

УДК 339.371

Я. В. Бахарєва,
асистент кафедри економічної кібернетики,
Вінницький національний аграрний університет

ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ СТВОРЕННЯ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНІВ ЯК ФАКТОР РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНОГО ЕЛЕКТРОННОГО БІЗНЕСУ

Y. Bahareva,
assistant department of economic cybernetics, Vinnytsia National Agrarian University

APPLIED ASPECTS OF INTERNET-SHOPS AS A FACTOR IN THE DEVELOPMENT OF NATIONAL E-BUSINESS

У статті досліджено основні засади створення інтернет-магазину вітчизняними представниками малого бізнесу на основі шаблонів. Розглянуто переваги створення та функціонування інтернет-магазину для покупців та продавців, проведено порівняння вартості та термінів виконання робіт з розробки та створення інтернет-магазинів вітчизняними сервісами. Охарактеризовано найбільш популярні сервіси зі створення та розміщення інтернет-магазинів в Україні. Доведено можливість особами без специфічних знань у сфері сайтобудування самостійно створити власний інтернет-магазин за короткий проміжок часу та з мінімальними витратами.

In the article the current root principle of creation template Internet-shop from domestic representative of small business. Considered preference creation and operation of an online store for buyers and sellers, compared the cost and timing of development and works to create an online store domestic services. Provided a brief description of the most popular services for creating and placing Internet-shop in Ukraine. The possibility of persons without specific knowledge in the field of site building independently create their own Internet-shop for a short time and with minimal costs.

Ключові слова: електронна комерція, SEO, сайт, інтернет-магазин, конструктор сайтів, просування інтернет-магазину, сайт для бізнесу.

Key words: e-commerce, SEO, website, Internet-shop, website builder, promotion Internet-shop, site for business.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Відкриття власного бізнесу для багатьох українців сьогодні, в умовах високого рівня безробіття є, іноді, чи не єдиною можливістю для отримання доходів та самореалізації. Сучасні інтернет-технології для фізичної особи-підприємця відкрили невичерпні можливості як в сфері створення нових видів підприємницької діяльності, так і в спрощенні ведення та обслуговування вже існуючих. Не новим є поняття отримання пасивних доходів в Internet у майбутніх періодах при раціональній організації бізнесу в сфері e-commerce в сьогоденні.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Дослідження сутності та особливостей функціонування електронної комерції для потреб вітчизняного малого бізнесу висвітлено в працях таких вітчизняних та зарубіжних вчених, як Балабанов І.Т., Белей О.І., Гринів Н.Т., Дункан Г., Кудіна О.Ю., Литвин І.С., Плескач В.Л., Радченко М.С., Саммер А., Свидрук І.І., Тардаскіна Т.М. [1], Третьякова А.І., Хофман Т., Царьов В.В., Чайковська В.П. [2], Чухрай Н.І., Ярова І.І. та ін. Проте в останні роки стрімкого розвитку набуло створення інтернет-магазинів

Таблиця 1. Інструменти і методи комерційної діяльності у традиційній та інформаційній економіці

Інструменти і методи традиційної комерційної діяльності	Інструменти електронної комерційної діяльності
Паперовий документообіг	Електронний документообіг
Телефонний зв'язок	Зв'язок з використанням комп'ютерних мереж
Традиційна пошта	Електронна пошта
Реклама і ЗМІ	Інтернет-реклама (банерна реклама, пошукова реклама, програми вірусного маркетингу)
Використання локальних комп'ютерів тільки у сфері обліку і документообігу	Вся комп'ютерна техніка, що використовується у господарській діяльності, підключена до глобальної мережі через власні веб- і СУБД-сервери. Це усуває вплив географічного фактора на отримання інформації та управління фінансовими, матеріальними і інформаційними потоками
Мокра печатка і підпис	Електронний цифровий підпис, який не вимагає фізичної наявності учасників в одному місці при укладанні оборудки
Використання готівки і традиційних безготівкових банківських переказів	Використання систем Клієнт-Банк Інтернет-Банк, електронних грошей, електронних чеків і пластикових карт
Сегментація споживачів, орієнтація на масового клієнта	Орієнтація на індивідуальні потреби кожного конкретного споживача
Об'єднання співробітників у рамках локальних офісів	Використання механізмів телероботи, мобільної комерції і створення віртуальних підприємств
Професійні знання і досвід	Безперервний процес навчання протягом життя
Опора на безпеку і стабільність	Мобільність, готовність до ризику, схильність до постійного удосконалення
Орієнтація на збереження старих робочих місць	Орієнтація на створення нових робочих місць
Реалізація всіх бізнес-процесів у межах підприємства	Аутсорсинг
Капітало-, енерго-, матеріалоємність	Знання й інтелектуальний капітал, показник – інформаційно-ємність. Капітал стає більшою мірою робочим інструментом, фактором виробництва
Традиційні підприємства, що володіють ІТ- активами	Віртуальні підприємства, які одержують доступ (наприклад, на правах оренди) до ІТ- активів
Концепція «виграш-програш» (від операції одна зі сторін виграє більше іншої) і «нульового балансу» (обидві сторони прагнуть звести до нуля свої втрати)	Концепція «виграш-виграш», коли кожна зі сторін операції отримує явний виграш від операції

