

Л.М. Закревська

К.е.н., доц., Національний університет харчових технологій

Г.С. Пенчук

К.е.н., Національний університет харчових технологій

Перспективи та інструменти розвитку електронного бізнесу в Україні

Стаття присвячена аналізу перспектив розвитку електронного бізнесу в Україні. Визначено, що Інтернет став потужним каналом для реалізації найрізноманітніших товарів і послуг в умовах кризи, яка стала наслідком коронавірусної інфекції. Він довів свою високу ефективність як засобу комунікації з високим потенціалом, побудованого на його основі, глобального електронного ринку. Автором обґрунтовано, що електронний бізнес є незамінним інструментом для ведення бізнесу в умовах обмеження офлайн торгівлі. Визначено, що бізнес в глобальній мережі можна вести різними способами за допомогою: інтернет-аукціонів, інтернет-банкінгів, інтернет-навчання, інтернет-комерції. Обґрунтовано, що електронний бізнес в умовах карантину задовольняє наступні потреби покупців: максимальна самоізоляція, відсутність контактів з людьми і черг в магазинах, відсутність необхідності невигідно витратити свій час. Визначено, що організація роботи інтернет-магазину має проходити в декілька етапів: відкриття інтернет-магазину, розробка сайту, реклама і просування. Обґрунтовано, що власник інтернет-магазину має постійно моніторити рівень оптимізації сайту для пошукових систем. Слід уникати тематичних і технічних помилок, яких припускаються в ході SEO-оптимізації. Запропоновано для початківців, які тільки обирають спеціалізацію інтернет-магазину, ретельно аналізувати ринкову нішу. Визначено, що завдяки розвитку електронного бізнесу можна розширити асортимент товару, зменшити накладні витрати, які виникають при стандартному веденні торговельної діяльності. Для покупців це забезпечить величезний вибір товару в одному місці, можливість придбати у будь-який зручний час. Визначено, що для успішного розвитку бізнесу в інтернет-мережі спочатку необхідно зменшити ціни і обрати нішу «мікромонополії» унікальних торгових пропозицій та новинок на ринку.

Ключові слова: електронний бізнес, електронна комерція, електронна торгівля, Інтернет бізнес, онлайн-продажі, онлайн-торгівля, мережа Інтернет, Інтернет користувачі.

Л.Н. Закревская

К.э.н., доц., Национальный университет пищевых технологий

А.С. Пенчук

К.э.н., Национальный университет пищевых технологий

Перспективы и инструменты развития электронного бизнеса в Украине

Статья посвящена анализу перспектив развития электронного бизнеса в Украине. Определено, что Интернет стал мощным каналом для реализации самых разнообразных товаров и услуг в условиях кризиса, который стал следствием коронавирусной инфекции. Он доказал свою высокую эффективность как средства коммуникации с высоким потенциалом, построенного на его основе, глобального электронного рынка. Автором обосновано, что электронный бизнес является незаменимым инструментом для ведения бизнеса в условиях ограничения оффлайн торговли. Определено, что бизнес в глобальной сети можно вести различными способами с помощью интернет-аукционов, интернет-банкинга, интернет-обучения, интернет-коммерции. Обосновано, что электронный бизнес в условиях карантина удовлетворяет следующие потребности покупателей: максимальная самоизоляция, отсутствие контактов с людьми и очередей в магазинах, отсутствие необходимости невыгодно тратить свое время. Определено, что организация работы интернет-магазина должна проходить в несколько этапов: открытие интернет-магазина, разработка сайта, реклама и продвижение. Обосновано, что владелец интернет-магазина должен постоянно мониторить уровень оптимизации сайта для поисковых систем. Следует избегать тематических и технических ошибок, допускаемых в ходе SEO-оптимизации. Предложено для начинающих, которые только выбирают специализацию интернет-магазина, тщательно анализировать рыночную нишу. Определено, что благодаря развитию электронного бизнеса можно расширить ассортимент товара, уменьшить накладные расходы, возникающие при стандартном ведении торговой деятельности. Для покупателей это обеспечит огромный выбор товара в одном месте, возможность приобрести в любое удобное время. Определено, что для успешного развития бизнеса в сети Интернет сначала необходимо уменьшить цены и выбрать нишу «микромонополии» уникальных торговых предложений и новинок на рынке.

