к.е.н., доцент Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЯК СКЛАДОВА ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА.....	25
Кульганік О.М., к.е.н. Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ В ЕКСПОРТНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	35
Мельничук О.П., к.е.н. Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ СТРАТЕГІЧНИХ ЗАСАД МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	42
Недбалюк О.П., к.е.н., доцент Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ: ДОСВІД США ДЛЯ УКРАЇНИ.....	48
Панюк Т.П., к.е.н. Фалат І.О., здобувач освітнього ступеня «магістр» Рівненський державний гуманітарний університет ПРОЦЕС УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ПОСЛУГ.....	58
Супрун С.Д., к.е.н., доцент Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ.....	64
Ткачук О.М., д.е.н., професор Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ РИНКУ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ.....	72
Хачатрян В.В., к.е.н., доцент Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ КООПЕРАТИВНА ІДЕЯ ЯК ОСНОВА РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ.....	80

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ: ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ

Андрущенко Н.О., к.пед.н. Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ ОСОБЛИВОСТІ УКРАЇНСЬКОЇ ШКОЛИ МЕНЕДЖМЕНТУ.....	93
Бабчинська О.І., к.геогр.н., доцент Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ В СУЧАСНИХ УМОВАХ.....	100
Боковець В.В., д.е.н., доцент Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ ФУНКЦІЇ ТА ІНСТРУМЕНТАРІЙ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ В КОНТЕКСТІ РОЗГЛЯДУ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ КОРПОРАЦІЄЮ.....	109
Бондарчук Л.В., к.е.н. Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНА ПОЛІТИКА УКРАЇНИ ЗА УМОВ ВАЄМОДІЇ З ЄВРОПЕЙСЬКИМ СОЮЗОМ.....	116
Горшков М.А. Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ ІСТОРИЧНИЙ РОЗВИТОК ПОНЯТТЄВОГО АПАРАТУ ПРОЦЕСІВ ВІДТВОРЕННЯ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ АГРАРНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ.....	123
Іванченко Г.В., к.е.н., доцент Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ ЕМОЦІЙНИЙ ІНТЕЛЕКТ ЯК ВАЖЛИВИЙ АСПЕКТ РОЗВИТКУ САМОКОНТРОЛЮ КЕРІВНИКА.....	129
Ковтун Е.О., к.е.н., доцент Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ ЕФЕКТИВНІСТЬ МІЖНАРОДНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ВІННИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ	135
Корж Н.В., д.е.н., професор Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ КОРПОРАТИВНА СТРУКТУРА: ЗМІСТ ТА ПРИНЦИПИ РОЗВИТКУ.....	146
Лозовський О.М., к.е.н., доцент Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ МЕХАНІЗМ МОТИВАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРАЦІВНИКІВ, ЯК КЛЮЧОВИЙ ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	157
Махначова Н.М., к.е.н. Миرونюк Я.А., здобувач освітнього ступеня «магістр» Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ ЕНЕРДЖІ - МЕНЕДЖМЕНТ: УПРАВЛІННЯ ЕНЕРГІЄЮ КОЛЕКТИВУ.....	167

Остапенко Т.А. Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ АНАЛІЗ НАУКОВИХ ПІДХОДІВ ДО УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА.....	176
Семенюк І.Ю. Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ МЕТОДИ ТА ПРИНЦИПИ ЗДІЙСНЕННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ПРИ ВИХОДІ НА ЄВРОПЕЙСЬКИЙ РИНОК.....	181
Соколовська В.В., к.е.н., доцент Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ ІННОВАЦІЇ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА.....	189

**ПРОБЛЕМИ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОГО, КОНТРОЛЬНОГО ТА
ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ
ПІДПРИЄМСТВА**