Джерело: [1].

на основі готових шаблонів, які розробники надають користувачам на платній та безкоштовній основі. Таким чином, вітчизняні підприємці мають реальну можливість зменшення власних комерційних витрат електронного бізнесу без володіння спеціальними знаннями у сфері сайтобудування.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Метою статті є дослідження роботи вітчизняних сервісів зі створення інтернет-магазинів та їх використання для потреб і розвитку електронного бізнесу.

ОСНОВНІ РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Одним з небагатьох сегментів вітчизняної економіки, який продовжує стрімко рости та розвиватись, незважаючи на негативні кризові явища останніх років, є електронний бізнес, та, зокрема, онлайн-торгівля. Нею активно займаються представники різних сфер діяльності та форм власності.

Е-commerce в контексті ведення бізнесу, сьогодні є невід'ємною складовою практично всіх сфер бізнесу як основне та додаткове джерело залучення клієнтів. Адже важко уявити

клієнта сьогодення, який би не використовував сучасних гаджетів та не здійснював пошук необхідної інформації в мережі Internet.

Як зазначає Чайковська В.П., частка електронної комерції в роздрібній торгівлі в Україні ще дуже низька. Вона тільки починає розкривати свій потенціал. У більшості країн питання регулювання електронної комерції було вже давно вирішене, в той час як наша країна прийняла Закон "Про електронну комерцію" лише у вересні 2015 року [2].

За даними сайту webexpert.com.ua [3], в Україні в 2016 році 67% інтернет-користувачів відвідували сайти, що функціонують у сфері e-commerce. За результатами досліджень визначено трійку найбільш відвідуваних e-commerce сайтів України:

1. Olx.ua (40,4% користувачів);
2. Rozetka.com.ua (32,5% користувачів);
3. Prom.ua (26,5% користувачів).

Переваги використання інтернет-магазину для покупця очевидні:

— можливість економії часу та вибір потрібного товару (послуги) без відвідування певної кількості торговельних закладів, що можуть бути розташовані на досить значній відстані один від іншого;

