

УДК 339.1-051

DOI: <https://doi.org/10.31651/2076-5843-2023-3-4-42-50>

ОПАЛЬКО Вікторія Вікторівна¹

кандидат економічних наук, доцент

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0002-0803-4040>

opalko633@gmail.com

ДРОШЕНКО Вікторія Володимирівна¹

здобувачка другого (магістерського)

рівня вищої освіти

Orcid ID: <https://orcid.org/0009-0001-2584-2779>

derevianko.viktoriiia418@vu.cdu.edu.ua

ДЕНИСЕНКО Вікторія Олександрівна¹

кандидат економічних наук, доцент

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0002-1029-1871>

vikaonline@ukr.net

¹ Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького,
м. Черкаси, Україна

УДОСКОНАЛЕННЯ ТОРГОВЕЛЬНО-ПОСЕРЕДНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ФІРМ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ

У статті систематизовано основні форми торговельно-посередницької діяльності на світових ринках. Розкрито класифікацію суб'єктів торгово-посередницької діяльності, серед яких виділено такі їх категорії: оптовики, роздрібні торговці, франчайзери, торговельні агенти, дистриб'ютори, дропшиппери тощо. Наведено сучасні види торговельного посередництва: е-торгівля, маркетплейси, онлайн-платформи – електронні майданчики, технологічні системи. Розглянуто приклади ефективного посередництва, такі як Amazon, eBay, Alibaba, Export Genius та ін. Здійснено SWOT-аналіз (оцінку сильних і слабких сторін, можливостей та загроз) торговельно-посередницької діяльності на міжнародних ринках. Для удосконалення торговельно-посередницької діяльності запропоновано використання методу фільтрації, передових технологій, таких як штучний інтелект і блокчейн, впровадження онлайн-платформ для торгівлі товарами і послугами, гібридних бізнес-моделей.

Ключові слова: торговельне посередництво, посередники, суб'єкти посередницької діяльності, SWOT-аналіз., світовий ринок.

Постановка проблеми. У сучасному глобалізованому світі загострюється конкуренція, швидкими темпами відбуваються зміни в економіці, зростає роль торговельно-посередницьких фірм, які швидко адаптуються до нових стратегій, реалій і прагнуть досягти розширення конкурентних переваг. Саме недосконалість сучасного світового ринку (перешкоди для входу нових фірм на ринок, традиційність, сталість відносин) обмежують можливості покупців і продавців знаходити один одного, що створює необхідність удосконалення та підвищення ефективності посередницьких структур з метою адаптації фірм до ринкових викликів. Тому торговельне посередництво є ключовою та необхідною складовою сучасної світової економіки. Результати зарубіжних досліджень свідчать, що кількість фірм-посередників в торгівлі постійно зростає завдяки збільшенню попиту споживачів на товари та послуги, оновленню асортименту, а також завдяки розширенню і поглибленню міжнародного поділу праці.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика посередництва та посередницьких операцій на світовому ринку розглядається у багатьох працях зарубіжних і вітчизняних фахівців, зокрема таких, як А. Маршалла, Ф. А. фон Хайєка, П. Самуельсона, Н. Менкью, Е. Роде, С. Фішера, П. Хейне, Д. Еванса, А. Акерман, Б. Чен, З. Лі, В. Рокоча, Б. Одягайло тощо. Проте світовий ринок розвивається швидкими темпами, створює нові виклики й певну іманентність, тому виникає необхідність більш детального вивчення ефективного посередництва та розробки рекомендацій щодо удосконалення торговельно-посередницької діяльності.

Метою статті є систематизація та узагальнення сутності торгово-посередницької діяльності фірм і розробка рекомендацій щодо удосконалення торговельного посередництва в

Україні. Завданнями роботи є визначення сутності торговельно-посередницької діяльності; здійснення корпоративного аналізу ефективних посередницьких практик у сучасних умовах глобального розвитку; розробка пропозицій щодо удосконалення торговельно-посередницької діяльності на світовому ринку.

У роботі використано такі методи дослідження: систематизація та узагальнення (при визначенні сутності торгово-посередницької діяльності), компаративного аналізу (при дослідженні ефективних торговельних посередницьких моделей), свот-аналіз (при встановленні сильних і слабких сторін торговельно-посередницької діяльності), формалізації й ідеалізації (при розробці пропозицій щодо вдосконалення міжнародного торговельного посередництва, включаючи використання передових технологій, таких як штучний інтелект, блокчейн, впровадження онлайн-платформ, застосування систем фільтрації інформації).

Викладення основного матеріалу дослідження. У сучасних умовах світ стає усе більш глобалізованим, і підприємства все частіше шукають можливості для розширення свого бізнесу на міжнародному рівні. Міжнародні торговельно-посередницькі фірми допомагають підприємствам знаходити нових партнерів, ефективно імпортувати товари і послуги, а також вирішувати питання, пов'язані з митними та регуляторними вимогами.