Бондар Т.Л., к.е.н. Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ ОРГАНІЗАЦІЯ ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ ВИТРАТ НА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ.....	197
Гладій І.О., к.е.н., доцент Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ВИТРАТ НА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА.....	203
Даценко Г.В., к.е.н., доцент Чолій Л.О. Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД СПРАВЛЯННЯ ПОДАТКУ НА ПРИБУТОК ТА КОНТРОЛЬ РОЗРАХУНКІВ.....	211
Дзюба О.М., к.е.н., доцент Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ ВИТРАТ НА УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА.....	224
Ковальчук С.П., к.е.н. Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ МЕТОДИКА АНАЛІЗУ ФІНАНСОВИХ ПОКАЗНИКІВ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	230
Копчикова І.В., к.е.н. Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ РОЛЬ ТОРГОВЕЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ В СИСТЕМІ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА.....	237

Коцеруба Н.В., к.е.н., доцент Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ ФІНАНСОВА СТІЙКІСТЬ ТА ПЛАТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА.....	243
Крупельницька І.Г., к.е.н., доцент Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ДЕРЖАВНОГО ФІНАНСОВОГО КОНТРОЛЮ В УКРАЇНІ.....	253
Кудирко О.М., к.е.н., доцент Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ МЕТОДИКА АУДИТУ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА.....	260
Лобачева І.Ф., к.пед.н., доцент Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ СТАТИСТИЧНИЙ АНАЛІЗ РІВНЯ ЖИТТЯ НАСЕЛЕННЯ.....	266
Майстер Л.А., к.е.н. Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ВИТРАТ НА ЯКІСТЬ ПОСЛУГ З ПЕРЕВЕЗЕНЬ АВТОТРАНСПОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВ	279
Овсюк Н.В., д.е.н. Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ ВИПЛАТИ ПРАЦІВНИКАМ ЯК ІНСТРУМЕНТИ МАТЕРІАЛЬНОГО СТИМУЛЮВАННЯ.....	287
Патраманська Л.Ю. Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ ОСОБЛИВОСТІ АУДИТ ФІНАНСОВИХ АКТИВІВ ПІДПРИЄМСТВА.....	297
Покиньчерета В.В., к.е.н. Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ ТРУДОВІ РЕСУРСИ ПІДПРИЄМСТВА: ГЕНЕЗИС ПІДХОДІВ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ.....	311
Сегеда С.А., к.е.н., доцент Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ АГРАРНО-ПРОМИСЛОВЕ ВИРОБНИЦТВО УКРАЇНИ ТА ПРОБЛЕМИ ЙОГО РОЗВИТКУ	321

ФІНАНСОВИЙ МЕХАНІЗМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Демченко О.П., к.е.н. Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ ФІНАНСОВО-ОРГАНІЗАЦІЙНІ АСПЕКТИ УТВОРЕННЯ ОФІСІВ ТРАНСФЕРУ ЗНАНЬ У ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ УКРАЇНИ.....	333
Замкова Н.Л., д.філос.н., професор Гнидюк І.В., к.е.н., доцент Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ ФІНАНСУВАННЯ СЕРЕДНЬОЇ ОСВІТИ, ЯК СОЦІАЛЬНОЇ ПОСЛУГИ, В УМОВАХ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ ВЛАДИ.....	344

Маршук Л.М. Абдуллаєва А.Є. Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ МЕХАНІЗМ ФОРМУВАННЯ РЕСУРСНОЇ БАЗИ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ УКРАЇНИ	350
Мироненко М.Ю., д.н.держ. упр., доцент Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ ФОРМУВАННЯ ЗАХОДІВ ПОПЕРЕДЖЕННЯ ТА ПОДОЛАННЯ СИСТЕМНОЇ БАНКІВСЬКОЇ КРИЗИ.....	363
Романовська Ю.А., к.е.н., доцент Нікітішин А.О., к.е.н., доцент Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ФІНАНСОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ.....	375
Смагло О.В., к.е.н. Полішук О.А., к.е.н., доцент Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ ФІНАНСОВИЙ МОНІТОРИНГ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ.....	383

ІННОВАЦІЙНІ МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В НАУЦІ, ОСВІТІ, ЕКОНОМІЦІ