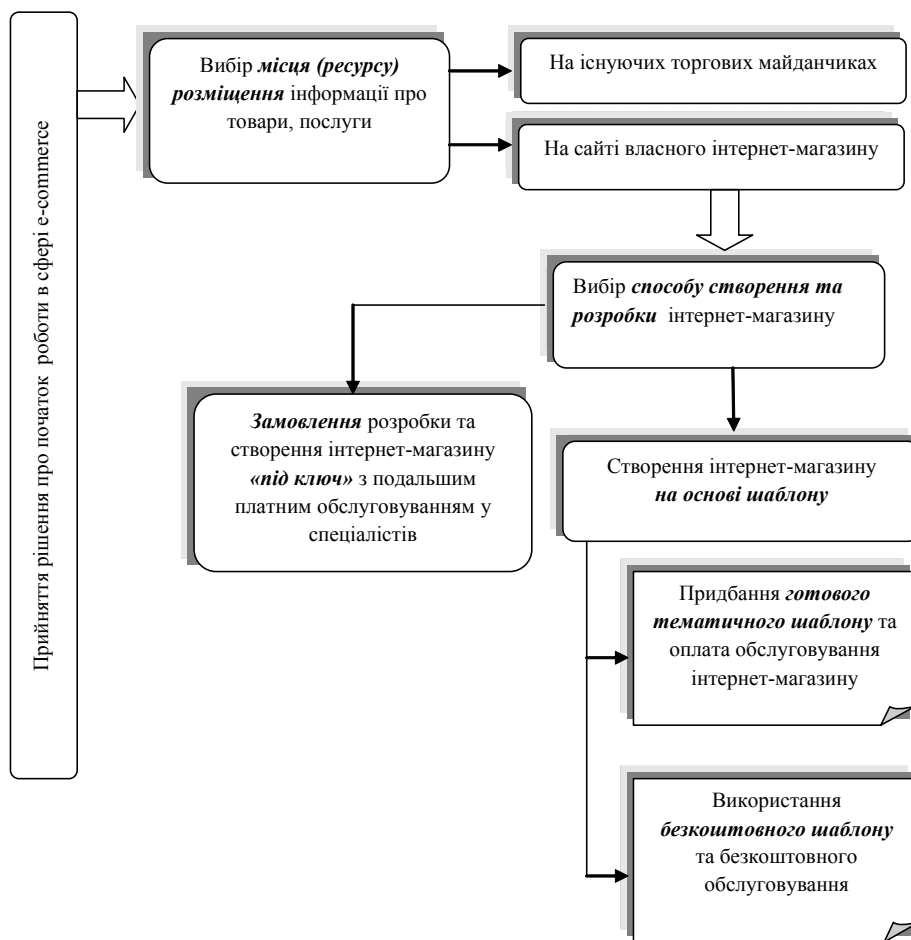


Рис. 1. Обрання способу функціонування в сфері e-commerce для майбутнього інтернет-підприємця

Джерело: розроблено автором.

— перегляд докладної інформації про товар або послугу (супутні товари);

— можливість порівняння цін та характеристик подібних товарів у різних постачальників (виробників);

— швидке оформлення замовлення;

— можливість вибору способів та строків оплати, варіантів доставки обраного товару тощо.

Для продавця у цьому випадку перевагами є:

— робота інтернет-магазину цілодобово без необхідності фізичної присутності продавця;

— позбавлення необхідності пошуку та витрат на оренду вигідного місця розташування магазину;

— відсутність необхідності утримування торгового персоналу та менеджерів (для невеликого інтернет-магазину достатньо роботи самого власника або 1—2 найманих працівників за необхідності цілодобового зворотного зв'язку з покупцями);

— можливість презентування товарів, надходження яких очікується в майбутньому з метою виявлення зацікавленості клієнтів;

— максимальне орієнтування на цільову аудиторію;

— можливість нескінченного розширення асортименту товарів (послуг);

— можливість оптимізації використання складських приміщень та ін.

Тардаскіна Т.М. під час проведення порівняльного аналізу електронної комерції з традиційною комерцією визначила інструменти та методи обох вказаних видів комерції, що вказують на їх відмінність (табл. 1) [1].

Авторський колектив книги "Інтернет-магазин с нуля" до переваг онлайн-торгівлі відносить: вартість утримання інтернет-магазину, цілодобову доступність для покупців, відсутність географічних обмежень для торгівлі; асортимент товарів без необхідності утримання спеціальних складських приміщень; високий рівень безпеки від крадіжок товарів, зворотній зв'язок між продавцем та покупцем, можливість вибору значної кількості опцій для персональної зручності покупцем, вільне керування інтернет-магазину

ном незалежно від місця розташування та з допомогою сучасних інформаційних технологій, легкий старт при мінімальних матеріальних витратах та можливість проведення безкоштовних експериментів, доступ до більшого кола потенційних покупців, ніж при оффлайн-торгівлі [4].

Для підприємця, що вирішив займатися продажем товарів, робіт та послуг з використанням інтернет-магазину існує два варіанти його створення: власними силами та придбання (замовлення) у спеціалістів (рис. 1).

Для людини без спеціальної освіти в сфері e-commerce найбільш швидким та актуальним способом створення інтернет-магазину власними силами є використання сервісів, що надають готові безкоштовні (платні) шаблони інтернет-магазинів. Можна визначити найбільш популярні сервіси для створення інтернет-магазинів наведено нижче [5].

Gollos (<http://gollos.com>) — український сервіс для створення інтернет-магазинів. Наявні готові шаблони, інтеграція з платіжними системами. Вбудована пошукова система. Інтеграція з сервісами email-маркетингу, соціальними мережами.

