

DOI: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2022-4-104-19>

УДК 004.738.5:339

Матвієнко-Біляєва Г.Л.

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

ВИКОРИСТАННЯ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В СУЧАСНОМУ СЕРЕДОВИЩІ

Анотація. У статті розглянуто теоретичні положення та практичні рекомендації щодо розвитку та використання електронного бізнесу підприємницької діяльності в Україні. Метою дослідження є сучасний стан та негативні тенденції розвитку національного підприємництва, зокрема використання електронної комерції. Незадовільною залишається обґрунтованість прогнозів розвитку використання електронного бізнесу за різних сценаріїв розгортання ситуації на ринку. У сучасних ринкових умовах, де щодня стають жорсткішими умови конкурентної боротьби, неможлива діяльність підприємницьких структур без створення чіткої системи взаємодії з зовнішнім середовищем та оптимізації своєї діяльності для задоволення потреб споживачів та максимізації прибутку підприємства та використання новітніх технологій та інновацій. Для українських організацій управління підприємством як системою, в складних умовах сучасного бізнесу, має особливо важливе значення, оскільки зміна ситуації в країні, поступове освоєння нового економічного порядку змушує все більшу кількість підприємців усвідомлювати необхідність використання сучасних інновацій.

Ключові слова: підприємництво, електронний бізнес, підприємницька діяльність, електронна комерція, сучасний бізнес, сучасне середовище.

Matviienko-Biliaieva Galyna

Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics

USE OF ELECTRONIC COMMERCE IN THE MODERN ENVIRONMENT

Summary. The article considers theoretical provisions and practical recommendations for the development and use of e-business entrepreneurship in Ukraine. The aim of the study is the current state and negative trends in the development of national entrepreneurship, in particular the use of e-commerce. The validity of the forecasts for the development of e-business use in different scenarios of the market situation remains unsatisfactory. In today's market conditions, where the conditions of competition are becoming tougher, it is impossible to operate business structures without creating a clear system of interaction with the environment and optimizing their activities to meet consumer needs and maximize corporate profits and use the latest technologies and innovations. For Ukrainian organizations, enterprise management as a system, in the complex conditions of modern business, is especially important because the changing situation in the country, the gradual development of a new economic order makes more and more entrepreneurs aware of the need for modern innovation. There have been a lot of changes in the world lately, especially in the economic sphere. The impact of globalization on small and medium-sized businesses as competition intensifies. In many countries around the world, which do not pay enough attention to the development of modern business, difficulties have begun to arise. The role of small business in smoothing the fluctuations of the economic situation is extremely important, it mediates the balance of supply and demand, especially in crisis situations. The big role of small and medium in the implementation of innovations. Although the transition from agrarian to industrial society took centuries. The transition to the information society is much faster. The main reason for this is the high rate of technology development and the flexibility of people to adapt to these technologies. The Internet, which has affected all aspects of our lives with its speed of development, is the product of a technological revolution. Only initially did the Internet, which was used to communicate and trade on the Internet, become more important with the awareness that it could be transported. Thus, international borders are removed, users around the world are in a single environment. This situation eliminates many physical obstacles and difficulties. Although it contains many technological products, tools and services, it is the Internet that is truly revolutionizing e-commerce.

Keywords: entrepreneurship, e-business, e-commerce, modern business, modern environment.

Постановка проблеми. Останнім часом в світі відбувається багато змін і особливо в економічній сфері. Вплив глобалізації на малий та середній бізнес, як посилення конкуренції дає про себе знати. В багатьох країн світу, які не приділяють достатньої уваги розвитку сучасного бізнесу почали виникати труднощі.

Надзвичайно важлива роль малого підприємництва в згладжуванні коливань економічної кон'юнктури, за його посередництва відбувається збалансування попиту та пропозиції, особливо в умовах кризових ситуацій. Велика роль малих та середніх підприємств у впровадженні інновацій [3].

Хоча перехід від аграрного суспільства до індустріального зайняв століття. Перехід до інформаційного суспільства відбувається набагато швидше. Основною причиною цього є високі тем-

пи розвитку технологій і гнучкість людей пристосовуватися до цих технологій.