Бондар М.В., к.пед.н., доцент Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ МОДЕЛЬ ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ РЕГІОНАЛЬНИМ СОЦІАЛЬНИМ РОЗВИТКОМ.....	395
Василишина О.В. Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ КОМПОНЕНТИ ТА ФОРМУВАННЯ ЦІННІСНИХ ОРІЄНТАЦІЙ У ЗДОБУВАЧІВ ЕКОНОМІЧНОГО ПРОФІЛЮ	401
Гулівата І.О., к.пед.н., доцент Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ АВТОМАТИЗАЦІЯ РОЗРАХУНКІВ ПІД ЧАС РОЗВ'ЯЗУВАННЯ МАТЕМАТИЧНИХ ЗАДАЧ ЕКОНОМІЧНОГО ЗМІСТУ ЗАСОБАМИ MS EXCEL.....	408
Гусак Л.П., к.пед.н., доцент Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ ОСОБЛИВОСТІ ВИКЛАДАННЯ ВИЩОЇ ТА ПРИКЛАДНОЇ МАТЕМАТИКИ В УМОВАХ ДУАЛЬНОЇ ОСВІТИ В ПРОЦЕСІ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНІХ ЕКОНОМІСТІВ.....	416
Добровольська Н.В., к.пед.н. Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ МЕТОДИ МОДЕЛЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ БУДІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	422

Копняк К.В. Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ СЕРТИФІКАЦІЯ ФАХІВЦІВ ЯК СКЛАДОВА ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ СТУДЕНТІВ ІТ-СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ.....	428
Кузьміна О.М., к.т.н., доцент Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ ВПРОВАДЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ УПРАВЛІННЯ ПРОЕКТАМИ У БУДІВЕЛЬНІ КОМПАНІЇ.....	440
Ліщинська Л.Б., д.т.н., професор Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ У СТРУКТУРІ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ.....	446
Мерінова С.В., к.е.н., доцент Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРАКТИВНИХ МЕТОДІВ НАВЧАННЯ В ПРОЦЕСІ ВИКЛАДАННЯ ДИСЦИПЛІНИ «ЕКОНОМІКА І ОРГАНІЗАЦІЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО БІЗНЕСУ».....	454
Ніколіна І.І., к.н.держ.упр. Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ ЖИТТЄВИЙ ЦИКЛ РОЗВИТКУ ПІДРИЄМСТВА В КОНТЕКСТІ ЕВОЛЮЦІЙНОЇ ТЕОРІЇ УПРАВЛІННЯ.....	461
Половенко Л.П., к.пед.н., доцент Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ ВИЗНАЧЕННЯ КОШТОРИСНОЇ ВАРТОСТІ БУДІВЕЛЬНИХ ПРОЕКТІВ ІЗ ЗАСТОСУВАННЯМ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ.....	472
Яремко С.А., к.т.н., доцент Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ АСПЕКТИ ВПРОВАДЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ В БУДІВЕЛЬНІЙ СФЕРІ.....	480

ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ У СТРУКТУРІ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Розглядаються основні форми електронної комерції, надається їх характеристика, визначається місце електронної комерції у структурі цифрової економіки.

Ключові слова: *цифрова економіка, електронний бізнес, електронна комерція, електронна торгівля, інтернет-торгівля.*

Постановка проблеми. Форми, засоби і методи ведення бізнесу в глобальних мережах за три останніх десятиліття сформували вагомую частину економіки – цифрову, що об'єднала собі такі складові як електронний бізнес, електронна комерція та Інтернет-торгівля [1].

Електронна комерція – це сфера цифрової економіки, яка включає в себе всі фінансові і торговельні трансакції, які здійснюються за допомогою комп'ютерних мереж, і бізнес-процеси, пов'язані з проведенням таких трансакцій [2].

