

Список використаних інформаційних джерел

1. Electric cars: technical characteristics and environmental impacts [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://enveurope.springeropen.com/articles/10.1186/2190-4715-24-14>. – Назва з екрана.
2. Techno-economic analysis of the adoption of electric vehicles [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://link.springer.com/article/10.1007/s42524-019-0048-x>. – Назва з екрана.
3. Electric vehicles from life cycle and circular economy perspectives TERM 2018: Transport and Environment Reporting Mechanism (TERM) report EEA Report [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.eea.europa.eu/publications/electric-vehicles-from-life-cycle>. – Назва з екрана.
4. Climate Change 2014 Mitigation of Climate Change [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.ipcc.ch/site/assets/uploads/2018/03/WGIIIAR5_SPM_TS_Volume-3.pdf. – Назва з екрана.
5. CO2 Emissions Statistics [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.iea.org/statistics/co2emissions>. – Назва з екрана.
6. Energetic, environmental and economic performance of electric vehicles: Experimental evaluation [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1361920914001783>. – Назва з екрана.
7. Modern Electric Cars Of Tesla Motors Company [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://oaji.net/articles/2017/1004-1484517992.pdf>. – Назва з екрана.
8. About Tesla [Електронний ресурс] // Tesla. – 2018. – Режим доступу: [https://www.tesla.com/aboutTesla Motors | Premium Electric Vehicles](https://www.tesla.com/aboutTesla%20Motors%20Premium%20Electric%20Vehicles) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.teslamotors.com/>. – Назва з екрана.

ОСОБЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ КОМПАНІЇ «AMAZON.COM, INC.» У СЕКТОРІ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ

Д. О. Сінельник, студент 6 курсу спеціальності 292 Міжнародні економічні відносини освітня програма «Міжнародні економічні відносини» за другим (магістерським) рівнем вищої освіти

С. І. Туль, ст. викладач кафедри міжнародної економіки – науковий керівник

Анотація. У статті визначено особливості інноваційної діяльності компанії «Amazon.com, Inc.» у секторі електронної комерції. Проаналізовано асортимент інноваційних товарів і послуг, що пропонуються компанією на світовому ринку. Визначені основні чинники конкурентоспроможності компанії у секторі електронної комерції.

Ключові слова: електронна комерція, інноваційна діяльність, світовий ринок, сервіс, технології, ТНК.

FEATURES OF INNOVATION ACTIVITY OF «AMAZON.COM, INC.» IN THE E-COMMERCE SECTOR

Abstract. The article identifies innovative features of «Amazon.com, Inc.» in the e-commerce sector. The range of innovative products and services offered by the company in the world market is analyzed. The main factors of the company's competitiveness in the e-commerce sector are identified.

Keywords: e-commerce, innovation activity, world market, service, technologies, TNCs.

Постановка проблеми. У наш час інновації є невід'ємним чинником розвитку міжнародного бізнесу. Електронна комерція, будучи інноваційним засобом сучасної міжнародної торгівлі, формує принципово нову організацію відносин між постачальником і споживачем на глобальному рівні, нівелюючи географічні та політичні кордони. Глобальний економічний простір, орієнтований на мобільні пристрої і послуги за запитом, багато в чому зобов'язаний своїм розвитком ідеї, закладеної при заснуванні компанії «Amazon.com, Inc.» – ідеї про те, що цифрова комерція радикально змінить світовий ринок та способи здійснення зовнішньоторговельних операцій.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Дослідженню проблем розвитку електронної комерції присвячені публікації експертів аналітичних та консалтингових агенцій Deloitte, McKinsey&Company, PwC, Statista, eMarketer та ін. Проте питання організації міжнародної електронної комерції провідними ТНК в умовах цифрової трансформації глобальної економіки є досить актуальним і потребує подальшого дослідження.

Метою статті є аналіз інноваційної діяльності компанії «Amazon.com, Inc.» у секторі електронної комерції.

Виклад основного матеріалу дослідження. «Amazon.com, Inc.» – один із перших Інтернет-сервісів, орієнтованих на реалізацію реальних товарів масового попиту та найбільша у світі за обігом компанія, що продає товари та надає послуги через Інтернет. Компанія була створена у липні 1994 р. американським підприємцем Джеффрі Безосом, основною діяльністю якої спочатку був продаж книг через мережу. Обсяги продажів «Amazon.com, Inc.» за 2018 р. [1] склали 232 млрд дол. США.