Інтернет, який своєю швидкістю розвитку вплинув на всі аспекти нашого життя є продуктом технологічної революції. Тільки спочатку Інтернет, який використовувався для спілкування та торгівлі в Інтернеті він набув більшого значення з усвідомленням того, що його можна транспортувати.

Таким чином, міжнародні кордони знято, користувачі по всьому світу знаходяться в єдиному середовищі. Така ситуація усуває багато фізичних перешкод і труднощів. Хоча він містить багато технологічних продуктів, інструментів та послуг, але саме Інтернет справді революціонує електронну комерцію.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. На сьогоднішній день електронна комерція є одним з актуальних питань у сучасному бізнесі.

Відносно українського досвіду дослідження становлення та розвитку електронної комерції можна відзначити таких вчених: В. Ю. Гречков, А. В. Волокитин, А. М. Береза, І. А. Козак та ін.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Формування сприятливого підприємницького середовища є одним із пріоритетних завдань діяльності будь-якої країни. Підприємницькі структури створюють матеріальні й нематеріальні блага, які є основою благополуччя країни, формують значну частину податкових надходжень державного та місцевого бюджетів.

На ринку можна зустріти безліч найрізноманітніших форм підприємництва. Поняття підприємство – це стиль життя окремої країни та його населення. Це поняття з'являється в багатьох сферах діяльності для підвищення своєї якості. Він має безліч економічних, психологічних, соціологічних, культурних і технічних аспектів.

Підприємство через створення інновацій в швидко мінливих економічних умовах це рушійна сила проти негативу у суспільстві. Підприємці можуть ефективно використовувати природні ресурси, інноваційні ідеї. Вони вносять великий внесок в зміцнення економіки країни, створюючи ринки праці.

Підприємці повинні використовувати свої ресурси найкращим чином, приймаючи на себе необхідні ризики [1–3].

Історія електронної комерції професійно починається в 1995 році. У перші роки свого існування вона зосереджувалась здебільшого на інформаційних технологіях пов'язаних в онлайн-транзакціях, веб-сторінках. Це також перший період електронної комерції, коли реклама робиться дуже інтенсивно. Цей період, який можна назвати фондовим ринком компаній. Другий період закінчується зниженням вартості електронної комерції в січні 2001 року.

Проблема оплати за товар чи послугу вирішується масовим впровадженням електронних засобів платежу. Он-лайн платіжні системи, що існують сьогодні, можна розділити на три види:

- пластикові (кредитні або дебетові) картки;
- електронні чеки;
- цифрові гроші («електронний гаманець»).

Головна проблема – це безпека електронних платежів. На користь її вирішення можна вважати появу протоколу SET (Secure Electronic Transactions – безпечні електронні трансакції) – міжнародного стандарту безпеки, який сьогодні є єдиним стандартом, прийнятим основними міжнародними платіжними системами для організації захищених платежів в Інтернеті.

Таким чином, сучасний електронний бізнес – це якісно нові технології, які дозволяють компанії досягти конкурентної переваги завдяки поліпшенню обслуговування своїх клієнтів та оптимізації бізнес-стосунків з партнерами. Інтернет-технології є одним з основних, але не єдиним ключовим аспектом в електронному бізнесі.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є узагальнення та розвиток теоретичних і практичних основ та впровадження сучасної системи, а саме електронної комерції в підприємницькі структури.

Виклад основного матеріалу дослідження. Електронна комерція це один з елементів

електронного бізнесу, яка пов'язана з виконанням функцій маркетингу, включаючи продаж товарів і послуг через Інтернет споживачеві.

Електронна комерція – це набір систем, в яких беруть участь багато гравців.

Електронна комерція являє собою середовище, в якому юридична або фізична особа, що знаходиться в будь-якій точці економічної системи, може легко контактувати (з мінімальними витратами) з будь-якою іншою юридичною або фізичною особою з метою спільної діяльності: торгівлі, обміну ідеями, «ноу-хау» тощо. І хоча електронна комерція за принципами реалізації майже не відрізняється від традиційного бізнесу, вона вимагає від своїх учасників спеціальних знань та навичок, оскільки вони слугують базою для прийняття того чи іншого рішення, пов'язаного з бізнесом. Це пояснюється специфікою підприємницької діяльності в Інтернеті, а саме: з прийняттям, обробкою і поданням інформації. Тому для участі в електронному бізнесі необхідно мати не тільки серйозну економічну і правову підготовку, а й знання про сучасні Інтернет технології, а саме: технічні терміни, поштові сервіси, принципи роботи з телеконференціями, основи функціонування платіжних систем тощо.

