

DOI 10.36074/logos-26.11.2021.v1.08

## ОНЛАЙН-БІЗНЕС ЯК СУЧАСНИЙ НАПРЯМ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

**Лозовський Олександр Миколайович**

кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри менеджменту та адміністрування  
*Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ*

**Саприкін Владислав Володимирович**

здобувач вищої освіти факультету економіки, менеджменту та права  
*Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ*

УКРАЇНА

***Анотація.** В статті розглянуто основні засади ведення комерційної діяльності в кіберпросторі. Визначено місце і роль онлайн-бізнесу в діяльності господарюючого суб'єкта та економіці країни загалом. Проаналізовано розвиток мережі Інтернет в Україні за допомогою індексу мережевої готовності. На основі розгляду проблем, що виникають у сфері електронної комерції окреслено плюси і мінуси розвитку бізнесу в всесвітній мережі.*

**Постановка проблеми в загальному вигляді.** В сучасних умовах господарювання, підприємства внутрішньої торгівлі потребують значного оновлення підходів здійснення власної діяльності, і перш за все це стосується ІТ-компонента системи управління. Така необхідність обумовлена потребами сучасного споживача та вимогами конкурентного бізнес-середовища, що диктує нові правила гри у боротьбі за позицію лідера ринку. Звичайно сьогодні ринкові фактори ціни та якості залишаються важливими у формуванні попиту на товар, але не менш важливими виступають лояльність, доступність, зручність та швидкість процесу купівлі, інформативність, довіра, рівень сервісу, післяпродажне обслуговування споживачів і т.і.

Нинішня тенденція розвитку торгівлі в Україні свідчить про суттєве збільшення кількості компаній працюючих на споживчому ринку, інтеграцію активів різних операторів, створення мереж розподільчих центрів. Отже, формування ефективної інфраструктури інформаційних технологій як ключової складової підвищення рівня інновацій та основного чинника подальшого розвитку системи управління торгівлею є актуальною і своєчасною проблемою сьогодення.

Актуальність даного питання полягає у тому, що використання Інтернету у бізнесі набуває стратегічного значення. Сьогодні в умовах пандемії COVID-19 Інтернет може бути не лише додатковим каналом реалізації продукції, але також інструментарієм вирішення окремих маркетингових завдань. Враховуючи систему обмежувальних заходів пов'язаних з карантинном, обмежується свобода пересувань і дій в межах певної зони (території, регіону), таким чином Інтернет стає основним маркетинговим каналом спроможним задовольнити попит будь-якої кількості споживачів.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Розгляд цієї, без всякого сумніву, важливої проблеми започатковано в публікаціях, щодо питань

організації та вибору методів інтернет-торгівлі. Зокрема, в роботі Васильєва Ю.Ю. [1] детально розглядалися основні проблеми та перспективи розвитку інтернет-торгівлі в Україні. Визначення "електронний бізнес" стало популярним після рекламної кампанії IBM про комп'ютеризовані процедури для автоматизації бізнес-процесів 7 жовтня 1997 року [2]. Новітні тренди та перспективи розвитку електронної комерції в міжнародному бізнесі обговорюються в роботі Смолій Л.В. та Костюк В.С. [3].

Передумови формування інформаційно-технологічної інфраструктури торгівельних підприємств висвітлені в роботі Федулової Л.І., у статті розкрито роль інноваційних технологій у системі менеджменту торговельних підприємств [4]. Також, значний внесок у вивчення розвитку галузі Інтернет-торгівлі здійснили такі вчені, як Д. Б. Кучер, С. М. Ілляшенко, Т. Є. Іванова, М. В. Юдін, Р. М. Макарова, Р. М., С. В. Маловичко [5], В. В. Криша, А. Р. Колеснік та ін. Основна увагу вони приділяють дослідженню конкурентних переваг Інтернет-торгівлі та існуючим тенденціям її подальшого розвитку.

**Мета статті** є розкриття важливості розвитку Інтернет-комерції в Україні, висвітленні переваг та можливих труднощів в її організації з урахуванням сучасного стану розвитку ринкових відносин.

**Викладення основного матеріалу.** Процес комерціалізації інформаційного поля та перенесення підприємницької діяльності та деяких бізнес-процесів у кіберпростір поступово стає визначальним проявом «нової економіки» та провідним фактором її формування. В результаті з'явився новий перспективний та динамічний економічний сектор, що отримав назву «електронний бізнес» (е-бізнес, англ.: e-Business, нім.: e-Geschäft).