Шопіум (<http://shopium.ua>) — український SaaS-сервіс для створення інтернет-магазинів. Інтеграція з зовнішніми системами обліку, GoogleAnalytics. Підтримується імпорт каталогу товарів з CSV, XML-документів та 1С. SEO-оптимізовані шаблони. Існує можливість використання на власному домені.

Nethouse (<http://nethouse.ua>) — безкоштовний онлайн-конструктор сайтів та інтернет-магазинів. Існує безліч варіантів оформлення сайту. Інтеграція з соціальними мережами, Adwords, системами статистики. Є сервіс розсилок, SEO-налаштування.

Recommerce (<http://recommerce.com.ua>) — це сервіс, що дозволяє самостійно створити інтернет-магазин для бізнесу. Не потрібні спеціальні знання і навички.

InSales (<http://www.insales.com.ua>) — комплексне SaaS-рішення для електронної торгівлі, що дозволяє створювати інтернет-магазини просто і зручно. Пропонуються додаткові послуги по створенню дизайну та просуванню, різні тарифні плани, існує можливість зберігати налаштування імпорту товарів (для тих, хто синхронізує каталог товарів між обліковою системою та інтернет-магазином з допомогою функцій імпорту/експорту). Можливість здійснювати періодичний імпорт з зовнішнього веб-ресурсу (наприклад, з сайту постачальника).

Prom.ua (<http://prom.ua>) — всеукраїнський торговельний центр в інтернеті, торговельний майданчик з конструктором сайтів та інтернет-магазинів. Будь-який підприємець має можливість створити сайт і інтернет-магазин самостійно, без допомоги ІТ-фахівців. Реєстрація на сайті і робота з особистим кабінетом — безкоштовна. Додаткові послуги надаються за плату. Продавці мають можливість додавати інформацію про себе і свої товари/послуги, яка розміщується: на окремому сайті компанії; у каталозі товарів і послуг Prom.ua; виводиться при пошуку на порталі Prom.ua; буде знайдена у всіх пошукових системах.

Wix (<http://ru.wix.com>) — сервіс для створення сайтів за допомогою візуального редактора. Велика бібліотека шаблонів, мобільна версія, можна приєднати свій домен, безкоштовний хостинг.

SellBe (<http://sellbe.com>) — сервіс дає просту та доступну можливість кожному створити свій інтернет-магазин і, таким чином, легко почати власний бізнес в мережі, зводячи до мінімуму час і витрати, пов'язані з запуском інтернет-торгівлі власними силами. Наявні тематичні безкоштовні шаблони інтернет-магазинів. Різні тарифні плани.

ПриватМаркет (<http://privatmarket.ua>) — онлайн-торговий майданчик Приватбанку. Дозволяє швидко створити сайт або інтернет-магазин і розмістити товари (як для споживачів, так і для представників окремих видів бізнесу), отримувати повідомлення про нові тендери і брати в них участь. Можливість створення персонального інтернет-магазину без спеціальних навичок, представлення товарів покупцеві у привабливому вигляді. Підбір відповідного дизайну, зручний фільтр для вибору дизайнів по основним галузям.

Jimdo (<http://ru.jimdo.com>) — сервіс для створення сайту або інтернет-магазину. Пропонує користувачам велику бібліотеку красивих шаблонів, оптимізованих для пошукових систем. Забезпечується інтеграція з соціальними мережами. Є мобільна версія. Можливість реєстрації свого домену та підключення e-mail.

Skynell (<http://skynell.com>) — конструктор інтернет-магазину з CRM та торговельний майданчик одночасно. Дозволяє завантажити каталог своїх товарів, створити сайт компанії та інтернет-магазин, вести базу клієнтів обробляти замовлення.

Ecwid (<http://www.ecwid.com/ua>) — SaaS-сервіс для створення інтернет-магазинів. Дозволяє легко додати інтернет-магазин на існуючий сайт у формі віджета. Інтеграція з соці-

альними мережами і популярними CMS. Інтеграція з платіжною системою "Robokassa" для прийому платежів. Мобільна версія.

WebNode (<http://www.webnode.com.ua>) — безкоштовний сервіс для створення сайтів та інтернет-магазинів. Оптимізований для мобільних пристроїв.

UI.ua (<http://ui.ua/package-info>) — конструктор сайтів та інтернет-майданчик одночасно. Призначений для продажу товарів і послуг.