У наш час компанія продає 34 види товарів – від продуктів харчування і побутової хімії до спортивного інвентаря та іграшок. Крім

того, «Amazon.com, Inc.» має цілий ряд продуктів і послуг, власного виробництва: «AmazonFresh», «Amazon Prime», «Amazon Web Services», «Alexa», «Amazon Drive», «Echo», «Kindle», «Fire Tablets», «Fire TV», «Prime Video», «Kindle Store», «Amazon Music Unlimited», «Amazon Digital Game Store», «Amazon Studios», «AmazonWireless» [2].

Протягом останніх років компанія «Amazon.com, Inc.» значно диверсифікувала власну діяльність, замінюючи застарілі товари та послуги інноваційними. Наприклад, остання версія музичного сервісу «Amazon Music Unlimited» замінила музичний магазин «Amazon MP3», який відкрився дев'ять років тому. Оригінальні телесеріали «Amazon Studios», які отримали премію «Emmy», з'явилися завдяки краудсорсинговій платформі для підтримки сценаристів-початківців, яку «Amazon.com, Inc.» представила ще в 2010 р. За оцінками банківського холдингу «Morgan Stanley», «Amazon.com, Inc.» займає друге місце в списку найбільших магазинів одягу США. Цей напрямок бізнесу компанії виник після розширення «Amazon.com, Inc.» номенклатури реалізованої продукції: садові меблі (2004 р.), товари для дому (2008 р.), електронні прилади (2009 р.). Зараз компанія продає органічну продукцію, яка має короткий термін зберігання (наприклад, органічна кава) [2].

У компанії є 8 закордонних філій, які розташовані в Канаді, Китаї, Німеччині, Японії, Франції, Іспанії, Італії та Великобританії [3]. Сервіси у цих країнах відрізняються один від одного вартістю доставки, асортиментом товарів і мовою інтерфейсу. Найбільшим залишається підрозділ в США, але в останні кілька років філії Німеччини і Великобританії почали набирати популярності не менше, ніж основний підрозділ за рахунок зростання кількості замовлень від клієнтів країн СНД (насамперед, це обумовлено порівняно дешевшою доставкою куплених товарів, ніж з США).

Технології глибоко інтегровані в усі процеси компанії. На сьогоднішній день компанія «Amazon.com, Inc.» перетворилася на ІТ-компанію, метою якої є продаж знань і технологій від хмарних обчислень до планшетних комп'ютерів і роботів зі смарт-спікерами. Технологічне і ринкове лідерство «Amazon.com, Inc.» ґрунтується на розробці інноваційної продукції. Необхідно зазначити, що інновації «Amazon.com, Inc.» в першу чергу використовуються для ефективного функціонування компанії. Лінія планшетів для читання електронних книг «Kindle» допомогли вийти компанії на ринок електронних книг. Пристрої «Amazon Kindle» дозволяють користувачам робити покупки, замовляти, переглядати і читати електронні книги, газети, журнали, блоги та інші цифрові медіа-дані через бездротову мережу. Лінія розумних спікерів «Amazon Echo» і телевізійних пристроїв, що розроблені компанією, закликають споживачів долучатися до програми

«Amazon Prime», щоб отримати максимальну віддачу від цих пристроїв. Новий робот восьмого покоління у логістичних центрах дозволяє «Amazon.com, Inc.» більш швидко і ефективно вантажити замовлення. Крім того компанія обслуговує організацію усіх розмірів, в тому числі сартапи, урядові установи, вищі навчальні заклади, через сегмент «Amazon Web Services (AWS)», який пропонує широкий набір послуг у секторі глобальних обчислень, зберігання інформації, формування бази даних та ін. AWS був створений для власних комерційних потреб компанії, а тепер він став 13-мільярдним бізнесом у доларовому еквіваленті, який не тільки забезпечує роботу таких сервісів, як «Airbnb» і «Netflix», але і зберігає електронні книги. Стратегія «Amazon.com, Inc.», яка націлена на постійний розвиток, дозволяє розширювати бізнес у суміжних сферах, а потім вбудувувати його у франшизи [4].

На відміну від діяльності таких інноваційних ТНК, як «Apple Inc.», «Google Inc.», «Microsoft Corporation», діяльність «Amazon.com, Inc.» не має вузької екосистеми взаємопов'язаних програм і сервісів. Навпаки, керівництво компанії підкреслює, що кожна платформа надає клієнтам найкращий і найшвидший вид обслуговування [5].