Ключевые слова: электронный бизнес, электронная коммерция, электронная торговля, Интернет бизнес, онлайн-продажи, онлайн-торговля, сеть Интернет, Интернет пользователи.

L. Zakrevska

Candidate of economic sciences, National University of Food Technologies

G. PENCHUK

Candidate of economic sciences, National University of Food Technologies

Prospects and tools for e-business development in Ukraine

The article is devoted to the analysis of prospects of e-business development in Ukraine. The Internet has become a powerful channel for the sale of a variety of goods and services in a crisis. This was due to a coronavirus infection. The Internet has proven to be highly effective as a means of communication with the high potential of the global electronic market. E-business is an indispensable tool for doing business in the face of offline commerce. Business in the global network can be conducted in different ways with the help of: Internet auctions, Internet banking, Internet training, Internet commerce. E-business in quarantine meets the following needs of customers: maximum self-isolation, lack of contact with people and queues in stores, no need to waste your time. The organization of the online store should take place in several stages: opening an online store, website development, advertising and promotion. The owner of the online store must constantly monitor the level of site optimization for search engines. Thematic and technical errors in SEO-optimization should be avoided. It is suggested for beginners who are just choosing to specialize in online shopping, to carefully analyze the market niche. Thanks to the development of e-business, you can expand the range of goods, reduce overhead costs for rent, utilities, purchase of equipment and facilities. Thus, minimize the cost of standard trading activities. For buyers, this will provide a huge selection of goods in one place, the opportunity to purchase at any convenient time. For the successful development of business on the Internet, you must first reduce prices and choose a niche "micromonopoly" of unique trade offers and new products on the market. All products must be certified. E-business is in the development phase.

Keywords: e-business, e-commerce, e-commerce, Internet business, online sales, online commerce, Internet, Internet users.

Постановка проблеми. Ситуація в нашій країні, як і в усьому світі, спонукає владу до запровадження карантинних заходів, які направлені на мінімізацію масового скупчення населення. Купити необхідні товари в магазині можна, але будь-яка розсудлива людина має зважити чи варто виходити з домівки в умовах швидкого розповсюдження вірусу. Ситуація неоднозначна, але безпечний вихід є – покупка необхідних товарів онлайн з доставкою додому.

У сучасному світі смартфонів і планшетів широке поширення Wi-Fi, 3G- і 4G-покриття дає користувачам швидкий і зручний доступ до Інтернету, де б вони не знаходилися. Не виходячи з дому, можна придбати широке різноманіття товарів. Тому розвиток електронного бізнесу в сучасних умовах набуває особливої актуальності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням розвитку електронного бізнесу займалося багато науковців, серед яких Д.С. Антоненко, Н.М. Борейко, Т.Г. Буй, І.Я. Гаврилів, О.В. Галочкін, О.О. Галочкіна, О.В. Дубів, О.В. Кот, О.В. Креденець, Н.В. Кудирко, А.М. Одарченко, Л.Ю. Патраманська, Л.Б. Самойленко, К.В. Сподар, С.Г. Суворова, Н.Б. та багато інших. Однак даний напрям досліджень наразі набув надзвичайної популярності завдяки викликам, які переживає вітчизняна економіка через поширення коронавірусної інфекції. Дана обставина забезпечила новий поштовх для розвитку електронного бізнесу.

Постановка завдання. Метою даної статті є проаналізувати перспективи та інструменти розвитку електронного бізнесу в Україні в умовах кризи.

Виклад основного матеріалу. Період становлення електронного бізнесу виявив три важливі моменти. По-перше, Інтернет довів свою високу ефективність як засобу комунікації з високим потенціалом, побудованого на його основі, глобального електронного ринку. По-друге, досвід компаній, які намагалися використовувати мережу як доповнення до свого традиційного бізнесу, і тих, що від початку будували свій бізнес в Інтернеті, підтвердив важливість та необхідність брати до уваги і використовувати весь існуючий досвід з ведення комерції та використання принципів маркетингу в своїй діяльності. По-третє, він є незамінним інструментом для ведення бізнесу в умовах обмеження офлайн торгівлі.