Як свідчать зарубіжні дослідження, кількість фірм-посередників у торгівлі постійно зростає. Це пов'язано зі зростаючим попитом споживачів на товари та послуги, оновленням і розширенням асортименту продукції, поглибленням міжнародного поділу праці, у тому числі й у сфері розподілу. Торговельно-посередницька діяльність відіграє важливу роль у вирішенні завдань ефективного розподілу й обміну товарів та послуг на ринку.

Як зазначають В. Рокоча, Б. Одягайло [1], торговельно-посередницька діяльність – це діяльність, яка в умовах конкурентного середовища спрямована на організацію й управління процесами купівлі-продажу для задоволення попиту споживачів і збільшення капіталізації її суб'єкта. Торговельне посередництво можна розглядати як підприємницьку діяльність юридичних або фізичних осіб щодо забезпечення комерційних операцій або як стадію обороту товарів і послуг. При цьому торговельні посередники здійснюють угоди як від імені і за рахунок замовника, так і від свого імені.

Отже, торговельно-посередницька діяльність визначається як процес обміну товарами чи послугами між виробниками та споживачами через посередницькі структури. Така діяльність включає в себе кілька ключових детермінантів: 1) посередницьку роль, коли торговельні посередники виступають як зв'язуючі ланки між виробниками та споживачами (оптовики, роздрібні торговці, агенти, дистриб'ютори тощо); 2) оптимізацію ланцюга постачання та збуту товарів, яка забезпечує ефективний розподіл, зберігання та просування продукції; 3) зниження ризиків для виробників та споживачів (наприклад, зберігання товарів, адаптація до зміни попиту); 4) економію на ефекті масштабу, враховуючи величезний обсяг товарообігу, який досягається через канали збуту посередницьких структур; 5) зручність для споживачів – надають доступ до різноманітних товарів та послуг, зменшуючи необхідність спілкування з безліччю виробників; 6) прискорення та оптимізацію руху товарів від виробника до споживача, що особливо важливо в умовах швидкої конверсії ринкового середовища; 7) ринкову аналітику й інформативність щодо попиту та тенденцій на ринку.

Торгово-посередницькі фірми, які діють за кордоном, швидко адаптуються до ринку та активно вдосконалюють свою діяльність за рахунок використання нових методів і технологій, що дозволяє оптимізувати їх операції й покращити обслуговування споживачів. У сучасних умовах більшість торговельних посередників мають найдосконаліші засоби зв'язку, провідні операційні системи обліку товарів, що працюють у режимі реального часу, використовують штучний інтелект та автоматизовані системи оформлення рахунків і замовлень.

Діяльність торгово-посередницьких фірм, переважно, пов'язана з комерцією, купівлею та обробкою закупуваних і реалізованих ними товарів, транспортуванням, страхуванням, складуванням товарів, проте ці функції підпорядковані реалізації комерційних операцій.

Тому з цієї точки зору до усіх посередників можна використовувати термін «торговельні посередники». На частку торговельних посередників припадає від половини до двох третин

товарів, які обертаються в міжнародному товарообігу. Торговельні посередники широко використовуються у зовнішній торгівлі США, Великобританії, Нідерландів, Скандинавських країн, Японії. У Швеції, Данії, наприклад, через торговельних посередників здійснюється близько 50% зовнішньоторговельного обороту [2].

Посередників можна розділити на чотири групи [3]:

- посередники, які не мають права підписувати угоди з третіми особами (агенти представники, брокери, маклери);
- посередники, які підписують угоди з третіми особами від свого імені, але за рахунок довірителя (комісіонери, консигнатори);
- посередники, які підписують угоди з третіми особами від імені й за рахунок довірителя (агенти-повірники, торгові агенти);
- посередники, які підписують угоди з третіми особами від свого імені та за свій рахунок (купці, дистриб'ютори, дилери).

Торгово-посередницька діяльність включає різноманітних суб'єктів, які виконують певні ролі в ланцюгу постачання та збуту товарів і послуг. Термін «суб'єкт» в контексті посередницької діяльності може мати різні тлумачення. У загальному розумінні, суб'єктами посередницької діяльності можуть бути індивідуальні агенти, компанії, платформи чи будь-які інші суб'єкти, що вступають у ролі посередників у процесі обміну товарами чи послугами. Узагальнюючи сучасні думки дослідників [3–5], та на підставі сучасних трендів, до основних суб'єктів торгово-посередницької діяльності можна віднести такі категорії.