7910 e-commerce (<http://7910.com.ua>) — сервіс, що дозволяє безкоштовно створити інтернет-магазин для торгової компанії. Щоб повністю керувати його структурою і наповненням, не потрібні спеціальні знання. Зручна і багатофункціональна адміністраторська панель для управління власним магазином.

Тут варто зауважити, що конструктори сайтів не завжди в повній мірі відображають специфічні потреби саме такого комерційного їх підвиду, як інтернет-магазини — тому в останнє десятиліття свою нішу на ринку сайтбілдерів зайняли конструктори саме інтернет-магазинів з наданням цілого спектру вузькоспеціалізованих послуг.

Вартість платних готових шаблонів по конкретній тематиці в середньому по Україні коливається в межах 75 дол. США [6]. При купівлі готового шаблону клієнт отримує: цілодобову технічну підтримку; медіа-файли, що включені у вартість шаблону; html-файли та вихідні psd-файли; інструкції з налаштування шаблону; можливість заміни шаблону на інший або повернення коштів у разі відмови від його купівлі.

У разі використання безкоштовних шаблонів клієнт власноруч проходить всі етапи налаштування та наповнення інтернет-магазину, має можливість розмістити інформацію про відносно невелику кількість товарів, обирає власний домен із переліку запропонованих, має можливість підключити платіжні системи, визначати способи доставки та налаштування дизайну власного шаблонного інтернет-магазину. Розглянемо цей процес більш детально. Під час створення власного інтернет-магазину за допомогою конструктора, зазвичай, проходять наступні етапи (використовуючи адміністраторська панель інтернет-магазину):

1. Вибір та встановлення дизайну магазину. На цьому етапі відбувається обрання структури та кольорової гами оформлення інтернет-магазину.

2. Додавання товарів. Цей етап передбачає заповнення персоналізованих даних для кожного виду товару: назва, категорія, виробник, артикул, зображення товару, ціна товару, на-

явність (кількість товарів в наявності), анонс (короткий опис товару), опис (повний опис товару), SEO (т.б. технічні принципи та інструменти, що дозволяють підвищити позицію показу посилання на інтернет-магазин в пошукових системах, працює в автоматичному режимі), властивості товару (додаткові властивості товару, наприклад, колір, розмір).

3. Редагування/створення дерева категорій. Дерево категорій, зазвичай, має ієрархічну структуру. Обрання категорій можливе на попередньому етапі, але під час наповнення майбутнього інтернет-магазину товарами може бути виникнути необхідність зміни назви категорій або створення нових підкатегорій тощо.

4. Встановлення логотипу. На цьому етапі завантажуються зображення розробленого раніше логотипу інтернет-магазину, вказується назва інтернет-магазину, часовий пояс та встановлюється мітка місцезнаходження магазину на мапі Google.

5. Способи доставки. Відбувається створення різних способів доставки з вказуванням особливостей кожного з них (строків, вартості тощо).

6. Способи оплати. Визначаються всі можливі способи оплати клієнтами замовлень, зазначаються платіжні шлюзи, розмір комісії, яка буде стягуватись з покупця за використання конкретного виду оплати. На цьому ж етапі здійснюється налаштування прийому платежів на попередньо зареєстрований рахунок або гаманець, що включає підключення інтернет-еквайрингу, внесення персональних даних магазину, реквізитів рахунку або платіжної карти, підключення мерчанта та внесення його ID разом з приватним ключем у відповідні поля вікна способу оплати.

7. Контакти. Етап включає створення списку контактів з внесенням коректної інформації про кожен з них (може містити назву, телефон/факс, e-mail, поштову адресу для відправлення товарів, юридичну адресу для листування тощо).

8. Система статистики. Є можливість створення лічильників (сервісів для зовнішнього незалежного вимірювання відвідуваності сайту, який, зазвичай, складається з двох частин — коду, який розміщується на сторінці сайту для збирання даних; двигуна, який підраховує отриману інформацію та пропонує її у вигляді статистичного звіту) та налаштування Google Analytics (безкоштовного сервісу для створення детальної статистики відвідувачів веб-сайтів), для чого користувач повинен лише розмістити на сторінці свого сайту JS-код, який

Таблиця 2. Вартість та терміни виконання робіт з розробки та створення інтернет-магазину популярних вітчизняних сервісів