Електронний бізнес – це вид економічної діяльності компаній через комп'ютерні мережі, зокрема, Internet, з метою отримання прибутку. Це електронна економічна діяльність, яка здійснюється за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій з метою отримання прибутків [1, с. 8].

В сучасних умовах все більше підприємств використовуватимуть електронний вид діяльності. Він визначатиме й розвиток інтернет-технологій.

Бізнес в глобальній мережі можна вести різними способами, що призвело до виникнення видів бізнесу, які вже тривалий час працюють і продовжують успішно розвиватися в мережі (рис. 1).

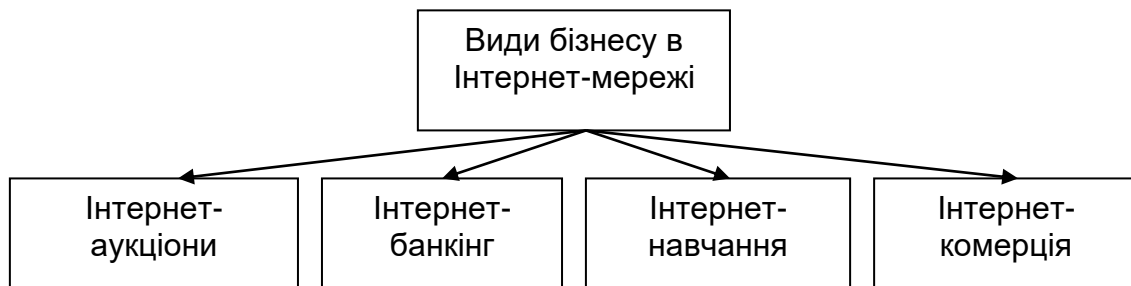


Рис. 1. Види бізнесу в Інтернет-мережі

Джерело: сформовано автором на основі [2]

Проаналізуємо їх особливості.

Інтернет-аукціони. Аукціони в мережі дуже відрізняються від класичних видів аукціонів, де певні люди збираються в певному місці і беруть участь у торгах. При цьому для доступу до традиційного виду торгів потрібно проводити якусь оплату, що, в свою чергу, обмежує кількість учасників. Інтернет відкрив доступ до аукціону широкому колу користувачів з будь-якої точки світу, що дало можливість торгувати як більш широким асортиментом, так і за більш доступні ціни.

Інтернет-банкінг. Завдяки інтернет-банкінгу з'явилася можливість, не виходячи з дому, сидячи за комп'ютером, користуватись усіма можливостями банківського портфеля. При цьому відпадає необхідність відвідування самих відділень та офісів банку.

Інтернет-навчання. У зв'язку з появою інтернет-технологій, кардинально змінилася сфера діяльності людей. З'явився доступ до тих матеріалів та інформації, які раніше були просто недоступні. Нові знання змушують постійно навчатися. Активно використовуються засоби Інтернет-ресурсу й для забезпечення навчального процесу в період карантину. Для цього використовуються спеціальні програмні продукти і технології. Хоча є і недолік – немає можливості отримати роз'яснення на теми, які були незрозумілі в процесі навчання.

Інтернет-комерція. При стандартному веденні торговельної діяльності виникало багато супутніх проблем, які потрібно було оперативного вирішувати. З появою інтернет-магазинів всі ці недоліки були усунуті. Асортимент товару можна

розширювати до величезної кількості, відпадає необхідність наймати продавців і орендувати приміщення. Для покупців це дало такі переваги, як величезний вибір товару в одному місці, можливість придбати у будь-який час дня і ночі, і, навіть, не потрібно виходити з дому, тому що товар доставляють кур'єри.

Тому наявність інтернет-сайту у представника будь-якого бізнесу вирішує безліч потреб покупців, що хочуть убезпечити себе від захворювання коронавірусом. Ці потреби можна умовно поділити на наступні групи (рис. 2).