Оптовики (оптові торговці) – підприємства, які купують товари у великих обсягах від виробників та реалізують їх іншим оптовикам або роздрібним торговцям. Роздрібні торговці (роздрібні мережі) – компанії, які продають товари кінцевим споживачам через магазини, торгові центри, онлайн-платформи та інші канали. Торговельні агенти – індивідуали чи компанії, які діють від імені виробників чи покупців та отримують комісійні за укладення угод. Дистриб'ютори – організації, які купують товари від виробників та розподіляють їх на конкретному ринку або території. Франчайзери – власники бізнесу, які використовують бренд та бізнес-модель іншої компанії (франчайзера) на основі угоди. Брокери, маклери – особи чи компанії, які виступають посередниками між покупцями та продавцями, допомагаючи укласти угоди. Дропшиппери – компанії, які продають товари, не тримаючи їх на складі, а замовляють їх напряму від виробників або оптовиків для доставки споживачеві. Онлайн-платформи – електронні майданчики часто виступають у ролі посередників у сучасному бізнесі. Вони об'єднують продавців і покупців, створюючи віртуальне середовище для здійснення торгівлі товарами чи послугами, такі як Amazon, eBay, Alibaba.

Ці суб'єкти діяльності взаємодіють між собою та іншими суб'єктами ринку, створюючи ланцюг постачання та забезпечуючи рух товарів від виробників до кінцевих користувачів. Через торгових посередників відбувається реалізація на світовому ринку великого обсягу товарних груп машин та устаткування, багатьох видів сировини, основних напівфабрикатів, готових виробів, продуктів харчування, товарів широкого вжитку. На їх частку припадає 80% світового обсягу торгівлі [6]. Сучасна посередницька діяльність приймає різні форми відповідно до конкретного сектору чи індустрії.

Наведемо деякі сучасні види торговельного посередництва:

- електронна торгівля (eCommerce) – онлайн-ринки та платформи такі як Amazon, eBay, Alibaba, Etsy, діють як посередники між продавцями та покупцями в онлайн-середовищі [2];
- консервативне торговельне посередництво – торговельні агенти зі збереженням права на власність товарів, це посередники, які виступають від імені виробників або покупців, але також мають право на власність товарів на певному етапі транзакції;
- маркетплейси – онлайн-платформи, які об'єднують продавців та покупців, наприклад, Alibaba Group чи Upwork для фрілансу;
- соціальні мережі – соціальні платформи, такі як Instagram, Facebook, LinkedIn, Тік-ток дозволяють брендам та виробникам зв'язуватися зі своєю аудиторією через рекламу та співпрацю;

- технологічні системи – виконують роль торговельних посередників, можуть об'єднувати сторони, що беруть участь у торгівлі товарами чи послугами, забезпечують інфраструктуру для проведення бізнес-операцій (електронні ринки, маркетплейси, бізнес-платформи).

Ці типи посередництва розширюються і змінюються відповідно до технологічного прогресу та вимог світового ринку. Посередники володіють такими технологіями, за рахунок яких можуть купувати виробничі товари всередині країни та продавати їх на зовнішніх ринках і, на відміну від виробників, експортувати більше одного товару. Тому торговельні посередники стикаються з додатковими постійними витратами, які пов'язані з великою кількістю товарів, які вони обробляють. Наявність оптових фірм та інших посередників сприяє підвищенню продуктивності сортування та реалізації продукції. Найпродуктивніші фірми експортують самостійно, сплачуючи фіксовані витрати, але низка фірм із середнім рівнем продуктивності експортують через міжнародних посередників. При цьому основна мета використання посередників – підвищення економічної доцільності та ефективності зовнішньоторговельних операцій. Підвищенню постійних витрат на експорт посередники надають велике значення, адже вони повинні розподілити їх на декілька товарів. Таким чином, оптові технології посередників демонструють економію обсягу та потребують оптимізації.

Аналіз сучасної практики міжнародної торгівлі свідчить про те, що до послуг торговельних посередників у міжнародній діяльності звертаються переважно дрібні та середні фірми-постачальники. А великі фірми-постачальники активно використовують посередників при виході на нові експортні ринки, адже посередники часто мають глибокі знання місцевих ринків, культур, правил, забезпечують мінімізацію ризиків, сприяють швидшому входженню на ринок за рахунок власних ресурсів, досвіду, допомагають адаптувати товари та маркетингові стратегії до місцевих споживацьких потреб, що значно підвищує конкурентоспроможність компанії на новому ринку.

Можна навести декілька прикладів ефективного торговельного посередництва, розвиток яких зумовлений різними чинниками, включаючи ринкові умови, конкретний сегмент бізнесу та спосіб використання посередницьких послуг. Фірма Amazon (Amazon.com, Inc.) – американська компанія, є однією з найбільших онлайн-торговельних платформ у світі, яка об'єднує мільйони продавців та покупців [7]. Вона забезпечує легкий доступ до глобального ринку для дрібних та великих підприємств. Тип бізнесу: електронна торгівля (eCommerce). Компанія Alibaba Group – китайська публічна фірма, яка працює у сфері інтернет-комерції, власник веб-порталів Taobao.com, Tmall, Alibaba.com, AliExpress та інших, володіє однією з найбільших у світі інфраструктур для хмарних обчислень, має активи у сфері ЗМІ та індустрії розваг [8]. Основними видами діяльності є спрощення оптової торгівлі між міжнародними продавцями та покупцями, роздрібна онлайн-торгівля. Тип бізнесу: електронна торгівля та маркетплейс.