Електронний бізнес ґрунтується на таких важливих технологіях: мережні технології; корпоративні; Інтернет-технології; виробничі ІТ; система підтримки ухвалення рішень; технології штучного інтелекту.

Основні види електронної економічної діяльності: віртуальні компанії; електронний маркетинг, перед та після продажна підтримка споживачів, електронні оптові й роздрібні фінансові послуги, зокрема кредитування, і страхування; комерційні дослідження маркетингового типу; електронна реклама; комерційні операції (інтерактивне електронне замовлення, доставка, оплата); загальне розроблення продукту (товарів, послуг); розподілене спільне виробництво електронних товарів; електронне адміністрування бізнесу (зокрема сферу податкового адміністрування).

Електронну комерцію можна забезпечити різними електронними пристроями, у зв'язку з цим її розділяють на такі види:

M – commerce (Mobile commerce) – комерція з використанням послуг мобільного зв'язку;

T – commerce (Television commerce) – комерція з використанням інтерактивного цифрового телебачення;

V – commerce (Voice commerce) – голосова комерція. Це автоматизовані трансакції в Інтернет, які здійснюються через голосові портали за допомогою комп'ютера або телефону завдяки голосовим командам. Голосові портали, наприклад брокерські системи, можуть керувати домашніми пристроями через Інтернет;

U – commerce (universal commerce) – універсальна комерція – це можливість здійснювати комерційні дії електронним пристроєм у будь-який час;

D – commerce (dynamical commerce) – динамічна комерція – це динамічне ціноутворення, яке дозволяє продавцям досягти найвищої прозорості операцій і проводити електронні трансакції на найвигідніших умовах.

В електронній комерції просування, замовлення, купівля, оплата, розповсюдження та піс-

ляпродажне обслуговування, через мережі, сим-волізує революцію в торгівлі.

Комерційна діяльність здійснюється в електронному середовищі «e-trade», «e-business» англійською мовою. Хоча його можна назвати різними словами, такими як «комерція», «торгівля» і слово «бізнес». Насправді явища, описані цими трьома словами англійською, дещо відрізняються один від одного.

Комерція означає обмін продуктом або послугою в результаті певного обміну. Слово торгівля – це більш вузьке поняття, на відміну слова «комерція», тобто це процес купівлі – продажу. «Електронний бізнес» відтворено від англійського слова «business», що означає ведення бізнесу в електронному середовищі в широкому масштабі. Цей термін охоплює від маркетингу до комунікації, від продажу до підтримки, від замовлення до доставки та пояснює, як це зробити в електронному вигляді.

Відмінності між електронною комерцією та бізнесом можна згрупувати за різними підзаголовками.

Перше з них – це різниця в клієнтах. Продавці, компанії та покупці електронної комерції є індивідуальними клієнтами. Проте в електронному бізнесі як продавець, так і покупець є компаніями. Іншими словами, клієнтами електронного бізнесу є фізичні та юридичні особи, які займаються оптовою торгівлею.

По-друге – це продажі. Можна сказати, що між цими двома поняттями є різниця за обсягами. Наявність великої кількості клієнтів, проте обсяги продажів невисокі. В електронному бізнесі обсяги продажів великі, але кількість клієнтів невелика.

Нарешті, можна констатувати, що між ними є відмінності щодо грошового потоку. В електронній комерції оплата в основному здійснюється готівкою. В електронному бізнесі – це векселі, замість готівки.

Електронна комерція є дуже зручною формою комерції, особливо для малого та середнього бізнесу. Електронна торгівля збільшує асортимент товарів, підвищує якість надання послуг та гарантує, що вона буде доставлена в оплачений спосіб.

Однак електронна комерція вона не може вирішити всі торгові проблеми країн (наприклад, ланки національного ланцюга поставок). Країни, які не мають достатніх знань та досвіду в електронній комерції. На цьому етапі вони можуть використовувати Інтернет лише для реклами чи маркетингових цілей.