Виконавець	РВВ-дизайн, Львів (pbb.lviv.ua)	Львівська студія веб-дизайну Sanao, Львів (sanao.com.ua)	SELLBE, Київ (sellbe.com)	Artjoker, Харків (artjoker.ua)
Термін виконання робіт	30 днів	25-30 днів	7 днів	від 45 днів
Вартість виконання робіт	Від 10000 грн.	Від 700 у.о.	Від 6499 грн.	Не вказано, залежить від комплексу робіт
Перелік основних видів робіт	Розробка дизайну сайту, установка сайту на CMS (система управління контентом), налаштування модулів, додаткові послуги (лічильник відвідуваності, реєстрація у пошукових системах, мапа сайту)	Розробка оригінального веб-дизайну, програмної частини сайту CMS, домен та хостинг, додаткові послуги (багатомовність сайту, керування адмін.-панель, голосування покупцями та створення рейтингу, мапа сайту, порівняння товарів, SEO-оптимізація інтернет-магазину, моніторинг конкуруючих сайтів)	Розробка адаптивного шаблонного дизайну стилізованого згідно вимог клієнта, створення правильної структури магазину, розробка унікального логотипу, персональне навчання по використанню інтернет-магазину, набір маркетингових інструментів для просування товарів, повні звіти про продажі та роботу магазину, VIP-підтримка та персональний менеджер, що закріплюється за магазином, пакет послуг «Оптимальний» на 1 рік	Індивідуальний підхід до розробки архітектури сторінок у відповідності до канонів юзабіліті, креативний дизайн-макет, підбір домену, налаштування хостингу, навчання роботи з інтернет-магазином, просування інтернет-магазину та його подальший розвиток (індивідуальні пошукова оптимізація, контекстна реклама, email-маркетинг, просування в соціальних мережах), консультування щодо подальшого розвитку магазину
Післягарантійне обслуговування	Так	Так	Так	Так, протягом 30 днів після передавання готового продукту замовнику

Джерело: узагальнено автором.

можна власноруч згенерувати, зареєструвавшись на сайті Google Analytics [8], після чого в адмін-панелі інтернет-магазину у полях налаштування Google Analytics ввести логін та пароль, який використовувався при реєстрації на сайті.

Окрім вказаних етапів створення інтернет-магазину на основі безкоштовного шаблону користувач має можливість здійснювати додаткові налаштування, які стосуються:

- просування магазину (додавання купонів, акційних знижок, знижок від суми замовлення, розміщення товарних інформерів тощо);

- мови та валют (обрання мови, якою буде відображатись меню інтернет-магазину, валюта, що використовуватиметься під час проведення розрахунків — основна та додаткова з відображенням інформації про обмінний курс);

- коментарів (можливість підключення/відключення коментарів із зазначенням переліку IP-адрес, коментарі з яких блокуватимуться);

- кнопок (отримання та розміщення кнопки з переходом на сайт інтернет-магазину для сайтів-партнерів);

- публікацій (розміщення публікацій, що стосуються нових товарів та діяльності інтернет-магазину як додаткового маркетингового іміджевого інструменту);

- дизайну сайту (можливість підключення мобільної версії, яка, зазвичай, є платною послугою, редагування блоків в структурі сайту інтернет-магазину та ін.);

- навігації сайту (редагування меню);

- сторінок сайту (редагування існуючих та додавання нових сторінок з посиланнями на них);

- опитувань (створення питань, відповіді клієнтів на які будуть згенеровані у вигляді звітів);

- файлів (можливість завантаження файлів в інтернет-магазин у форматах gif, png, jpeg, jpg, xls,xlsx, doc, docx, pdf розміром до 1Mb, які можна організувати по теках з метою оптимізації їх пошуку);

- замовлень (визначення режиму зміни кількості товарів; нумерації замовлень; мінімальної суми замовлення; e-mail для сповіщення про стан замовлення; номер для SMS-сповіщення про стан замовлення; стан замовлення — новий, виконаний, в стадії обробки тощо);

- шаблони листів, що відправляються покупцям — лист-замовлення, лист-переписка, лист-інформація про замовлення та ін., список заблокованих IP-адрес для здійснення замовлень);

- клієнтів (формування та редагування груп клієнтів за видами знижок, груп оптових клієнтів, обрання сервісів для синхронізації передплатників, визначення списку соціальних мереж для входу на сайт інтернет-магазину);

- аккаунту (зміна тарифного плану обслуговування, редагування інформації про власника інтернет-магазину, перегляд журналу відвідувань, перегляд повідомлень від служби підтримки та ін.).