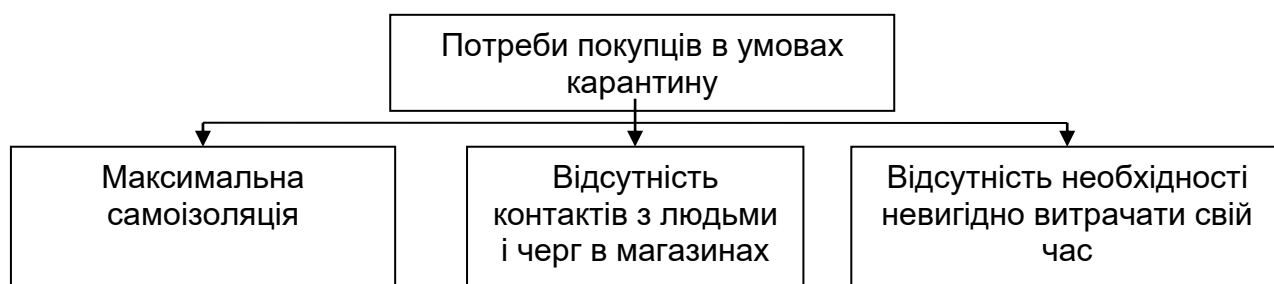


Рис. 2. Потреби покупців в умовах карантину

Джерело: сформовано автором

Слід також зазначити, що онлайн покупки вигідні й для людей похилого віку: багато пенсіонерів володіють ПК і смартфонами. За допомогою глобальної мережі можна замовити необхідні товари для своїх близьких і рідних.

Таким чином, користуючись послугами інтернет-магазинів споживач отримує ряд переваг. Перспективним, на наш погляд, є застосування даного інструменту розширення бізнесу і для підприємців.

Маючи інтернет-магазин у його власників з'являється можливість розширити і підняти бізнес на новий рівень; збільшити цільову аудиторію і, відповідно, - обсяги продажу. Згідно даних Держслужбстату в 2019-2020 рр. кожен 5-ий громадянин України здійснював покупки через Інтернет [3]. З огляду на те, що населення України становить близько 40 млн осіб, обсяги товарообороту досить великі.

Крім того, реалізуючи продукцію офлайн власник бізнесу несе додаткові накладні витрати. До них можна віднести: плату за оренду, витрати на придбання необхідного устаткування і обладнання (наприклад, холодильник, стелажі, камери відеоспостереження і т.д.), витрати на оплату праці додатково найманим працівникам, комунальні платежі тощо. Створивши інтернет-магазин, можна досягнути суттєвої економії.

Організація роботи інтернет-магазину має проходити в декілька етапів.

1. Відкриття інтернет-магазину.

Для ведення бізнесу онлайн потрібна реєстрація. Як правило, реєструються в глобальній мережі приватні підприємці, які сплачують єдиний податок. Вартість послуг юридичних фірм по реєстрації приватного підприємства становить від 650 грн [4].

Починаючи з 2020 року підприємці на єдиному податку втратили РРО-імунітет (надалі РРО – реєстратор розрахункових операцій). Таким чином, всім суб'єктам господарювання, що здійснюють дистанційну торгівлю, доведеться використовувати фіскальний касовий апарат як засіб державного контролю за обігом безготівкових та готівкових коштів, обліком товарів, реєстрацією наданих послуг та розрахунковими операціями [5].

Згідно даного документу суб'єкти господарювання, які здійснюють розрахункові операції в готівковій та/або в безготівковій формі (із застосуванням платіжних карток, платіжних чеків, жетонів тощо), зобов'язані видавати особі, яка отримує чи повертає товар, одержує послугу чи відмовляється від неї, включаючи ті, замовлення або оплату яких проводять із використанням Інтернету, під час отримання товарів (послуг) в обов'язковому порядку розрахунковий документ установленної форми на повну суму проведеної операції.

Отже, за загальним правилом, якщо оплату товарів/послуг здійснюють через Інтернет, необхідно мати РРО.

2. Розробка сайту для інтернет-магазину.