Export Genius – це компанія з дослідження ринку міжнародної торгівлі, яка надає дані про експортну та імпорتنу торгівлю, відвантаження, використовує дані та аналіз для надання інформації щодо світової торгівлі, виступаючи в ролі торговельного агента для компаній, які шукають дані для прийняття стратегічних рішень [9]. Тип бізнесу: інформаційні послуги, експорт та імпорт. eBay – це електронний ринок або онлайн-аукціон, який функціонує як торговельний посередник. Платформа eBay дозволяє продавцям розміщувати свої товари на платформі, а покупцям шукати та купувати ці товари, працюють опції «Купуй зараз» та «Вигравай зараз» [10]. Тип бізнесу: віртуальне середовище, інтернет-торгівля та аукціонний бізнес.

Louis Dreyfus Company – міжнародна компанія (zareєстрована у Нідерландах) є великим гравцем у галузі торгівлі сільськогосподарською продукцією, спеціалізується у вирощуванні, збиранні та постачанні різноманітних продуктів, таких як соя, кава, цукор та інші [11]. Тип бізнесу: маркетинг, традиційне посередництво.

Ці приклади свідчать про те, як ефективна посередницька діяльність може допомагати вирішувати конкретні проблеми та задовольняти потреби ринку. Говорячи про переваги використання посередників, не можна забувати і про об'єктивні недоліки, які спричиняє залучення торговельно-посередницької ланки до збуту товарів.

Нами здійснено SWOT-аналіз (оцінка сильних і слабких сторін, можливостей та загроз) торговельно-посередницької діяльності на міжнародних ринках, що дозволяє оцінити внутрішні

та зовнішні фактори, які впливають на бізнес. Наводимо загальний огляд SWOT-аналізу для посередницької діяльності (табл. 1), здійснений на основі дослідження зарубіжної практики використання послуг посередницьких компаній та основних тенденцій розвитку посередницької діяльності на світових ринках. SWOT-аналіз є інструментом для стратегічного планування, який допомагає компаніям максимізувати їхні сильні сторони та відповідати на потенційні можливості й управляти слабкими сторонами та мінімізувати загрози.

Таблиця 1 – SWOT-аналіз торговельно-посередницької діяльності на міжнародному ринку

	Сильні сторони	Слабкі сторони
Внутрішнє середовище	<ol style="list-style-type: none"> 1. Глибоке розуміння ринку: компанії можуть мати експертні знання та досвід у роботі на міжнародних ринках. 2. Ефективний логістичний ланцюг: оптимізовані шляхи постачання та збуту можуть забезпечити швидкі та ефективні поставки товарів. 3. Широка мережа контактів: велика база клієнтів, постачальників та партнерів допомагає створювати конкурентні переваги. 4. Високий рівень інновацій: здатність до впровадження новітніх технологій та стратегій підвищує конкурентоспроможність. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Залежність від постачальників: якщо компанія сильно залежить від обмеженої кількості постачальників, це значно зменшує її потенційні можливості. 2. Низька гнучкість: неспроможність швидко реагувати на зміни в ринкових умовах або вимогах клієнтів. 3. Проблеми з інфраструктурою: можливі проблеми з транспортною, інформаційною або комунікаційною інфраструктурою на ринках.
Зовнішнє середовище	Можливості	Загрози
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Розширення географії: можливості виходу на нові міжнародні ринки для розширення клієнтської бази. 2. Впровадження нових продуктів або послуг для задоволення змін у попиті. 3. Стратегічні партнерства: укладання контрактів із місцевими та міжнародними компаніями для спільної роботи на ринку. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Геополітичні ризики: можливість геополітичних конфліктів або непередбачуваних змін в законодавстві на міжнародному рівні. 2. Валютні ризики: зміни в обмінних курсах можуть впливати на прибутковість операцій. 3. Зміни в місцевому чи міжнародному законодавстві можуть впливати на виробництво та збут.

Систематизовано авторами на основі [4-6; 12].

Торговельно-посередницька діяльність у сучасних умовах ведення бізнесу вимагає інноваційних підходів та новітніх методів для успішного функціонування. На основі проведеного аналізу ми розробили декілька рекомендацій для удосконалення торговельно-посередницької діяльності на міжнародному ринку. Ці пропозиції мають за мету стимулювати ініціативи та допомагати компаніям адаптуватися до викликів і вивчати нові можливості посередницької діяльності. Рекомендації можуть варіюватися залежно від конкретної галузі та характеристик бізнесу, але загалом вони вказують на ключові аспекти для успішного функціонування на міжнародному ринку.