У наш час швидкого розвитку інформаційних технологій та розповсюдженню мережі Інтернет, питання електронної комерції стає дедалі актуальнішим, в сучасних умовах її популярність стрімко зростає. Важливим питанням в формуванні теоретичних основ цього поняття стають форми електронної комерції та її місце в системі цифрової економіки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням цього питання займаються вітчизняні і зарубіжні вчені, зокрема Ю. Лисенко, В. Андрієнко, Н. Іванов, В. Царев, А. Кантарович, М. Макарова, Р. Монклер, С. Кехал та інші. Але стрімкий розвиток у цій галузі потребує уточнення основних понять і термінів.

Виклад основного матеріалу. Електронна комерція – важлива складова сучасного бізнесу, яка в широкому розумінні означає проведення торговельних операцій в мережі Інтернет.

До свого складу електронна комерція включає:

- електронний обмін інформацією (Electronics Data Interchange, EDI);
- електронний рух капіталу (Electronic Funds Transfer, EFS);
- електронну торгівлю (E-Trade);
- електронні гроші (E-Cash);
- електронний маркетинг (E-Marketing);
- електронний банкінг (E-Banking);
- електронні страхові послуги (E-Insurance).
- тощо.

Основними перевагами використання електронної комерції є:

- оперативність отримання інформації;
- зниження невиробничих витрат (торгівельних, на рекламу тощо);
- скорочення циклу виробництва і продажу за відсутності потреб у повторному підтвердженні інформації та зменшені помилок при введенні даних;
- зниження затрат на обмін інформацією за рахунок здешевлення засобів телекомунікації;
- спрощення системи контролю відділів закупівель і продажів;
- відкритість компаній до споживачів.

Електронну комерцію класифікують за об'єктами і суб'єктами, за місцем системи на підприємстві, за ступенем новизни діяльності або за послугами, що надаються системою.

Виділяють 4 основні групи суб'єктів електронної комерції:

- споживачі (C-consumer), або фізичні особи;
- бізнесові організації (B-business);
- державні органи (G-government, інколи A-administration);
- фінансові установи.

Суб'єкти електронної комерції під час взаємозв'язку між собою утворюють відповідні моделі, а саме:

- B2C (бізнес – клієнту);
- B2G (бізнес – державі);

- G2B (держава – бізнесу);
- C2C (клієнт – клієнту);
- B2B (бізнес – бізнесу).

Бізнес для клієнта (B2C) – неформальний термін, що означає процес взаємодії компанії (юридичної особи, Business) з кінцевим споживачем – фізичною особою (Consumer), що має на меті продаж товарів, надання послуг або інформації.

Бізнес для держави (B2G) – взаємодія бізнесу і органів державної політики, що включає ділову взаємодію комерційної структури з державною організацією, починаючи від місцевої влади і закінчуючи міжнародною організацією.

Держава для бізнесу (G2B) – надання державних послуг для господарюючих суб'єктів (проекти проведення державних закупівель, видача ліцензій і дозволів).

Клієнт для клієнта (C2C) – взаємодія користувачів для обміну комерційною інформацією, досвідом, аукціонною торгівлею між фізичними особами тощо.

Однією із найпоширеніших моделей, що знайшла своє місце у всіх сферах економіки, є бізнес для бізнесу (B2B).

B2B (business-to-business, бізнес – бізнесу) – електронна модель ведення бізнесу, що означає обмін товарами, послугами або інформацією (чи їхній продаж) між компаніями і не включає в цей процес кінцевого фізичного споживача товару чи послуги [3].

Перш за все, модель B2B орієнтована на промисловість та оптову торгівлю і є одним із пріоритетних напрямів серед сучасних товаровиробників різних сфер. За останні роки темпи розвитку моделі B2B значно зростають, а ніж у інших моделей. Це відбувається завдяки збільшенню не лише потенціалу чи обсягів ринку, а й завдяки зацікавленні все більшої кількості великих бізнес-партнерів та фінансових структур.