Електронний бізнес, як нове економічне явище, базується на новому способі взаємодії між виробниками, посередниками, споживачами та нових специфічних методах просування товарів на ринку. Водночас він не заперечує традиційних форм взаємодії економічних суб'єктів господарювання та шляхів руху матеріальних благ, а навпаки доповнює їх, хоча подекуди і виступає в ролі альтернативи.

В основі електронного бізнесу покладено формування відповідної інформаційної мережі, саме середовища в якому відбуваються бізнес-процеси. Крім того, його неможливо започаткувати без відповідної інфраструктурної підтримки [1].

Відповідно до визначення IBM е-бізнес — це процес використання мережевих технологій для спрощення, вдосконалення та збільшення продуктивності виробничих процесів, що дозволяє підприємствам досить легко встановлювати зв'язки з партнерами, дистриб'юторами та клієнтами, об'єднувати бази даних та оперативно організовувати власну діяльність, тобто це перетворення основних бізнес-процесів, підвищення їх ефективності за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій. PWC "PriceWaterhouseCoopers" визначає електронну комерцію як систему, ланцюжок створення вартості, часткових та національних ринків за допомогою концепцій, на основі технологій використання інтернету та пов'язаного з ним процесів [2].

Більшість українських компаній сьогодні вже мають власні веб-сайти, які стали своєрідною вітриною, що представляє компанію та постачальника, і зазвичай виступає ефективною двосторонньою формою спілкування із зацікавленою аудиторією.

По мірі того, як компанії розширюють власну присутність у кіберпросторі, перед ними відкриваються нові можливості заробітку за допомогою

електронного бізнесу. На додаток до представницької функції веб-сайтів, компанії широко використовують різноманітні Інтернет-доповнення з метою підвищення ефективності взаємодії між зацікавленими сторонами. Так, наприклад, широко використовується підключення постачальників і партнерів до баз даних з оперативною інформацією про рівні запасів, управління замовленням в режимі реального часу, обробки платежів, збору статистичних даних іншої маркетингової інформації тощо [3]. Таким чином, можна констатувати той факт, що сьогодні відбуваються глобальні процеси інтеграції між компаніями, формуються єдині бізнес-ланцюги і бізнес-процеси.

З метою підвищення ефективності роботи торгівельних підприємств варто формувати системи торговельних мереж, управління якими здійснювати за допомогою найсучасніших інформаційних технологій. Сьогодні управління комерційними підприємствами передбачає використання автоматизованих систем, які б об'єднували торгівлю, складське господарство та бухгалтерський облік, потік запасів, капітал і функціонували в єдиному інформаційному просторі. Серед найважливіших напрямків цієї роботи варто виділити - оптимізацію оперативного та диспетчерського управління мережевим комплексом; моніторинг технологічних процесів та стану енергосистем; підтримку і контроль за реалізацією торгових потоків; підвищення якості документообігу; оперативне та точне прогнозування динаміки торгівлі тощо [4].

Аналіз розвитку мережі Інтернет в Україні, свідчить про поступове зростання рівня інформаційно-комунікаційних технологій, що і підтверджує індекс мережевої готовності. Всесвітній економічний форум (World Economic Forum) опублікував індекс мережевої готовності 2020 року (Networked Readiness Index 2020), який характеризує рівень розвитку світових інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) та їх вплив на національну конкурентоспроможність. У доповіді «Глобальний звіт про розвиток інформаційних технологій 2020: Усунення «нової цифрової нерівності» – ключ до збалансованого зростання» (The Global Information Technology Report 2020: Addressing New Digital Divide Key for Balanced Growth) надано дані зі 134 країн.

Автори дослідження припускають, що між розвитком ІКТ та економічним процвітаням країни-респондента існує тісний зв'язок. Оскільки ІКТ відіграють провідну роль у розвитку інновацій, вони тим самим сприяють підвищенню продуктивності й конкурентоспроможності господарюючих суб'єктів, диверсифікують економіку, виступають у ролі стимулу економічної діяльності, позитивно впливають на рівень життя людей.

Індекс готовності до мережі вимірює рівень розвитку ІКТ на основі 53 параметрів і складається з трьох основних груп:

- наявності умов розвитку ІКТ;
- готовності громадян, бізнесу та державних установ до використання ІКТ;
- рівня використання ІКТ у суспільному, комерційному й державному секторах.