По-перше, для посередників при виборі ринку збуту рекомендуємо застосовувати метод фільтрів, тобто використовувати систему фільтрації інформації, яка усуває надлишкову або небажану інформацію з інформаційного потоку за допомогою автоматичних (напівавтоматичних) або комп'ютерних методів і надає її користувачу – людині. Основна їх задача – управління інформаційним перевантаженням та збільшення семантичного співвідношення «сигнал-шум». Основне завдання цього компонента – обробка потоку котирувань, які поступають від постачальників. Сама обробка тісно взаємопов'язана із завданнями, які хоче вирішити посередник та баченням кінцевої глибини ринку на платформі. «Метод фільтрів» може бути розглянутий як стратегічний або аналітичний підхід, який застосовується для відбору або аналізу потенційних можливостей, партнерів, ринків тощо.

По-друге, виходячи з досвіду успішних компаній, ефективним є метод застосування онлайн-платформ для торгівлі товарами та послугами. Він включає в себе створення власних електронних магазинів, участь у маркетплейсах та використання соціальних мереж. Останнім часом набула актуальності така форма посередництва, як дропшипінг – це бізнес-схема, де

покупець залишає замовлення в інтернет-магазині, який передає замовлення виробнику або оптовому постачальнику. Виробник обробляє замовлення та відправляє його покупцю. Інтернет-магазин відшкодовує вартість товару за оптовою ціною та заробляє на націнці, а виробник отримує додатковий ринок збуту. Це дозволяє зменшити витрати на утримання запасів.

По-третє, застосування блокчейн-технологій для покращення систем відстеження товарів, забезпечення безпеки та підвищення довіри між сторонами угод. Блокчейн дозволяє створювати «розумні контракти», що автоматизують фінансові транзакції при виконанні певних умов. Це може спростити процеси оплати та розрахунків. Блокчейн може допомагати в управлінні та обміні даними між різними сторонами. Використання блокчейну може допомагати в моніторингу якості товарів та послуг, а також визначати статус транзакцій та виробничих процесів. Застосування блокчейн-технології у посередницькій діяльності може покращити ефективність, зменшити витрати та збільшити відкритість і довіру в угодах між сторонами.

По-четверте, використання штучного інтелекту (ШІ) у торговельно-посередницькій діяльності може відігравати важливу роль, надаючи численні переваги та покращуючи ефективність бізнес-процесів. ШІ може аналізувати великі обсяги даних для виявлення тенденцій в ринковій динаміці, прогнозування попиту та пропозиції, а також для прийняття управлінських рішень на основі цієї аналітики. ШІ може використовуватися для автоматизації відповідей на запитання клієнтів через чат-боти та інші інтерактивні системи, забезпечуючи ефективне та негайне обслуговування. Використання ШІ дозволить оптимізувати логістичні процеси, включаючи маршрутизацію та використання складського простору, що призводить до зменшення витрат та покращення ефективності. ШІ може створювати «розумні контракти» на основі блокчейн-технології, які автоматизують угоди та розрахунки між сторонами. ШІ може в реальному часі відстежувати зміни в ринкових умовах та надавати важливі дані для прийняття рішень. Отже, використання ШІ дозволяє підвищити продуктивність, знизити витрати та покращити якість обслуговування в торговельно-посередницькій діяльності.

По-п'яте, гібридні моделі бізнесу в межах торговельно-посередницької діяльності означають поєднання різних підходів і каналів для оптимізації ефективності та задоволення потреб ринку. Вони можуть функціонувати таким чином.

1. Поєднання онлайн та офлайн працівників: компанія може мати фізичні магазини (офлайн) та одночасно підтримувати онлайн-платформу. Клієнти можуть замовляти товари онлайн або відвідувати магазини. Наприклад, роздрібна мережа, яка продає товари через свої магазини та в інтернеті.

2. Е-комерція та фізичні посередники: використання електронних торговельних платформ для забезпечення зв'язку між виробниками та споживачами. Наприклад: онлайн-ринок, де посередник організовує продаж товарів від різних виробників.

3. Маркетплейс та прямий збут: компанія може виступати як посередник на маркетплейсі та одночасно продавати власні товари чи послуги напряму. Прикладом може бути компанія, яка продає свої товари через різні маркетплейси на власному веб-сайті.

4. Франчайзинг та онлайн платформи: компанія може надавати франшизи для фізичних магазинів, а також утримувати електронну платформу для онлайн-продажів. Наприклад, мережа ресторанів, яка виступає як франчайзер і продає свої страви онлайн.

5. Синергія між оптовиками та роздрібними продавцями: співпраця для оптимізації ланцюга постачання для розширення локацій. Наприклад, група оптових продавців, яка постачає товари різним роздрібним магазинам.