Основними перевагами моделі електронної комерції B2B є:

- максимальна оптимізація бізнес-процесів взаємодіючих підприємств через ефективний механізм створення вагової додаткової вартості;
- прискорення бізнес-процесів;
- створення прозорої інформаційної структури компанії, що сприяє становленню позитивного іміджу та підвищенню довіри до неї;
- багатоланкова інформатизація бізнес-процесів;
- «прозорість» компанії для державних регулюючих органів;
- значне зниження витрат виходу на ринок для нових компаній;
- збільшення охоплення ринку вже існуючими компаніями;
- створення умов нормальної конкуренції;
- зниження числа посередників у ланцюжку поставок;
- високий рівень безпеки мереж.

До недоліків моделі B2B можна віднести високу ціну інтеграції до закритих бізнес-мереж, що ускладнює доступ до них малих та середніх фірм, які часто є основними постачальниками для великих підприємств. Але даний недолік суттєвий лише при використанні глобальних торговельних майданчиків [4].

Для B2B виділяють наступні бізнес-моделі:

- електронні постачальники (E-Procurement) – обслуговування підприємств з високою оперативністю оформлення та реалізації замовлень;
- електронні платформи співробітництва (Collaboration Platforms) – обслуговування середнього та малого бізнесу в якості посередника у наданні комплексу послуг B2B;
- інформаційні брокери (E-Brokers) – послуги у забезпеченні достовірною бізнес інформацією;
- аналогічні до моделі B2C – E-mail, електронні дилери, E-Payment systems.

До складу моделі B2B входять безліч систем, що призначені підвищувати ефективність взаємодії між компаніями на ринку.

Системи B2B – це апаратно-програмні комплекси, що дозволяють підтримувати бізнес-відносини між підприємствами, перш за все, в області збуту і матеріально-технічного обслуговування.

До систем B2B належать:

- інформаційний сайт (сайт-візитівка): містить інформацію про галузь, компанії, що входять до неї, стан ринку, галузеві стандарти;
- корпоративний портал компанії: призначений для спілкування з партнерами і контрагентами, містить інформацію про компанію, персонал, керівництво, продукцію, опис послуг;
- корпоративні сервіси служб закупівель і постачання: шукають постачальників, одержують комерційні пропозиції, здійснюють електронні платежі;
- інтернет-магазин: призначений для збуту продукції, може бути вбудований в корпоративний портал;
- брокерські сайти: посередники між покупцями і продавцями;
- електронні торгові майданчики (ETM): призначені для організації інтернет-діяльності фахівців, служби збуту і постачання [5].

З метою обізнаності широкого кола учасників ринку щодо комерційних пропозицій надзвичайно важливою для підприємств є розробка власних інформаційних сайтів чи корпоративних порталів. Основні інструменти створення інформаційних та корпоративних сайтів вже давно вивчені і успішно використовуються. Їх асортимент широкий і здатний задовольнити більшість потреб ринку.

Варто зазначити, що найбільш розповсюдженою формою електронної комерції на сьогодні є інтернет-магазини та електронні торгові майданчики. Вони стають все більш популярними в Україні [6, 7].

Електронний торговий майданчик – це віртуальне середовище, в якому відбуваються операції між продавцем і покупцем та здійснюється проведення фінансово-торгівельних операцій в режимі реального часу.

Створення та ефективне використання електронних торгових майданчиків відкриває принципово нові можливості для використання Інтернет-технологій в бізнесі та дозволяє:

- формувати імідж компанії;
- забезпечити клієнтів інформацією про компанію, товари та послуги;
- дослідити портрет ідеального клієнта;
- організувати безперебійний процес продажу товарів та послуг;
- налагодити відносини «клієнт-продавець»;
- здійснювати електронні розрахунки;
- контролювати служби збуту та постачання [8].

Електронні торгові майданчики можна розділити на дві великі групи: вертикальні і горизонтальні. Перші функціонують в певних галузях, інші - спеціалізуються на окремих функціях або потребах бізнесу різних галузей.