Концепція електронної комерції (e-commerce), що виникла наприкінці 20 ст. хоча це з кожним днем набуває все більшого значення і відбувається в нашому житті, ще не має загальноприйнятого визначення. Тому, що електронна комерція – це структура, що виникла в результаті інтеграційних досліджень різних систем.

Так само, як промислова революція 200 років тому змінила світ, технологічна революція, зрештою, також є структурою, яка змінить увесь світ і буде інформаційною епохою. Це утворення сьогодні також проявляється в новій економіці, електронній комерції, електронному бізнесі, розкриває це через такі процеси, як онлайн-життя.

Електронний бізнес має також свої переваги й для покупців:

1. Клієнтові зручніше придбати товар, тобто покупцеві не потрібно нікуди їздити, відвідувати торгові зали, для того щоб знайти потрібний товар, прицінюватися і придивлятися до нього.

2. Покупець має можливість порівнювати різні та однакові види товарів, зіставляти їхні ціни і замовляти цей товар у будь-який час дня і ночі, не потрібно виходити з дому. Придбати товар надзвичайно просто, легко і без зайвих свідків, клієнтові ніщо не заважає, ніхто його не відволікає від процесу купівлі.

3. Клієнт має можливість швидко переглянути багато товарів конкурентів, що надає перевагу здійснити якісніший вибір. При купівлі чи виборі товарів покупець може заощадити свої грошові кошти, якщо купуватиме у виробника, а не в магазині.

4. Покупець, шукаючи унікальний товар, часто купує через Інтернет – це одна з можливостей відшукати певну річ у місті, країні чи у світі.

5. Покупець може отримати додаткову інформацію, порівняно з торгівлею за каталогами по телебаченню, використавши різні інтерактивні засоби.

Інтернет надає можливість та переваги користувачам використовувати інтернет-магазини не за їхнім прямим призначенням. За допомогою інтернет-магазину нерідко планують купівлю, яку здійснюють після роботи у звичайних магазинах.

Цінова перевага в середовищі електронної комерції – це логістика та обробка транзакцій компаній B2B. Таким чином, міжнародні перевезення будуть прискорюватися все більше і більше, обсяг транзакцій буде вищим. Така ситуація є економічно ефективною для компаній та сприятиме більшому росту та глобалізації.

Одним із ключів до електронної комерції є системи під назвою «віртуальні POS». Віртуальний POS вступає в гру, коли справа доходить до оплати через Інтернет. Класичний POS-пристрої та системи, які ми використовуємо для покупок. Віртуальний POS-VPOS, який дозволяє здійснювати покупки на веб-сайтах Він називається (Віртуальна точка продажу).

В електронній комерції покупець і продавець ведуть бізнес, не бачучи один одного. Для забезпечення взаємної довіри необхідно було вжити ряд додаткових заходів. Перш за все, покупець і продавець знають особи один одного та інформацію, яку вони надсилають. Вони хочуть бути впевненими у своїй безпеці. Для цього необхідний цифровий підпис і це призвело до появи алгоритмів безпеки, а також сертифікатів.

Хоча електронна комерція за своєю суттю сприймається як економічне явище, вона є соціальною та культурною.

Електронна комерція впливає на наступні види діяльності в діловому житті: маркетинг, продажі та просування; попередній продаж, субпідряд, постачання; фінансування та страхування; господарські операції: замовлення, доставка та оплата; обслуговування та технічне обслуговування; спільна розробка та робота продукту; доставка та логістика; автоматична торгівля продуктами в електронному середовищі.

ІТ-індустрія України є локомотивом економіки країни.

Кібербезпека, високі бізнес-проекти в сфері нанотехнологій, різні інвестиційні можливості, такі як комп'ютерні ігри, сільськогосподарський бізнес та електронна комерція забезпечує країні залучення нових інвестиційних надходжень.

На жаль, рівень кібербезпеки знаходиться на низькому рівні, а саме Україна належить до десятки найменш захищених кібер-країн світу станом на 2019 рік.

Сектор ІТ займає важливу роль в економіці України, забезпечуючи 3,9% ВВП, 3,2% зайнятості суб'єктів господарювання та 3,8% податкових надходжень.