6. Платформа «екосистема співпраці» в торговельно-посередницькій діяльності визначається як інтегрована і взаємодіюча система, яка об'єднує різноманітних учасників, таких як виробники, посередники, торговці, та споживачі, на одній цифровій платформі. Це створює унікальне середовище, в якому різні сторони можуть взаємодіяти, обмінюватися даними та послугами, що сприяє покращенню усього ланцюга постачання та забезпечує більше значущі та індивідуалізовані характеристики для кожного учасника угоди. Гібридні моделі дозволяють посередникам реагувати на зміни в споживчих уподобаннях та ефективно використовувати різні канали для максимізації свого бізнесу.

Візуальне представлення інновацій для удосконалення торговельно-посередницької діяльності на світовому ринку ми сформуваємо у вигляді таблиці (табл. 2).

Таблиця 2 – Ключові інновації та приклади їх реалізації у торговельно-посередницькій діяльності на світовому ринку

Інновація	Приклад реалізації
Технологічні інтеграції	Використання ШІ для автоматизації процесів
Екосистема управління замовленнями	Цифрова платформа для відстеження та управління замовленнями
Спільнота та співпраця	Онлайн форум для обміну досвідом та ресурсами
Гібридні моделі бізнесу	Комбінація онлайн та офлайн сервісів для максимальної зручності клієнтів
Еко-дружелюбні ініціативи	Застосування екологічно-чистих упаковок і транспорту
Транспарентність та блокчейн	Використання технології блокчейн для забезпечення транспарентності й довіри
Розвиток мультимедійних систем	Створення мережі, яка охоплює різні канали зв'язку
Кастомізація	Процес адаптації та налаштування продукту під окрему аудиторію, об'єднану певними особливостями
Спрощення оплати та фінансових операцій	Удосконалення методів оплати та фінансових технологій
Глобальна аналітика та прогнозування	Використання систем аналітики для швидкого реагування на зміни умов ринку
Підтримка лояльності клієнтів	Розробка програм лояльності та персоналізовані підходи

Джерело: власна розробка авторів.

Ці інновації можуть допомогти удосконалити торговельно-посередницьку діяльність та адаптувати її до вимог сучасного ринку.

Отже, для досягнення успіху в сфері посередницької діяльності компанії повинні активно працювати над такими стратегічними напрямками подальшого розвитку:

- трансформація основних виробничих систем (адаптація і модернізація виробничих процесів для забезпечення ефективності та конкурентоспроможності);

- формування нового гіперперсоналізованого клієнтського досвіду (розробка і впровадження інноваційних підходів до обслуговування клієнтів, спрямованих на задоволення індивідуальних потреб кожного клієнта);

- перегляд архітектури екосистеми та ланцюжків взаємодії (оптимізація взаємодії з постачальниками і клієнтами шляхом адаптації та налаштування продукту під окрему аудиторію, та під спосіб доставки);

- створення нових бізнес-моделей (розробка і впровадження інноваційних бізнес-моделей, спрямованих на створення нових можливостей та забезпечення стійкого зростання);

- формування працівників/посередників майбутнього (розвиток та підготовка кваліфікованого персоналу, здатного працювати в умовах гнучкого бізнес-середовища).

Ці стратегічні напрями дозволяють компаніям адаптуватися до сучасних викликів та забезпечити стійкий розвиток у сфері посередницької діяльності.

Висновки. У ході дослідження ми встановили, що торговельно-посередницькі операції – це сукупність операцій, пов'язаних з купівлею та реалізацією товарів, здійснюваних від імені незалежних посередників на основі спеціальних угод чи індивідуальних замовлень. Головна мета залучення посередників полягає в підвищенні економічності зовнішньоторговельних операцій. Посередники відіграють важливу роль на світовому ринку, на їх частку припадає 80% усіх торговельних потоків. Торговельні посередники можуть бути дистриб'юторами, оптовиками,

агентами тощо. Вони допомагають виробникам реалізувати свої товари, забезпечуючи їхній розподіл та просування продукції на ринку.

На сучасному світовому ринку отримали широке розповсюдження такі форми посередництва, як електронна комерція, маркетплейси, технологічні системи тощо. Рекомендаціями щодо удосконалення діяльності на міжнародному ринку можуть бути використання штучного інтелекту, блокчейн-технологій, онлайн-платформ для торгівлі товарами і послугами, систем фільтрації інформації та гібридних моделей бізнесу.

