

4. ISW: допомога США та партнерів для України є життєво необхідною. «Українська правда». URL: <https://www.pravda.com.ua/news/2024/02/7/7440734/>

5. У 2023 році США надали Україні допомоги приблизно на 24 млрд дол. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/mzs-pidsumky-2023>

6. Санкції проти РФ. URL: <https://mfa.gov.ua/protidiya-agresiyi-ri/sankciyi-proti-ri>

7. Чи можуть вибори в США змінити хід війни в Україні? URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-63416354>

DOI <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-451-1-23>

BUSINESS MODELS IN E-COMMERCE: RESEARCH ON INFORMATION TOOLS OF INTERNATIONAL TRADE

БІЗНЕС-МОДЕЛІ В ЕЛЕКТРОННІЙ КОМЕРЦІЇ: ДОСЛІДЖЕННЯ МІЖНАРОДНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ІНСТРУМЕНТІВ ТОРГІВЛІ

Ruban V. M.

*PhD in Economics,
Associate Professor at the Economics,
Accounting and Finance Department
Separate Structural Subdivision
Institution of Higher Education «Open
International University of Human
Development «Ukraine» Rivne
Institute»
Rivne, Ukraine*

Рубан В. М.

*кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки,
обліку і фінансів
Відокремлений структурний
підрозділ Закладу вищої освіти
«Відкритий міжнародний
університет розвитку людини
«Україна» Рівненський інститут»*

Korobovych L. P.

*PhD in Pedagogical Sciences,
Associate Professor,
Associate Professor at the Department
of Management
Academician Stepan Demyanchuk
International University of Economics
and Humanities*

Коробович Л. П.

*кандидат педагогічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту
Приватний вищий навчальний заклад
«Міжнародний економіко-
гуманітарний університет
імені академіка Степана
Дем'ячука»
м. Рівне, Україна*

В умовах війни України з Росією особливої вагомості набула електронні торгівля в цілому і імпорт із залученням на різних стадіях інтернету зокрема. Це зумовлено багатьма факторами, в тому числі ризиками збереження товарних залишків на території України і виходом багатьох світових трейдерів сектору споживчих товарів з України. Тим не менш попит на споживчі товари з 2022 по 2024 поступово зростає і споживачі потребують товарів, придбати які є наразі можливість тільки з-за кордону.

Таким чином розвиток даного напряму торгівлі зумовив появу нових підприємств задіяних в електронній комерції, компаній, що обслуговують сферу електронної торгівлі та появу нових робочих місць.

Враховуючи циклічність будь-якої економічної системи, можна стверджувати, що електронна комерція в Україні перебуває на стадії росту. Ринок електронної торгівлі є одним з найбільш перспективних, тому пропонується дослідження цього сектору економіки з метою уточнення відносно нових понять і категорій, а також в подальшому для наукового обґрунтування розвитку механізмів електронної торгівлі.

Відповідно до законодавства України електронна торгівля – це господарська діяльність у сфері електронної купівлі-продажу, реалізації товарів дистанційним способом покупцю шляхом вчинення електронних правочинів із використанням інформаційно-комунікаційних систем.

Для багатьох термін електронна комерція (electronic commerce або e-commerce) означає купівлю товарів або послуг за допомогою тієї частини Інтернет, яка називається Світова павутина (World Wide Web, або, скорочено, Web). Проте, як ми визначили в попередніх дослідженнях, поняття «Електронна комерція» набагато ширше і включає значно більше видів діяльностей, ніж просте придбання товарів в онлайн-магазині.

Раніше ми зупинилися на визначенні, що під е-комерцією слід розуміти всі форми торгівлі товарами/послугами завдяки використанню електронних засобів, в т.ч. й Інтернету.

Бізнес знаходиться безпосередньо в самому серці електронної комерції, однак бізнес-моделі e-commerce різняться залежно від суб'єктів взаємодії. Розглянемо існуючі моделі відносин між учасниками процесу електронної комерції та їх основні характеристики [1].

Для початку проведемо уточнення поняття «бізнес-модель». Бізнес-модель – це короткий наочний опис бізнесу і того як створюється і розподіляється товар або послуга. Це опис того, як компанія буде заробляти гроші. Бізнес-модель показує, що потрібно робити для розвитку бізнесу, ресурси, які для цього необхідні, та як поєднати це в єдиний механізм. Однією з найпопулярніших систем для опису бізнес-моделей є Business Model Canvas. Це спосіб візуалізації, який допомагає наочно її побачити, зрозуміти і не забути.

Щоб максимально охопити опис діяльності пропонується описати наступні елементи бізнес-моделі:

- ключові партнери;
- ключові дії;
- ключові ресурси;
- ціннісна пропозиція;
- відносини з клієнтами;
- канали;
- сегменти клієнтів;
- структура витрат;
- потоки прибутків [2].