Так, рейтинг України в Індексі мережевої готовності за 2020 р. посідав 64 місце (4,9) і знаходився між Мексикою – 63 і Білоруссю – 65; у 2015 р. – 71 місце (4) – між Тринідадом і Тобаго (70) і Кувейтом (72); в 2014 р. – 81 місце (3,87) – між Сербією (80) і Еквадором (82). Таким чином, у 2020 р. рейтинг України зріс на 7 позицій порівняно з 2015 р. та на 17 порівняно з 2014 р. (рис. 1). Основною причиною позитивних змін виступило покращення регуляторного середовища. Уряд країни активно працював над створенням сприятливих умов ІТ-технологій [5].

Разом з тим, не варто вважати, що все відбувається ідеально і швидко. За даними іноземних джерел, головною проблемою у сфері електронної комерції, є недостатня безпека даних, які передаються через всесвітню мережу (World Wide Web). Складовими виступає шахрайство та порушення таємниці приватного життя, адже сучасні технології не надають чіткої фіксації того, хто, коли, що і в кого придбав [6].

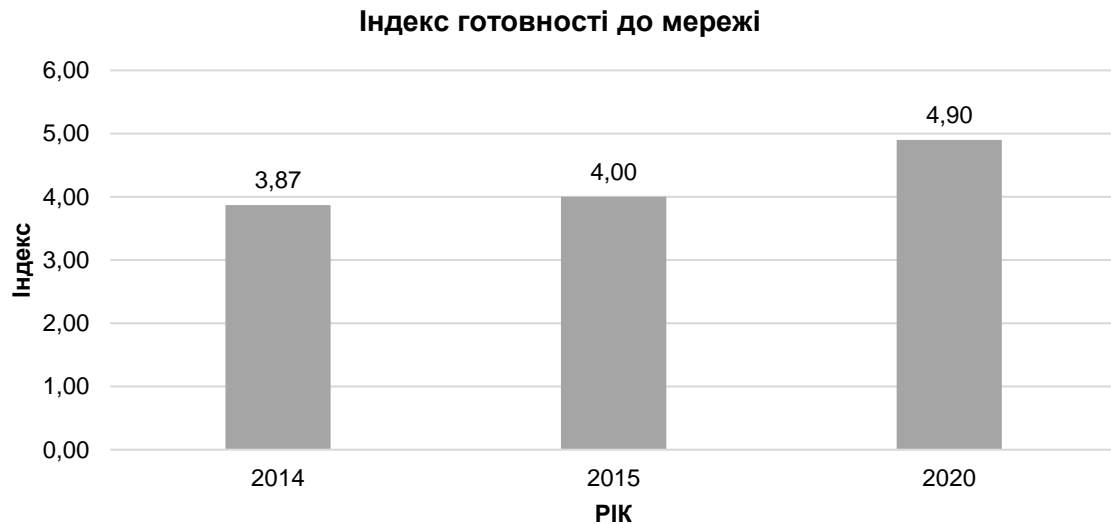


Рис. 1. Динаміка мережевої готовності України за 2014 - 2020 р.р.

Крім того, до проблеми подальшого розвитку електронної комерції варто віднести і невизначеність реального існування контрагента, відсутність знань правил ведення бізнесу в інших країнах, відсутність універсальних стандартів взаємодії та сумісності при роботі у глобальному масштабі в деяких випадках. Багато юридичних та фінансових питань також потребують регламентації, включаючи питання захисту прав інтелектуальної власності та прав споживачів. Також варто навести лад і до вимог оформлення угод, їхньої юрисдикції та належного виконання, захисту інформації, нагляду за криптографією, податків на транзакції та митні збори.

Непередбачувана пандемія COVID-19 та пов'язана з нею загальна система самоізоляції поставили компанії у досить скрутне становище. В критичному стані опинились компанії проекти яких повністю орієнтовані на офлайн. Як доречно висловились одна з найбагатших людей у світі, американський бізнесмен, інвестор, письменник, меценат, засновник Microsoft, співголова Bill & Melinda Gates Foundation, Білл Гейтс влучно прокоментував: «Якщо вашого бізнесу немає в інтернеті – вас немає в бізнесі». Отже, ключовий принцип успішного бізнесу - бути там, де ваші клієнти шукають вас. І тепер це Інтернет.