Список використаних джерел

1. Рокоча В.В., Одягайло Б.М., Терехов В.І., Філатов С.А. Посередницька діяльність на світових товарних ринках. Київ: ВНЗ Університет економіки та права «КРОК», 2020. 150 с.
2. Akerman A. A theory on the role of wholesalers in international trade based on economies of scope. *The Canadian Journal of Economics / Revue canadienne d'Economique*. Published By: Wile. 2018. P. 156-185. URL: <https://www.jstor.org/stable/45172514> (дата звернення: 20.08.23).
3. Рокоча В.В. та ін. Міжнародна торговельна діяльність. Київ: Університет економіки та права «КРОК», 2018. 698 с.
4. Chen B. and Li Z. An Anatomy of Intermediaries in China's Export Market. *China Economic Journal, Taylor & Francis Journals*. 2014. Vol. 7(2). P. 187-213.
5. Трішкіна Н.І. Сутність посередницької діяльності торговельного підприємства та її місце в соціально-економічному розвитку України. *Економіка та управління підприємствами*. 2016. Випуск 10. С. 145-149. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bses_2016_10_32 (дата звернення: 08.08.23).
6. Bernard A. B., Grazi M. and Tomasi C. Intermediaries in international trade: Products and destinations. *Review of Economics and Statistics*. 2015. Vol. 97. Issue 4. P. 916-920.
7. Jopson B. Amazon urges California referendum on online tax. *Financial Times* (12 июля 2011). URL: <https://www.ft.com/content/61828252-ac1d-11e0-b85c-00144feabdc0> (дата звернення: 23.08.2023)
8. Forbes. URL: <https://www.forbes.com/companies/alibaba-group/?sh=378d87b319f5> (дата звернення 12.08.2023)
9. Export Genius. Офіційний сайт. URL : <https://www.crunchbase.com/organization/export-genius> (дата звернення: 13.08.2023)
10. Секрети успіху eBay – від поламаної указки до яхти. Tokar.ua. URL: <https://web.archive.org/web/20170610102004/http://tokar.ua/read/8893> (дата звернення: 25.08.2023).
11. Louis Dreyfus Company. URL: <https://latifundist.com/kompanii/1349-louis-dreyfus-company> (дата звернення: 13.08.2023).
12. Kurpayanidi K.I. Corporate industry analysis of the effectiveness of entrepreneurship subjects in the conditions of innovative activity. *Journal of Economy and Business*. 2020. 2-1. P.164-166. URL: <https://doi.org/10.24411/2411-0450-2020-10111> (дата звернення: 14.08.2023).
13. Білявський Г. О., Бутченко Л. І. Основи екології: теорія та практикум. Київ: Лібра, 2006. 368 с.

References

1. Rokocha, V.V., Odahaylo, B.M., Terekhov, V.I., Filatov, S.A. (2020). Mediation in world commodity markets: a study guide. Kyiv: KROC University of Economics and Law, 150 p. (in Ukr.).
2. Akerman, A. (2018). A theory on the role of wholesalers in international trade based on economies of scope. *The Canadian Journal of Economics / Revue canadienne d'Economique*. Published By: Wile. P. 156-185. URL: <https://www.jstor.org/stable/45172514> (Accessed: 20.08.23).
3. Rokocha V.V. and other (2018). International trade activity: a textbook. Kyiv: "KROK" University of Economics and Law, 698 p. (in Ukr.).
4. Chen, B. and Li, Z. (2014). An Anatomy of Intermediaries in China's Export Market. *China Economic Journal, Taylor & Francis Journals*, 7(2), 187-213.
5. Trishkina N.I. (2016). The essence of the intermediary activity of a trading company and its place in the socio-economic development of Ukraine. *Economics and enterprise management*, 10, 145-149. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bses_2016_10_32 (Accessed: 08.08.23).
6. Bernard, A. B., Grazi, M. and Tomasi, C. (2015). Intermediaries in international trade: Products and destinations. *Review of Economics and Statistics*, 97, 4, 916-920.
7. Jopson, B. (2011). Amazon urges California referendum on online tax. *Financial Times* (12.07.2011). URL: <https://www.ft.com/content/61828252-ac1d-11e0-b85c-00144feabdc0> (Accessed: 23.08.2023).

8. Forbes (2023). URL: <https://www.forbes.com/companies/alibaba-group/?sh=378d87b319f5> (Accessed: 12.08.2023).
9. Export Genius (2023). Офіційний сайт. URL : <https://www.crunchbase.com/organization/export-genius> (Accessed: 13.08.2023).
10. Tokar.ua (2004). URL: <https://web.archive.org/web/20170610102004/http://tokar.ua/read/8893> (Accessed: 25.08.2023).
11. Louis Dreyfus Company (2023). URL: <https://latifundist.com/kompanii/1349-louis-dreyfus-company> (Accessed: 13.08.2023).
12. Kurpayanidi, K.I. (2020). Corporate industry analysis of the effectiveness of entrepreneurship subjects in the conditions of innovative activity. *Journal of Economy and Business*, 2-1. P. 164-166. URL: <https://doi.org/10.24411/2411-0450-2020-10111> (Accessed: 14.08.2023).
13. Bilyavskiy G.O., Butchenko L.I. (2006). Basics of ecology: theory and practice. Kyiv: Libra, 368 p. (in Ukr.).