У наш час «Amazon.com, Inc.» є безперечним лідером в сфері роздрібно-онлайн-торгівлі – одному з найбільш швидко зростаючих і прибуткових сегментів в споживчому секторі. Високий рівень конкурентоспроможності «Amazon.com, Inc.» в галузі, яка швидко розвивається, сприяє зростанню доходів від реалізації швидкими темпами і гарантує довгострокову прибутковість для акціонерів [20].

Необхідно відзначити, що «Amazon.com, Inc.» є головним конкурентом аукціону «eBay Inc.», як за асортиментом товарів, так і за цінами. Ці компанії є двома найбільшими Інтернет-майданчиками за обігом товарів і капіталу, де клієнти з усього світу здійснюють покупки, а продавці використовують ці ресурси для просування свого товару, збільшення кількості покупців, і, як результат, зростання продажів. Компанії є найбільшими конкурентами, хоча способи реалізації товару через «eBay Inc.» і «Amazon.com, Inc.» і методи їх діяльності досить різні. «eBay Inc.» більше орієнтований на продажі С2С (від споживача до споживача) як за фіксованою ціною, так і за допомогою аукціонної системи торгів [6]. Тоді як «Amazon.com, Inc.» більше працює через систему продажів В2С (від виробника до споживача).

Висновки. Компанія «Amazon.com, Inc.» очолює список найбільш інноваційних ТНК світу. Інноваційна діяльність компанії орієнтована на клієнта. Протягом останніх років компанія «Amazon.com, Inc.» значно диверсифікувала власну діяльність, замінюючи застарілі товари та послуги інноваційними. Необхідно виділити три напрямки, які зараз активно розвиваються компанією «Amazon.com, Inc.»: 1) про-

грама лояльності «Amazon Prime», 2) відкриття фізичних магазинів «Amazon Go» і 3) збільшення кількості центрів з обробки і виконання замовлень, де сучасні роботи працюють разом з людьми у складському приміщенні. Нині «Amazon.com, Inc.» шукає способи збільшити різноманітність товарів, запропонувати їх за досить низькими цінами і поліпшити ключові сервіси, такі як доставка. Для цього компанія вкладає значні інвестиції в технології, зокрема, в роботизовані склади і безпілотну доставку.

Список використаних інформаційних джерел

1. Amazon-Statistics & Facts [Електронний ресурс]: Веб-сайт Statista. – 2018. – Режим доступу: <https://www.statista.com/topics/846/amazon/>. – Назва з екрана.
2. Елкина В. Почему Amazon является самой инновационной компанией 2017 года [Електронний ресурс] / В. Елкина // Rusbase. – 2017. – Режим доступу: <http://rb.ru/story/why-amazon-is-the-worlds-most-innovative-company-of-2017/>. – Назва з екрана.
3. List of Amazon.com locations [Електронний ресурс] // Wikipedia, the free encyclopedia. – 2019. – Режим доступу: https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_Amazon.com_locations. – Назва з екрана.
4. Байназаров Н. Как Amazon захватила мир [Електронний ресурс] / Н. Байназаров // Rusbase. – 2016. – Режим доступу: <http://rb.ru/story/kompaniya-vsego/>. – Назва з екрана.
5. Fox J. Amazon and Google Change the R&D Race [Електронний ресурс] / J. Fox // Bloomberg L.P. – 2016. – Режим доступу: <https://www.bloomberg.com/view/articles/2016-08-09/amazon-and-google-change-the-r-d-race>. – Назва з екрана.
6. Основные отличия eBay и Amazon [Електронний ресурс] // PartnerTrade. – 2016. – Режим доступу: <http://partnertrade.org/raznitsa-ebay-i-amazon/>. – Назва з екрана.

ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ КОМПАНІЇ «SAMSUNG ELECTRONICS CO., LTD» В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

О. Г. Стоянова, студентка 6 курсу спеціальності 292 Міжнародні економічні відносини освітня програма «Міжнародні економічні відносини» за другим (магістерським) рівнем вищої освіти
О. В. Шкурупій, д. е. н., професор – науковий керівник

Анотація. Стаття присвячена дослідженню теоретико-методологічних аспектів конкурентоспроможності транснаціональної корпорації у галузі споживчої електроніки.