Шукати розробників можна на сайтах типу www.rozetka.ua або www.mobicon.ua (інформацію про себе вони, зазвичай, розміщують внизу головної сторінки). До фахівців необхідно звертатись з продуманим технічним завданням. Вони можуть запропонувати підприємцю два шляхи: використовувати готові програми та створити сайт "під ключ". У першому випадку на розробку потрібно пару тижнів. За невеликі кошти власник бізнесу може отримати робочу систему, в якій будуть включені всі необхідні функції. Але сайт буде шаблонним, обмеженим в рішеннях, що не дозволить особливо виділитися серед конкурентів.

У другому випадку можна отримати оригінальний сайт з унікальним WEB-дизайном. Він може обійтися вже в суму від 10000 грн [6].

Потрібно буде також зареєструвати доменне ім'я. Вартість цієї процедури - від 140 грн в рік і залежить вона від доменної зони. Наприклад, в зоні ua - 680 грн, Com.ua - 140 грн [7]. У зоні .ua дають місце тільки зареєстрованим торговим маркам.

Для цього технічно досить одного звичайного комп'ютера з підключеним Інтернетом, виділеним інтернет-каналом, який дозволить отримувати замовлення в

режимі онлайн і здійснювати підтримку клієнтів через web. Зрозуміло, доведеться провести рейтинг провайдерів, що надають послуги в вашому районі, та обрати найвигідніший безлімітний пакет.

Також підприємцю потрібно буде піклуватися про розміщення інформації в Інтернеті або так званий хостинг, вартість якого залежить від популярності сайту.

3. Реклама і просування інтернет-магазину.

Для того, щоб сайт користувався попитом необхідно здійснювати його оптимізацію. Оптимізація сайту - постійне вдосконалення в процесі життєдіяльності, можливості якого закладені вже при створенні. Тоді інформацію про інтернет-магазин видаватимуть всі пошукові сторінки та системи.

Є реклама контекстна, сутність якої полягає в пошуку об'єкта за ключовими словами «купити в інтернет-магазині», за назвою товару.

А є більш ефективна і дорожча – банерна реклама. У цьому випадку на пошукових сайтах реклама інтернет-магазину буде виділена в окремий блок, кольором і т.д. Інформацію слід розмістити мінімум на основних профільних порталах. Згідно зі статистикою Google є лідируючою пошуковою системою в Україні - близько 60-70% ринку пошуку [8]. Тому, на наш погляд, в першу чергу, має сенс вибудовувати стратегію просування саме в цій пошуковій системі.

Можна також забезпечити свого кур'єра рекламними візитними картками з переліком послуг і перевагами свого магазину, якими він буде супроводжувати доставлений товар.

Власник інтернет-магазину має постійно моніторити рівень оптимізації сайту для пошукових систем. Для цього йому необхідно:

- проаналізувати джерела трафіку – якісні сайти отримують більшу кількість переходів з пошукових систем;

- проаналізувати, власне, видачу пошукача товару – в результатах пошуку позиції сайту будуть тим вище, чим якісніше оптимізований сайт з точки зору пошукової системи.

Проте, на наш погляд, інтернет-магазину не варто надто захоплюватися оптимізацією, адже підсумкова мета його роботи – продаж, а не просте відвідування сайту людьми, спрямованими до вас пошукачем, які не збираються в найближчі місяці або роки купувати товар саме в ньому.

Слід також уникати і помилок, яких припускаються в ході SEO-оптимізації. Їх можна поділити на: тематичні і технічні.

До перших належать: відсутність оригінальних текстів, опису товарів або послуг, велика кількість плагіату, копіпасту; текстів, взятих з інших сайтів. Пошукові системи вважають за краще унікальний контент на противагу плагіату і неунікальним публікацій.

До технічних помилок SEO-оптимізації можна віднести: неправильну внутрішню оптимізацію – використання неправильних мета-тегів, верстки сторінок сайту; технічні проблеми сайту – нестабільно працюючий хостинг або велика кількість внутрішніх помилок для пошукових систем – сигнал до зниження рейтингу пошукової видачі.

Для початківців, які тільки обирають спеціалізацію інтернет-магазину, варто ретельно аналізувати ринкову нішу.