OPALKO Viktoriia¹
PhD (Economics), Associate Professor

DOROSHENKO Victoriia¹
Master student

DENYSENKO Victoriia¹
PhD (Economics), Associate Professor

¹ Bohdan Khmelnytsky National University of Cherkasy,
Cherkasy, Ukraine

ENHANCEMENT OF TRADING INTERMEDIARY ACTIVITIES OF COMPANIES ON THE INTERNATIONAL MARKET

Introduction. *Intermediation in trade is an integral component of modern international commerce. International experience in the functioning of various large, medium, and small industrial and commercial structures attests to the effectiveness of utilizing intermediaries, who establish connections between producers, exporters, and importers, compared to the direct creation of a distribution network by the producer.*

Purpose. *Systematization and generalization of the essence of trade and brokerage activities of firms and the development of recommendations for the improvement of trade brokerage.*

Results. *This work systematizes the main forms of trade intermediation in global markets. It examines the subjects of trade intermediation, among which categories such as wholesalers, retailers, franchisors, trade agents, distributors, drop shippers, etc., are highlighted. Modern types of trade intermediation are presented: e-commerce, marketplaces, online platforms – electronic trading platforms, technological systems. Examples of effective intermediation, such as Amazon, eBay, Alibaba, Export Genius, and others, are considered. A SWOT analysis (assessment of strengths and weaknesses, opportunities, and threats) of trade intermediation in international markets is conducted.*

Originality. *Key innovations and examples of their implementation in trade and intermediary activity on the world market have been developed.*

Conclusion. *To enhance trade intermediation, the use of the filtration method and advanced technologies such as artificial intelligence and blockchain, as well as the implementation of online platforms for trading goods and services, hybrid business models are proposed.*

Keywords: *trade brokerage, intermediaries, entities of intermediary activity, SWOT analysis, world market.*

Одержано редакцією: 29.08.2023
Прийнято до публікації: 01.11.2023

ПІДПРИЄМНИЦТВО, МЕНЕДЖМЕНТ, МАРКЕТИНГ
ENTREPRENEURSHIP, MANAGEMENT, MARKETING

УДК 330.1

DOI: <https://doi.org/10.31651/2076-5843-2023-3-4-51-59>

ZACHOSOVA Nataliia

DSc (Economics), Professor,

Bohdan Khmelnytsky National University
of Cherkasy, Cherkasy, Ukraine

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0001-8469-3681>

natazachosova@gmail.com

**THE INFLUENCE OF HUMAN CAPITAL AND PERSONNEL POTENTIAL ON THE
STATE OF PERSONNEL AND FINANCIAL AND ECONOMIC SECURITY OF CRITICAL
INFRASTRUCTURE FACILITIES**

The impact of human capital and personnel potential on the state of personnel and financial and economic security of critical infrastructure facilities is as follows. Qualitative characteristics of human capital that form the personnel resource of critical infrastructure enterprises, such as business activity, initiative, professional behaviour and business ethics, discipline, time management, self-development, self-management, lifelong learning, the level of soft skills and hard skills, their application in professional activity, age, economic expectations, level of education, physical training, stress resistance, state of health, level of qualification, experience and competence can have both positive and negative consequences for the state of their personnel security, as well as for the final result for the state of financial and economic security. The main threats to the state of financial and economic security of critical infrastructure objects, which are formed by the behaviour of their personnel, are outlined. Taking into account the experience of various market participants, a number of significant difficulties and shortcomings have been identified, which already affect, or which in the future may affect the state of financial and economic security of critical infrastructure objects, and which are related to the state of their human resource and its quality characteristics. The impact of human capital and personnel potential on the state of personnel and financial and economic security of critical infrastructure facilities is specified.

Keywords: human capital, personnel potential, personnel resource, critical infrastructure, risk, financial and economic security, personnel security.

Introduction. Since the beginning of the full-scale invasion, the attention of state authorities, the world community, foreign partners of Ukraine and international organizations has been focused on the physical preservation of critical infrastructure objects, because their destruction can have catastrophic social and economic consequences, which will be difficult to minimize with the resources available in the war economy. At the same time, the state of financial and economic security of strategically important enterprises also needs to be controlled, because stopping their activities due to economic reasons can cause almost similar consequences on the life of the population and business. It is also worth considering the fact that the economic condition of critical infrastructure facilities and other domestic economic entities was unbalanced as a result of long lockdowns and other negative consequences of the global pandemic. The global pandemic has become a real test for business development in all countries of the world. At the beginning of 2021, UN experts predicted that by 2025 the total amount of losses from the economic crisis caused by the pandemic will reach 22 trillion dollars. In addition to this, since 2022, Ukraine is in a state of war, which leaves no state resources for the support and development of enterprises in other, except military, industries. Under such conditions, the restoration and stabilization of the state of financial and economic security of the business entity becomes the task of its management staff and owners only. And the first resource that traditionally begins to be used in the absence of adequate financial and material support is the personnel potential of enterprises. But the global pandemic, the prolonged economic crisis, and finally the war became factors of significant influence on