

3. Методи оцінки результативності персоналу організації URL: https://stud.com.ua/26218/menedzhment/metodi_otsinki_rezultativnosti_personalu_organizatsiyi (дата звернення 02.02.2023)

4. Управління персоналом. Суть і завдання оцінки персоналу URL: <https://library.if.ua/book/45/3135.html#> (дата звернення 04.02.2023)

Annotation: *It was established that motivation is an important tool for the normal work of personnel at the enterprise. Key types of employee incentives are analyzed. Directions for improving the personnel incentive system at enterprises are proposed.*

Keywords: *motivation, personnel, management, war, human capital.*

Науковий керівник:

Бурковська А. І.

PhD з економіки, асистент

кафедри менеджменту та маркетингу

Миколаївський національний аграрний університет

УДК 339.3

ПРОЦЕСИ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ

Дністрян Оксана,

здобувач вищої освіти групи 162 «Біотехнології та біоінженерія»

Миколаївський національний аграрний університет

м. Миколаїв, Україна

Анотація: *розглянуто вплив цифровізації і глобалізації на економічні процеси. Охарактеризовано поняття електронна комерція. Проаналізовано соціально-економічний ефект від впровадження електронної торгівлі.*

Ключові слова: *цифровізація, глобалізація, електронна торгівля, інтернет-технології.*

Сучасні економічні процеси схильні до впливу двох найважливіших процесів сучасності: цифровізації та глобалізації. Появу нових видів, форм продажу та каналів розподілу товарів на ринку стимулюють також процеси інтеграції економіки. Дедалі більшого впливу в усі сфери економіки надає цифровізація, а в останні роки високі темпи зростання демонструє електронна торгівля.

У працях зарубіжних дослідників загальноприйнятим є термін «e-commerce» (скорочено від electronic commerce, дослівний переклад «електронна комерція»), що означає продаж як товарів, так і послуг в режимі онлайн.

Електронна комерція є складовою електронного бізнесу, інструмент взаємодії між продавцем і покупцем, при якому хоча б один із ключових параметрів щодо передачі прав власності на товари та послуги здійснюється електронним способом. Електронна торгівля, в свою чергу, є складовою електронної комерції та обмежується діяльністю щодо здійснення виключно договорів купівлі-продажу. Під електронною торгівлею слід розуміти комерційну діяльність, спрямовану здійснення актів купівлі-продажу товарів із використанням інформаційних систем, зокрема мережі Інтернет та електронних процедур. використанням інформаційних систем, інформаційно-комунікаційної мережі Інтернет та електронних процедур.

В основі поняття «електронна торгівля», що набуло широкого поширення, історично і логічно лежить поняття «позамагазинна» торгівля, тобто, здійснення покупки поза торговельною мережею.

Основним соціально-економічним фактором, що стимулював активний розвиток електронної торгівлі, стала чергова хвиля емансипації жінок, їх масовий вихід на роботу, кардинальна зміна патріархального сімейного укладу, яка вимагала скорочення часу на ведення домашнього господарства та відвідування торгових підприємств. Цьому сприяв розвиток науково-технічного прогресу, а також масштабне поширення Інтернет-технологій. Процеси концентрації капіталу торгівлі призвели до появи та розвитку торгових Інтернет-мереж. Торгові компанії, які працювали у традиційному форматі, стали створювати паралельно Інтернет-магазини, відбулося залучення в обіг дистанційної торгівлі нових товарних груп, взаємна трансформація та взаємопроникнення різних видів електронної торгівлі. Відбулися кардинальні зрушення і у структурі та культурі споживання. Звісно ж, що 2020 рік у розвитку електронної торгівлі став своєрідною «точкою неповернення», коли дистанційний формат торгівлі охопив практично всю споживчу аудиторію. Інтернет-магазини є одним з найпопулярніших онлайн-видів діяльності в усьому світі. З кожним роком в онлайн-торгівлю включається все більше нових груп споживачів.

Споживачі, безперечно, отримують від розвитку електронної торгівлі соціально-економічний ефект, суть якого полягає у новій якості споживання. Економічний ефект насамперед проявляється в економії споживчих витрат. Соціальний ефект - це вивільнення часу споживачів на здійснення купівлі та підвищення якості обслуговування за рахунок зручності пошуку та оплати товарів; відсутність тимчасових та географічних обмежень для здійснення покупки; персоніфікація товарної пропозиції; можливість вибору умов оплати та доставки.

Суб'єкти підприємницької діяльності у сфері електронної торгівлі можуть одержати економічний ефект за рахунок скорочення періоду окупності торговельного бізнесу; невеликий обсяг початкових фінансових інвестицій, розширення асортиментної лінійки шляхом мінімізації товарних запасів, а також скорочення та зміни структури торгового персоналу.

Для національної економіки загалом позитивним ефектом є розвиток роздрібного товарообігу, що супроводжується зростанням надходжень податкових та митних платежів.

Аналіз ринку електронної торгівлі дозволяє зробити такі висновки:

- електронна торгівля є одним з секторів економіки, що динамічно розвиваються, генеруючи нові робочі місця та податкові надходження;
- основними передумовами активного розвитку ринку електронної торгівлі є процеси цифровізації та глобалізації економіки;
- каталізатором розвитку електронної торгівлі стала пандемія Covid19 і пов'язані з нею карантинні обмеження.

Список використаних джерел

1. Андрощук Г. COVID-19: вплив на електронну комерцію. URL: <https://jur-gazeta.com/publications/practice/medichne-pravo-farmaceutika/covid19-vpliv-na-elektronnu-komerciyu.html>
2. Інтернет магазини України: число покупок подвоїться [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.reclamare.com.ua/gruoperevoki-servis-kotoryj-vam-pomohet>
3. Яценко О. М., Грязіна А. С., Шевчик О. О. Електронна комерція як елемент глобальної торговельної системи. Актуальні проблеми економіки. 2019. № 8. С. 4–15.
4. Ecommerce Europe [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.ecommerce-europe.eu/about-ecommerce-europe>

Abstract: The impact of digitization and globalization on economic processes is considered. The concept of electronic commerce is characterized. The socio-economic effect of the introduction of electronic commerce is analyzed.

Key words: digitization, globalization, e-commerce, Internet technologies.

Науковий керівник:

Табацкова Г.В.

канд. екон. наук, доцент,

доцент кафедри економіки підприємств,

Миколаївський національний аграрний університет

УДК 321

МОЛОДІЖНА ПОЛІТИКА ТА ЗАЛУЧЕННЯ МОЛОДІ В ГРОМАДСЬКЕ ЖИТТЯ

Дяченко Анастасія Романівна,

здобувач вищої освіти спеціальності 073 «Менеджмент»

Миколаївський національний аграрний університет

м. Миколаїв, Україна

Анотація: у роботі розглянуто сутність молодіжної політики. Визначено значення участі молоді в діяльності влади та особливості впливу молоді на формування самодостатнього, реального громадянського