Сектор ІТ входить до трійки головних категорій експорту послуг (після трубопровідного транспорту та переробки товарів) та є важливим джерелом валютної виручки в країні. Факторами, що сприяють посиленню експортних позицій є високоякісна дешева робоча сила, низькі операційні витрати, вигідне оподаткування для ІТ.

Більше 1000 місцевих ІТ-сервісних компаній, понад 100 дочірніх компаній, а також є кілька провідних світових компаній, які розвивають свій бізнес в Україні.

Компанії, які працюють в цьому секторі, переважно зосереджені в Києві. Але разом з містами

Харків, Одеса, Дніпро, Львів та Вінниця розвивається центри ІТ-діяльності.

Стартап-інвестиції в Україні в 2020 році склали 554 млн доларів, а саме Terrasoft, MacPaw, Competera, Preply, Lookserly, Readdle, Viewdle, Grammarly, GitLab [3].

Висновки і пропозиції. Отже, існують п'ять принципів цифрової економіки:

– продуктивність переважно залежить від використання досягнень науки і техніки, а також від якості інформації і менеджменту;

– у розвинених капіталістичних країнах відбувається перенесення уваги виробників і споживачів від матеріального виробництва у бік інформаційної діяльності;

– глибока трансформація організації виробничого процесу (від стандартизованого масового виробництва у бік гнучкого виробництва і від вертикально інтегрованої організації у бік горизонтальних мережних взаємин між підрозділами);

– глобальний характер економіки, при якому капітал, виробництво, менеджмент, ринки, праця, інформація і технології організуються незалежно від національних меж;

– революційний характер технологічних змін, в основі яких, ІТ, що перетворюють матеріальну основу сучасного світу.

Список літератури:

1. Матвієнко-Біляєва Г.Л. Трансфер інноваційних технологій як запорука розвитку підприємницької діяльності. *Підприємництво, торгівля, біржі в процесі соціально-економічного розвитку : монографія / Під загальною редакцією д-ра екон. наук, професора І.В. Гончарової.* Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2018. 174 с.
2. Матвієнко-Біляєва Г.Л. Імплементация інновацій обліково-аналітичного забезпечення сталого розвитку сучасного бізнесу : I Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф., 22 березня 2018 р. / редкол. : О.І. Черевко [та ін.] ; Харківський держ. ун-т харч. та торг. Харків : ХДУХТ, 2018. С. 360–361.
3. Матвієнко-Біляєва Г., Ляліна Н.С., Панчук А.С. Сучасний бізнес в Україні: проблеми та перспективи розвитку. *Інфраструктура ринку.* 2021. № 53. URL: <http://www.market-infr.od.ua/uk/53-2021>

References:

1. Matviienko-Biliaieva H.L. (2018) Transfer innovatsiinykh tekhnolohii yak zaporuka rozvytku pidpriemnytskoi diialnosti [Transfer of innovative technologies as a guarantee of business development]. *Pidpriemnytstvo, torhivlia, birzhi v protsesi sotsialno-ekonomichnoho rozvytku : monohrafiia / Pid zahalnoi redaktsiieiu d-ra ekon. nauk, profesora I.V. Hontarevoi.* Kharkiv: KhNEU im. S. Kuznetsia, 174 p.
2. Matviienko-Biliaieva H.L. (2018) Implementatsiia innovatsii oblikovo-analitychnoho zabezpechennia staloho rozvytku suchasnoho biznesu: I Mizhnar. nauk.-prakt. [Implementation of innovative accounting and analytical support for sustainable development of modern business: I International. scientific-practical Internet conference]. *Internet-konf., 22 bereznia 2018 r. / redkol.: O.I. Cherevko [ta in.]; Kharkivskiy derzh. un-t kharch. ta torh.* Kharkiv: KhDUKht, pp. 360–361.
3. Matviienko-Biliaieva H., Lialina N.S., Panchuk A.S. (2021) Suchasnyi biznes v Ukraini: problemy ta perspektivy rozvytku [Modern business in Ukraine: problems and prospects of development]. *Infrastruktura rynku, no. 53.* Retrieved from: <http://www.market-infr.od.ua/uk/53-2021>