Виходячи в вищенаведеного, можна визначити (сформулювати) основні причини, чому саме бізнес повинен працювати і розвиватися в Інтернеті:

- по-перше, через масове зростання інформаційного потоку споживач все більше часу проводить в Інтернеті, а ні в торговельно-розважальному центрі (ТРЦ) чи іншій торговельній мережі;
- по-друге, цілодобова доступність Інтернет-послуг надає можливість у будь-який зручний час замовити товар;

- третє, постійна онлайн-присутність психологічно підвищує і зміцнює імідж вашої компанії в очах клієнта, стимулюючи його, тим самим, до купівлі товару;
- четверте, продаж через Інтернет підвищує ефективність застосування маркетингових інструментів впливу на свідомість потенційного клієнта;
- п'яте, у багатьох випадках, продаж через Інтернет підвищує якість обслуговування клієнтів, наприклад, безкоштовна доставка товару до місця призначення клієнта;
- шосте, ліквідуються зайві операції, оптимізуються операційні витрати, зростає прибутковість.

Звідси витікають очевидні плюси розвитку бізнесу в Інтернеті, які можна спостерігати на прикладі роботи Інтернет-магазину:

- власник такого Інтернет-магазину залишається досить вільним в плані пересування і місця проживання, як в середині країни, так і за її межами. Головне, мати ноутбук або планшетний комп'ютер та доступ до Інтернету і ви завжди на роботі;

- для відкриття такого магазину не потрібні значні капіталовкладення, як і на його утримання. Заощаджувати ви також маєте можливість і на обслуговуючому персоналі;

- стосовно фінансових звітів, то і тут є на чому заощадити гроші. Можна знайти бухгалтера-фрілансера, який лише підготує для вас щорічну звітність для подання до фіскальних органів. Існують також і спеціальні інтернет-сервіси;

- з технічної точки зору, сайт інтернет-магазину можна запустити вже через 2-3 дні після того, як ви прийняли рішення про власну справу. Знову ж таки економія;

- і ще одна досить суттєва перевага полягає у виборі напряму торговельної діяльності. Торгувати можна чим завгодно (звичайно в рамках чинного законодавства).

Варто також нагадати і про мінуси які приховує у собі Інтернет-торгівля:

- найпопулярніші ніші інтернет-торгівлі, такі, як магазини одягу, побутової техніки тощо мають дуже високу конкуренцію між продавцями. Відкриття інтернет-магазину в даній матриці – дійсно складний процес і вимагає великих фінансових зусиль та часу;

- Клієнти будуть незадоволені якістю товару, його невідповідністю з картинкою на картці товару, часом доставки, технічними характеристиками і т. д. При купівлі товару в звичайному магазині покупець легко може переконатися, що він купує саме те, що йому підходить. В інтернет-магазині все складніше.

Ведення бізнесу в кіберпросторі та спроби охопити клієнтів через Інтернет стають невід'ємною частиною стратегії українських компаній, а відповідні моделі та методи електронної комерції набором традиційних інструментів бізнес-процесів. В сучасних умовах господарювання конкурентні позиції спроможні зберегти тільки ті підприємства, які постійно використовують новітні технології, знаходяться в еволюційному пошуку нових форм і методів реалізації товарів. За таких умов Інтернет-торгівля виступає найважливішою технологією сучасності та забезпечує високі темпи економічного зростання.

**Висновки.** Отже, онлайн-бізнес виступає основною рушійною силою постіндустріальної економіки, спрямований на вирішення найважливішої задачі по підвищенню конкурентоспроможності організації на ринку, надає можливість господарюючим суб'єктам досить швидко і, що саме головне, без посередників, знаходити комерційних партнерів без зайвих на то зусиль.

### **Список використаних джерел:**

- [1] Васильєв Ю.Ю. (2017). Електронна комерція, як інструмент просування товарів на ринку побутової техніки. *Міжнародний научний журнал «Інтернаука»*, Т. 2, (1), 23-24.
- [2] What is E-business. (2019). Вилучено з <https://www.ionos.co.uk/digitalguide/online-marketing/online-sales/what-is-e-business/>.
- [3] Смолій Л.В. & Костюк В.С. (2021). Новітні тренди та перспективи розвитку електронної комерції в міжнародному бізнесі. *Економіка та суспільство*, (29), 2-3.
- [4] Федулова Л.І. (2015). Передумови формування інформаційно-технологічної інфраструктури торговельних підприємств. *Київський національний торговельно- економічний університет*, (1), 6-8.
- [5] THE NETWORK READINESS INDEX 2020. (2020). Вилучено з <https://networkreadinessindex.org>.
- [6] Тюлюкіна О.В. (2018). Протидія економічним злочинам, що вчиняються в кіберпросторі. *Тернопільський національний економічний університет*, (1), 11-12.