Фахівці у сфері споживчих експертиз [9] провели дослідження для визначення найбільш затребуваних товарів в Інтернеті. Вони оцінили перспективність продажу за допомогою глобальної мережі певних товарів за 5-бальною шкалою. Результати дослідження наведено за допомогою рис. 3.

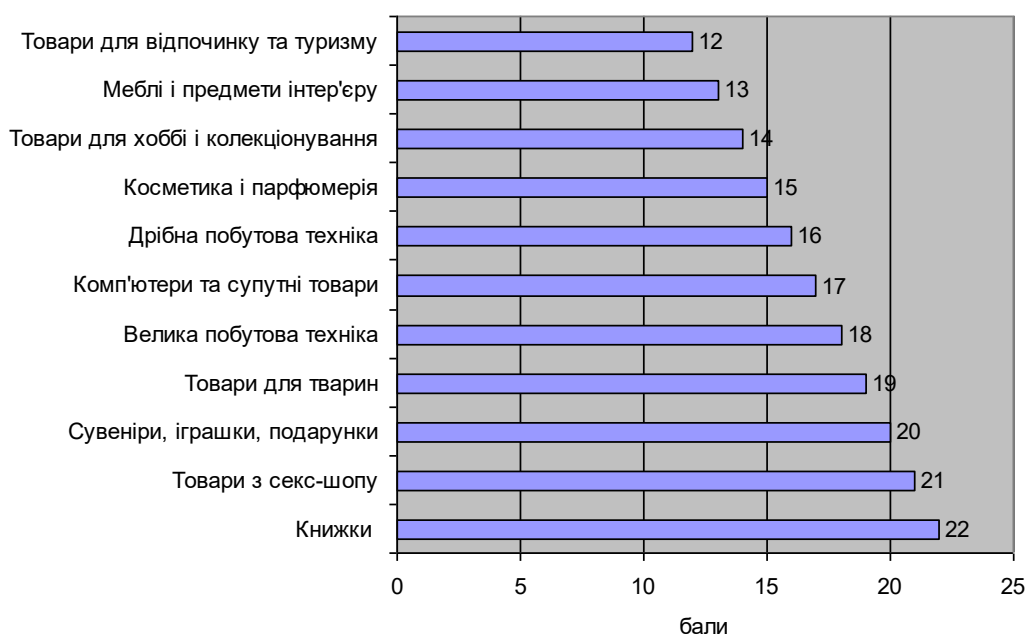


Рис. 3. Перспективність продажу товарів за допомогою інтернет-ресурсу
Джерело: сформовано автором на основі [9]

Для успішного розвитку бізнесу в інтернет-мережі спочатку необхідно зменшити ціни. Вони можуть бути нижчими, ніж у конкурентів, на 10-20%. Через кризу покупець з середнім і низьким рівнями рівнями доходу шукатимуть більш вигідні пропозиції в ціновому еквіваленті через Інтернет-ресурс У підборі асортименту важливо обрати

нішу «мікромонополії» унікальних торгових пропозицій та новинок на ринку. Вся продукція має бути сертифікована.

Висновки. Таким чином, електронний бізнес перебуває у фазі розвитку. Використовуючи глобальну мережу, підприємства зможуть втримати свої конкурентні позиції або, навіть, знайти нові ринкові ніші. Крім того, багато покупців вважають за краще використовувати інтернет-магазини, оскільки вони надають можливості робити покупки в зручній для них час і в затишній обстановці.

Список використаних джерел

1. Зайцева О.О., Болотинюк І.М. Електронний бізнес: навчальний посібник / За наук. ред. Н.В. Морзе. Івано-Франківськ : «Лілея НВ». 2015. 264 с.
2. Види електронного бізнесу. URL: <https://t1.ua/porady/4782-vydy-elektronnoho-biznesu.html> (дата звернення 17.06.2020).
3. Офіційний сайт Державної служби статистики України. Веб-сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення 15.06.2020).
4. Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг: Закону України від 18 берез. 2020 р. № 533. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/128-20#Text> (дата звернення 14.06.2020).
5. Офіційний сайт компанії BIRES. Веб-сайт. URL: <https://bires.com.ua/uk/bires-juridicheskaja-kompanija-2/> (дата звернення 17.06.2020).
6. Офіційний сайт компанії WEBCASE. Веб-сайт. URL: <https://webcase.com.ua/> (дата звернення 17.06.2020).
7. Офіційний сайт компанії HOSTiQ. Веб-сайт. URL: <https://hostiq.ua/ukr/domains/> (дата звернення 17.06.2020).
8. Офіційний сайт компанії Prostobiz. Веб-сайт. URL: https://www.prostobiz.ua/biznes/biznes_start/stati/ (дата звернення 15.06.2020).
9. Как открыть интернет магазин в Украине: пошаговый путеводитель. URL: https://www.prostobiz.ua/biznes/biznes_start/stati/kak_otkryt_internet_magazin_v_ukraine_poshagovyy_putevoditel (дата звернення 14.06.2020).