Незважаючи на перелік доступних функцій в безкоштовному шаблоні, наявні істотні мінуси:

- через певний час (так званий випробувальний термін для інтернет-магазину, який коливається від одного тижня до одного місяця) розробник розміщує там сторонню рекламу;

- у більшості випадків відсутня мобільна версія інтернет-магазину;

- з'єднання є незахищеним (дані, що передаються між клієнтом та інтернет-магазином не шифруються та можуть бути підмінені сторонньою особою);

- неактивними є послуги експорту/імпорту інформації та її синхронізації;

- недоступне редагування дизайну (крім елементарних характеристик окремих складових);

- відсутня можливість розміщення та відстеження інформації про акції, знижки, купони, оптові продажі, формування звітів та ін.

Окрім того, розробник шаблону, залишає за собою право відміни обслуговування клієнта за так званим "безкоштовним тарифом".

За умови обмеженого бюджету, під час впровадження власного інтернет-магазину всі основні етапи створення та розкручування сайту майбутній інтернет-підприємець буде проходити власноруч, оскільки замовлення виконання робіт з розробки та "розкручування" сайту у професіоналів потребуватиме немалих витрат та в більшості випадків не є прийнятними для початківців в інтернет-бізнесі. Вартість, перелік та терміни виконання робіт з розробки та створення інтернет-магазину деяких вітчизняних сервісів наведено у таблиці 2.

Якщо прийнято рішення про залучення спеціалістів, які будуть займатись просуванням сайту інтернет-магазину, варто звернути увагу на деякі позиції співпраці з ними:

- перелік робіт, які буде виконано та обґрунтування необхідності їх здійснення;

- підтвердження кваліфікації в цій сфері (кейси всіх робіт, у т.ч. не зовсім успішних, приклади робіт, відгуки реальних клієнтів тощо, але не сертифікати та грамоти, які на практиці, не завжди є реальним підтвердженням рівня компетентності та кваліфікації і які завдяки сучасним технологіям можна легко підробити, оскільки замовник в 99% випадків не перевірятиме їх правдивість);

- згода спеціалістів або представників від виконавця відповісти на основні питання до початку співпраці (укладання угоди), прикла-

ди звітів, що надсилались переднім клієнтам з детальними поясненнями, конкретними показниками, які дають можливість замовнику ідентифікувати процес виконання роботи, а не лише звітування про хід її виконання;

- адекватність вартості виконання замовлення (в порівнянні з цінами конкурентів — ціна на замовлення не має сильно коливатись у бік зменшення або збільшення від середніх показників). Тут варто також звернути увагу на те, що спеціалісти в сфері SEO, які працюють за "бутиковим" принципом мають значно вищий рівень якості виконуваної роботи в порівнянні з широкопрофільними підприємствами з величезною кількістю замовників та малим штатом працівників та можуть підказати замовнику спосіб більш раціонального спрямування використання його ресурсів (у кожній сфері є певний сегмент продукції, зусилля по просуванню якої на початку діяльності принесуть значно більший ефект, ніж просування одразу всієї номенклатури);

- узгодженість строків та умов виконання замовлення в договорі (виконавець має чітко прописати в договорі обсяги робіт, які виконуватиме, очікувані результати та конкретні строки їх досягнення, способи підтвердження їх, які будуть зрозумілими для замовника та відповідальність за невиконання умов договору).

Одним із першочергових та значущих питань при створенні інтернет-магазину особою без спеціалізованих навичок є вибір платформи, на якій його буде розміщено (створено). При цьому необхідно звернути увагу на термін функціонування платформи, власні розробки, рейтинг серед користувачів, цільову аудиторію.

Створення інтернет-магазину ще не означає його успішного функціонування. Тому власнику такого ресурсу не варто забувати про складові, які забезпечать ефективну роботу інтернет-магазину, до яких можна віднести: гармонійний дизайн; безперервність та швидкість роботи інтернет-магазину; навігація та система пошуку; інформація про товар; елементи інтернет-магазину, що визначають наступні дії покупців; маркетингова підтримка інтернет-магазину; зворотній зв'язок з клієнтами тощо. Виконання більшості з перерахованих пунктів в компетенції кваліфікованих веб-дизайнерів та маркетологів, проте, краще за власника інтернет-магазину його товар та вподобання постійних клієнтів ніхто не знатиме і тому деякі з цих заходів може забезпечувати саме він, навіть не маючи спеціальної освіти на навичок роботи в сфері просування сайтів.