За ознакою створення і відповідності, торговельні майданчики можна розділити на три наступних категорії:

- майданчики, що створюються покупцями, коли одна або декілька великих компаній створюють свої електронні торгові майданчики для залучення безлічі компаній-постачальників.

- майданчики, що створюються продавцями, коли поряд з великими покупцями великі продавці також грають активну роль у формуванні торговельних майданчиків.

- майданчики, що створюються третьою стороною. Цей тип торговельних майданчиків покликаний звести покупців і продавців один з одним. Зазвичай вони створюються тими, хто добре орієнтується в даному секторі бізнесу і процесах, що відбуваються в ньому.

Основні організаційні моделі торговельних майданчиків можна розділити на три групи сайтів:

- сайти-каталоги об'єднують окремі каталоги безлічі постачальників і пропонують їх для ознайомлення цільовим групам покупців.

- сайти-аукціони пропонують продавцям місце, де можна розпродавати

товарні запаси. В Україні аукціони з продажу сільськогосподарської продукції проводяться здебільшого на сайтах великих товарних бірж.

- сайти-біржі – це анонімні торгівельні майданчики, що дозволяють виробникам здійснювати купівлю-продаж товарів на ринку негайного постачання і платежу. Ціна на біржі регулюється попитом і пропозицією, внаслідок чого схильна до сильних змін. Джерелами доходу для бірж головним чином служать комісії за трансакції і членські внески учасників [9-12].

Більшість компаній вже ознайомились із можливостями, перевагами та недоліками такого інструменту ведення електронної комерції, як електронні торгові майданчики, але вони, найчастіше, недооцінюють труднощів їх впровадження. Творці майданчиків повинні чітко розуміти, які потреби своїх потенційних клієнтів вони зможуть задовольнити, які переваги в порівнянні з традиційними методами торгівлі вони можуть надати користувачам, наскільки самі користувачі готові адаптуватися до нових технологій ведення бізнесу.

Серед недоліків роботи з електронними майданчиками виділяють необхідність їх постійних доробок і налаштувань під потреби клієнта, оскільки всі майданчики все ще активно розвиваються.

Ще одним недоліком, вважається те, що контрагенти не завжди готові або зацікавлені брати участь у проведенні продажів чи закупівель через електронні торгові майданчики.

Отже, переходячи на власний електронний майданчик, потрібно бути готовим до того, що потрібен час, знадобиться кілька місяців на її тонке налаштування під внутрішні бізнес-процеси підприємства, а також навчання персоналу. Проте, розвиток електронних торгових майданчиків потребує від власників бізнесу перегляду підходів до покупця, конкуренції та ціноутворення.

Висновки. Отже, розглянуто місце електронної комерції у структурі цифрової економіки, її основні типи та надана їм характеристика; простежено вплив мережі Інтернет на збут товарів і послуг, визначено роль Інтернет-технологій у бізнесі та основні причини їх об'єднання; розглянуто інструменти впровадження однієї із основних форм електронної комерції B2B; розглянуто

потужний інструмент управління бізнесом в сфері електронної комерції – електронний торговий майданчик, визначено і обгрунтовано, яка технологія створення електронного торгового майданчика є найкращою.

Список використаних джерел:

1. Веретюк С. М. Визначення пріоритетних напрямків розвитку цифрової економіки в Україні [Електронний ресурс] / С. М. Веретюк, В. В. Пілінський // Наукові записки Українського науково-дослідного інституту зв'язку – 2016. – № 2. – С. 51-58. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzundiz_2016_2_9.

2. Мельник, О. В. Електронна комерція як складова частина електронного бізнесу [Електрон. ресурс] / О. В. Мельник // Сьома Всеукраїнська наук.-практ. інтернет-конф. «Соціум. Наука. Культура». – Режим доступу: <http://intkonf.org/melnik-ov-elektronna-komertsiya-yak-skladovachastina-elektronного-biznesu>

3. Федішин І. Б. Електронний бізнес та електронна комерція (опорний конспект лекцій для студентів напрямку «Менеджмент» усіх форм навчання) / І. Б. Федішин. – Тернопіль: ТНТУ ім. І. Пулюя, 2016. – 97 с.