References

1. Zaitseva O.O., Bolotyniuk I.M. (2015) Elektronnyi biznes: navchalnyi posibnyk [E-business: a textbook]. For science. ed. N.V. Morse. Ivano-Frankivsk: "Lilya NV", 264 p.
2. Vydy elektronnoho biznesu [Types of e-business]. Available at: <https://t1.ua/porady/4782-vydy-elektronnoho-biznesu.html> (accessed 17 June 2020).

3. Ofitsiynyi sait Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy [Official site of the State Statistics Service of Ukraine]. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (accessed 15 June 2020).

4. Pro zastosuvannia reiestratoriv rozrakhunkovykh operatsii u sferi torhivli, hromadskoho kharchuvannia ta posluh: Zakonu Ukrainy [On the use of registrars of settlement operations in the field of trade, catering and services: the Law of Ukraine]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/128-20#Text> (accessed 14 June 2020).

5. Ofitsiynyi sait kompanii BIRES [Official site of BIRES]. Available at: <https://bires.com.ua/uk/bires-juridicheskaja-kompanija-2/> (accessed 17 June 2020).

6. Ofitsiynyi sait kompanii WEBCASE [Official site of WEBCASE]. Available at: <https://webcase.com.ua/> (accessed 17 June 2020).

7. Ofitsiynyi sait kompanii HOSTiQ [Official site of HOSTiQ]. Available at: <https://hostiq.ua/ukr/domains/> (accessed 17 June 2020).

8. Ofitsiynyi sait kompanii Prostobiz [Official site of Prostobiz]. Available at: https://www.prostobiz.ua/biznes/biznes_start/stati/ (accessed 15 June 2020).

9. Kak otkryt' internet magazin v Ukraine: poshagovyy putevoditel' [How to open an online store in Ukraine: a step-by-step guide]. Available at: https://www.prostobiz.ua/biznes/biznes_start/stati/kak_otkryt_internet_magazin_v_ukraine_poshagovyy_putevoditel (accessed 14 June 2020).

Відомості про авторів

Закревська Людмила Миколаївна. Кандидат економічних наук, Національний університет харчових технологій, доцент кафедри економіки і права. e-mail: absolytkamilka@gmail.com. Контактний телефон: (097) 916-72-55.

Пенчук Ганна Сергіївна. Кандидат економічних наук, Національний університет харчових технологій, доцент кафедри економіки праці та менеджменту. e-mail: penchuk562@gmail.com. Контактний телефон (050) 037-14-44.

Сведения об авторах

Закревская Людмила Николаевна. Кандидат экономических наук, Национальный университет пищевых технологий, доцент кафедры экономики и права. e-mail: absolytkamilka@gmail.com. Контактный телефон: (097) 916-72-55.

Пенчук Анна Сергеевна. Кандидат экономических наук, Национальный университет пищевых технологий, доцент кафедры экономики труда и управления. e-mail: penchuk562@gmail.com. Контактный телефон (050) 037-14-44.

Information about authors

Zakrevska Lyudmila. PhD in Economics, National University of Food Technology, Associate Professor of Economics and Law. e-mail: absolytkamilka@gmail.com. Contact phone: (097) 916-72-55.

Penchuk Ganna. Candidate of Economic Sciences, National University of Kharch Technologies, Associate Professor of the Department of Economics and Management. e-mail: penchuk562@gmail.com. Contact phone (050) 037-14-44.