Підсумовуючи зазначимо, що бізнес-модель – це логічне наочне відображення того яким чином компанія функціонує і отримує прибуток, в тому числі, це ілюстрація особливостей взаємодії між різними суб'єктами (бізнесом, приватними особами і державою).

В електронній комерції, як і в традиційній, різні бізнес-моделі являють собою аббревіатури, які складаються з комбінації наступних літер:

- B – Business (бізнес, тобто комерційна організація).
- C – Consumer (споживач).
- G – Government (державна).

Поєднання цих аббревіатур відображає суб'єктів взаємодії процесу електронної комерції, де перша літера аббревіатури позначає того, хто надає послуги або здійснює продаж, а друга – того, хто ними користується або купує. Розглянемо основні види бізнес-моделей електронної комерції, які можна класифікувати за суб'єктом, що продає.

Серед бізнес-моделей, де продавцем є комерційна організація, можна виокремити наступні.

B2B – Business to Business (бізнес для бізнесу). У цьому разі йдеться про комерційну діяльність, яка відбувається між двома компаніями.

Модель “бізнес для бізнесу” (business-to-business, B2B) це обмін товарами/послугами або інформацією (чи їх продаж) між компаніями і не включає в цей процес кінцевого фізичного споживача товару/послуги.

B2C – Business to Consumer (бізнес для споживача). Така модель передбачає продаж товарів або послуг кінцевому споживачу – покупцеві, яким, власне кажучи, може опинитися кожен. Сьогодні B2C – найбільший ринок е-комерції.

B2G – Business to Government (бізнес для держави). Комерційна діяльність підприємства спрямована на задоволення потреб державних установ.

Бізнес – модель електронної комерції де товар або послуги надає споживач – це C2C – Consumer to Consumer (споживач для споживача). У такому разі відображені процеси продажу або надання послуг між приватними особами.

Модель “споживач для споживача” (consumer-to-consumer, C2C) – взаємодія користувачів для обміну комерційною інформацією, досвідом, аукціонною торгівлею між фізичними особами.

C2G – Consumer to Government (споживач для держави). Ця модель ілюструє відносини між приватною особою і державою. Як приклад можна навести сплату податків.

C2B – Consumer to Business (споживач для бізнесу). Ця модель передбачає комерційні відносини між приватною особою і підприємством, тобто споживач надає послуги бізнесу.

G2C – *Government to Consumer* (державна для споживача). Така модель бізнесу відображає послуги, які держава надає своїм громадянам. G2C– сектор взаємодії між державними організаціями і фізичними особами;

G2G – *Government to Government* (державна установа для державної установи). Тут відображено послуги, які надають у межах держустанов однієї країни. Вони мають обмежений доступ, тому недоступні для більшості жителів держави [1].

Отже, досліджено і уточнено бізнес-моделі електронної комерції, а також описано підхід до формалізації бізнес-моделі підприємства. Дані дослідження дають підґрунтя для подальшої роботи в цьому напрямку та потребують більш ширшого опису для створення нових перспективних механізмів і інструментів електронної комерції. На думку автора цей ринок суттєво вплине на розвиток нашої економіки та допоможе вийти з кризи зумовленої війною.

Література:

1. Сак Тетяна Василівна Електронна комерція та глобальне підприємництво [Електронне видання] : курс лекцій. Луцьк : ВНУ імені Лесі Українки, 2023. 113 с.
2. Остервальдер А., Піньє І. Створюємо бізнес-модель. Новаторські ідеї для всіх і кожного / пер.з англ. Роман Корнута. К. : Наш формат, 2017. 288 с.

DOI <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-451-1-24>

**FINANCIAL ASPECTS OF STATE SUPPORT OF THE EUROPEAN
VECTOR OF UKRAINE'S AGRICULTURAL SECTOR
DEVELOPMENT UNDER WARTIME CONDITIONS**

**ФІНАНСОВІ АСПЕКТИ ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ
ЄВРОПЕЙСЬКОГО ВЕКТОРУ РОЗВИТКУ АГРОСЕКТОРУ
УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ**

Tulush L. D.

*Candidate of Economic Sciences,
Senior Research Fellow,
Head of the Department*

Тулуш Л. Д.

*кандидат економічних наук,
старший науковий співробітник,
завідувач відділу*

Samoshkina O. A.

*Candidate of Economic Sciences,
Senior Research Officer
National Scientific Centre "Institute
of Agrarian Economics"
Kyiv, Ukraine*

Самошкіна О. А.

*кандидатка економічних наук,
старша наукова співробітниця
Національний науковий центр
«Інститут аграрної економіки»
м. Київ, Україна*

Потреби швидкого і дієвого подолання загрозливих викликів повномасштабної військової агресії РФ не лише для нашої країни, а і для всієї європейської спільноти, зумовили прискорення процесів європейської інтеграції України та акцентували увагу на необхідності динамічного реформування більшості сфер суспільних відносин відповідно до стандартів ЄС. Вітчизняний аграрний сектор, який історично виступає фундаментальною складовою національного господарства, завжди мав визначальний вплив на динаміку соціально-