

студентов вузів / М. И. Бухалков. - 3-е изд., испр. и доп. - М.: ИНФРА-М, 2011. - 424 с.

2. Серединська В. М. Аналіз системи нормування праці на підприємстві / В. М. Серединська, О. М. Загородна, І. В. Спільник // Економічний аналіз. – 2015 р. – Том 19. № 2. – С. 136-147.

Люба ТУРЧИН

Тернопільський національний економічний університет, Україна

НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ

В сучасних умовах ведення бізнесу електронна комерція щільно увійшла в діяльність будь-якого підприємства та в життя великої кількості споживачів, яка стрімко зростає. Інструментарій електронної комерції активно застосовують як власники бізнесу, які бажають з її допомогою збільшити обсяг продажу і підвищити лояльність своєї аудиторії, так і споживачі, які завдяки використанню переваг електронної комерції можуть розширити географію своїх покупок, збільшити вибір товарів і придбати потрібний їм продукт за більш привабливими цінами, ніж в традиційному магазині.

Зростання популярності електронної комерції привело до появи значної кількості досліджень, присвячених питанням інтернет-торгівлі, так і різних проблем застосування інструментарію електронної комерції в повсякденній діяльності підприємства. Серед науковців, які вивчали дану проблематику можна відзначити роботи В.А. Афанасьєва [1], В.Н. Бугорського [2, 3], М.І. Возного [4], О.С. Зибіна [7], И.Д. Котлярова [9], М.Л. Калужького [8] та ін. Однак, незважаючи на наявність публікацій, присвячених вивченню інтернет-торгівлі, вся повнота електронної комерції в них не відображається. Це пов'язано з багатоплановістю інтернет-торгівлі, так і зі зміною тенденцій, з швидкими темпами її розвитку тощо.

В сучасних умовах інтернет-магазини активно працюють над тим, щоб зробити процес придбання товару максимально зручним та комфортним для споживачів. Не має жодного сумніву в тому, що ця тенденція буде розвиватися і далі, щоб найбільшою мірою мінімізувати всі незручності, об'єктивно зумовлені специфікою електронної комерції.

Очевидно, що вибудовування довгострокових та лояльних відносин зі споживачем багато в чому залежить від здатності магазину максимально адаптувати свою пропозицію до специфічних запитів кожного клієнта. Важливою перевагою інтернет-магазину є те, що він може збирати інформацію про кожного свого покупця, і за допомогою обробки цієї інформації на основі технологій big data формувати

унікальну пропозицію для кожного споживача.

Проведене дослідження сфери інтернет-торгівлі дозволило нам виділити необхідні заходи, які направлені на розвиток електронної комерції, а саме:

– збільшення обсягу доступної для клієнта інформації про товар на сайті інтернет-магазину. Зокрема, до звичної текстової (опис) і графічної інформації (одне або кілька зображень) ватро використовувати додаткову можливість показу товару в різних ракурсах або у вигляді відеоролику. Крім того, можна запропонувати можливість отримання безкоштовної онлайн-консультації про товар від менеджера з інтернет продажів;

– підвищення якості роботи кур'єрських служб і зростання числа способів доставки;

– розширення географії обслуговування споживачів;

– розвиток та збільшення способів оплати, пропонуваніх споживачеві, а також активний розвиток електронного банкінгу, завдяки якому клієнт може оплатити замовлення не на сайті магазину, а за допомогою того інтернет-банку, в якому він зареєстрований. Можливість оплати безпосередньо кур'єрській доставці або кур'єру.

Завдяки розвитку технологій обробки інформації та зростання обчислювальних потужностей, у інтернет-магазинів з'явилася можливість самостійно збирати інформацію про клієнта шляхом спостереження за його поведінкою. Обробка такої інформації дозволяє побудувати типові клієнтські профілі і формувати для кожного такого профілю цільову пропозицію.

Звісно, перераховані вище заходи не вичерпують усіх існуючих та потенційних напрямків розвитку електронної комерції. Запропонований нами перелік охоплює лише ті тенденції, які, на нашу думку, мають найбільше значення для інтернет-торгівлі і можуть зробити сильний вплив на розвиток як електронної, так і традиційної торгівлі.

Бібліографія

1. Афанасьев В.А. Отличительные признаки электронной торговли // Интернет-маркетинг. – 2012. - № 5. – С. 296-300.

2. Бугорский В.Н. Особенности использования преимуществ электронной коммерции // Интернет-маркетинг. – 2013. - № 4. – С. 242-247.

3. Бугорский В.Н. Проблемы стоимостной оценки интернет-активов // Интернет-маркетинг. – 2014. - № 1. – С. 44-49.

4. Возний М.І. Міжнародна електронна торгівля. Проблеми та перспективи розвитку в Україні [Текст] / М.І.Возний // Збірник наукових

праць Буковинського університету. Економічні науки. — 2014. — Вип. 7. — С. 243–252

5. Галицкий Е. Б., Петухова С. И., Рапопорт С. А. Развитие интернета среди россиян с разными объемами ресурсов // Интернет-маркетинг. – 2012. - № 4. – С. 194-210.

6. Земскова А. В. Детерминанты совершения покупок в сети Интернет // Интернет-маркетинг. – 2013. - № 5. – С. 302-307.

7. Зыбин О.С., Цупсман В. С. Особенности организации торгового бизнеса в сети Интернет // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Экономика и право. – 2012. - № 7. – С. 47-50.

8. Калужский М.Л. Электронная коммерция: маркетинговые сети и инфраструктура рынка. М.: Издательство «Экономика», 2014. – 328 с.

9. Котляров И.Д. Услуга или манипулирование: взаимодействие интернет-магазинов с потребителями // Интернет-маркетинг. – 2013. - № 6. – С. 358-364.

10. Кравчук М.Н. Тренды в электронной коммерции // Интернет-маркетинг. – 2014. - № 4. – С. 240-247.

Василь ФАЙФУРА

Тернопільський національний економічний університет, Україна

ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ВОДНОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ

Скидання забруднених стічних вод, неконтрольована експлуатація земельних і лісових ресурсів на площах водозборів, забудова прируслових територій призвели до надмірних обсягів техногенного навантаження на водні екосистеми і здоров'я людей. Особливо це проявляється на фоні недостатнього фінансування будівництва, ремонту чи реконструкції очисних споруд, неефективного функціонування ще діючих їх потужностей та ігнорування екологічних вимог законодавства України.

Намагання керівників якомога максимізувати дохід часто йде в розріз із необхідністю вкладати кошти в охорону довкілля, а економічна криза нині відсунула багато цікавих починань та проєктів, які планувалося здійснити в галузі раціонального використання, охорони та відтворення водних ресурсів.

Все це породжує неухильну деградацію водно-екологічних станів басейнів рік нашої країни. Головними причинами цього стало неконтрольоване забруднення поверхневого та підземного стоку недостатньо очищеними і неочищеними комунально-побутовими і