4. Іванченко Н. О. Головні аспекти впливу інформаційних технологій на сфери обміну та споживання [Електронний ресурс] / Н. О. Іванченко, М. О. Бусяк // Технології та дизайн. – 2016. – №1. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/td_2016_1_8.

5. Що таке електронний торговельний майданчик (ЕТМ)? [Електронний ресурс] // SmartTender.biz. – 2015. – Режим доступу: <https://smarttender.biz/news-view/?id=6>.

6. Електронні торгові майданчики – мода чи необхідність? [Електронний ресурс] // SmartTender.biz. – 2015. – Режим доступу: <https://smarttender.biz/news-view/?id=4>.

7. Навіщо нам ЕТМ? [Електронний ресурс] // SmartTender.biz. – 2015. – Режим доступу: <https://smarttender.biz/news-view/?id=3>.

8. Кулак Н. В. Формування та принципи функціонування електронних систем торгівлі [Електронний ресурс] / Н. В. Кулак // Державне управління: удосконалення та розвиток. – 2013. – №4. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Duur_2013_4_14.

9. Трофимов В. В. Информационные системы и технологии в экономике и управлении: учебник для бакалавров / В. В. Трофимов. – №4. – М.: Издательство Юрайт. – 2013. – 542 с.

10. Тягунова Н. М. Інтернет-торгівля: сутність та особливості / Н. М. Тягунова, М. Ю. Гудзенко [Електронний ресурс] // Вісник Полтавської державної аграрної академії. – 2013. – №3. – С. 160-162. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VPDAA_2013_3_36.

11. Мельник О. В. Електронна комерція як складова частина електронного бізнесу [Електронний ресурс] / О. В. Мельник // Сьома Всеукраїнська наук.-практ. інтернет-конф. «Соціум. Наука. Культура». – К.: Оргкомітет МНПІК. – 2016. – Режим доступу: <https://goo.gl/stM7R2>.

12. Євтушенко Д. Д. Електронний бізнес, електронна комерція, Інтернет-торгівля: сутність та взаємозв'язок понять [Електронний ресурс] / Д. Д. Євтушенко // Бізнес Інформ. – 2014. – №8. – С. 184-188. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2014_8_33.

УДК 378.147:004.031.42 (045)

Мерінова С.В., к.е.н., доцент

Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ

**ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРАКТИВНИХ МЕТОДІВ НАВЧАННЯ В
ПРОЦЕСІ ВИКЛАДАННЯ ДИСЦИПЛІНИ «ЕКОНОМІКА І
ОРГАНІЗАЦІЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО БІЗНЕСУ»**

Проведено аналіз інтерактивних методів навчання. Визначено критерії інтерактивного навчання. Запропоновано методика використання інтерактивних методів навчання в процесі викладання дисципліни «Економіка і організація інформаційного бізнесу». Досліджено переваги застосування запропонованої методики.

Ключові слова: *інноваційні методи навчання, інтерактивні методи навчання, інформаційно-комунікаційні технології, кейс-технологія, технічні засоби навчання.*

Наукове видання

**СОЦІАЛЬНО-ПОЛІТИЧНІ, ЕКОНОМІЧНІ
ТА ГУМАНІТАРНІ ВИМІРИ
ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ**

**ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ
VI Міжнародної науково-практичної конференції**

17 – 19 вересня 2018 року

Частина I

Редактор: Фатєєва Т. Д.
Комп'ютерна верстка: Тертична Я. М.

Підп. до друку 31.08.2018 р. Формат 60x84/16. Папір офсетний
Друк різнографічний. Ум. друк. арк. 28,37.
Обл.-вид. арк.21,67 Тираж 2. Зам. № 381

Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ
21000, м. Вінниця, вул. Хмельницьке шосе, 25