ВИСНОВКИ

Сучасний підприємець, шукаючи всі можливі шляхи підвищення рівня доходу, на який, в першу чергу, впливає обізнаність клієнтів про його продукцію та можливість швидкого розуміння й задоволення потреб потенційних клієнтів все частіше звертається до сфери електронної комерції, як середовища, що дає можливість задовольнити всі ці вимоги. Наявність цілої низки вітчизняних сайт-білдерів, SEO-компаній та електронних платіжних систем, які намагаються максимально адаптувати інтерфейс та функціональні можливості своїх продуктів до потреб представників малого бізнесу, сприяють збільшенню кількості приватних інтернет-підприємців, що провадять свій бізнес із залученням клієнтів по всій Україні та за її межами. В залежності від наявного бюджету підприємець має можливість створити інтернет-магазин на основі готових безкоштовних шаблонів і самостійно займатись його розвитком або придбати платний шаблон інтернет-магазину та оплатити додаткові послуги по його обслуговуванню, або замовити створення інтернет-магазину за власними вимогами та передати всі функції по його керуванню спеціалістам.

Література:

1. Тардаскіна Т.М. Електронна комерція: навчальний посібник / Тардаскіна Т.М., Стрельчук Є.М., Терешко Ю.В. — Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2011. — 244 с.
2. Чайковська В.П. Електронна комерція в Україні: сучасний стан та тенденції розвитку / В.П. Чайковська // Науковий економічний журнал "Інтелект ХХІ". — 2016. — № 3. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.intellect21.nuft.org.ua/journal/2016/2016_3/4.pdf
3. Проект Web expert. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://webexpert.com.ua/ecommerce-in-ukraine-2016>
4. Інтернет-магазин с нуля [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://lemarbet.com/wp-content/uploads/2015/05/internet-magazin-s-nulya.pdf>
5. Live Business UA. Рейтинги приложений [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.livebusiness.com.ua/tools/shop>
6. Сайт компанії TemplateMonster. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.templatemonster.com/ua>
7. Іван Цебак. Електронна комерція (e-commerce) / І. Цебак [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://juryst.lviv.ua/articles/category/3/message/934>

8. Google Analytics. <https://www.google.com/analytics>.

References:

1. Tardaskina, T.M. (2011), Elektronna komertsia: Navchal'nyj posibnyk [E-commerce: Tutorial], ONAZ im. O.S. Popova, Odesa, Ukraine.
2. Chajkovs'ka, V.P. (2016), "E-commerce in Ukraine: current state and development trends", Naukovyj ekonomichnyj zhurnal "Intelekt XXI", [Online], vol 3, available at: http://www.intellect21.nuft.org.ua/journal/2016/2016_3/4.pdf
3. The official site of Web expert project (2016), available at: <https://webexpert.com.ua/ecommerce-in-ukraine-2016> (Accessed 11 April 2017).
4. Internet-shop from scratch (2015), available at: <http://lemarbet.com/wp-content/uploads/2015/05/internet-magazin-s-nulya.pdf> (Accessed 11 April 2017).
5. Live Business UA (2016), "Applications ratings", available at: <http://www.livebusiness.com.ua/tools/shop> (Accessed 14 April 2017).
6. The official site of company TemplateMonster (2017), available at: <https://www.templatemonster.com/ua> (Accessed 15 April 2017).
7. Tsebak, I. (2015), "E-commerce", available at: <http://juryst.lviv.ua/articles/category/3/message/934> (Accessed 15 April 2017).
8. The official site of Google Analytics (2017), available at: <https://www.google.com/analytics> (Accessed 15 April 2017).

Стаття надійшла до редакції 23.05.2017 р.

www.economy.nayka.com.ua

Електронне фахове видання

Ефективна
ЕКОНОМІКА

Виходить 12 разів на рік

Видання включено до переліку наукових фахових видань України, в яких можуть публікуватися результати дисертаційних робіт на здобуття наукових ступенів доктора і кандидата наук з ЕКОНОМІКИ

e-mail: economy_2008@ukr.net

тел.: (044) 223-26-28

(044) 458-10-73