

УДК 330.46:004.738.5

## ВИХІД ПІДПРИЄМСТВА НА ІНТЕРНЕТ-РИНОК: ПРОБЛЕМИ, ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ

*Д.О. СІКОРСЬКИЙ, аспірант,  
Київський національний  
університет імені Тараса Шевченка  
В.О. ДЕНИСЮК, кандидат  
технічних наук, доцент кафедри  
економічної кібернетики,  
Вінницький національний аграрний  
університет*

*У статті розглянуто нові можливості розвитку підприємств з появою інформаційних технологій. Традиційні бізнес-процеси, такі, як маркетинг, постачання, збут та ін. в мережевій економіці набувають нових рис. Виникнення мережевого співтовариства на макrorівні ставить на макrorівні перед керівництвом підприємства задачу адаптації технологій і бізнес-процесів до нових умов і визначення правильної інноваційно-інвестиційної політики. Зміни стосуються як ієрархічних зв'язків підприємства (найбільш адекватною для мережевої економіки виявилася горизонтальна кооперація), так і його функціональної організації.*

*Проаналізовано переваги та недоліки використання інтернет-технологій для ведення бізнесу. Технології та інновації можуть принести позитивні зміни в економічну діяльність – такі, що можуть вдосконалити бізнес у майбутньому. Але ризики неефективного застосування технологій можуть впливати протягом кількох років.*

*Визначено основні проблеми виходу підприємства на електронний ринок: державні, комерційні, соціальні.*

**Ключові слова:** електронна комерція, інформаційні технології, споживач, мережа Інтернет.

**Літ. 4.**

**Постановка проблеми.** Поява Інтернету внесла зміни в процес торгівлі: в поведінку підприємців та споживачів, в те, як вони продають та купують продукти та послуги, як збирають та використовують інформацію. Також Інтернет відкрив повністю нові сектори економіки шляхом створення нових продуктів, сервісів та моделей бізнесу, які раніше були неможливими. Електронна комерція, тобто торгівля товарами та послугами через мережу Інтернет, стрімко зростає, і підприємці можуть сьогодні зв'язуватися зі споживачами в інших країнах шляхами, які раніше не були доступні. Малі підприємства, зокрема, також отримали вигоду, отримавши недостачу необхідних ресурсів. Швидкий розвиток інтернет-технологій створює можливості для розширення торгівлі. Однак, разом з новими можливостями існує і ряд бар'єрів.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** З поширенням використання інформаційних технологій в процесі ведення бізнесу підвищився інтерес до цього питання у науковців та дослідників. Порівняльний аналіз електронної комерції та інших високотехнологічних засобів ведення бізнесу проводили Р.Костяєв, Н.Меджибовська, О.Чубукова. Також дослідження ринку електронної комерції здійснювали І.Успенський, В.Плескач, М.Макарова та ін.

Велику частину досліджень у даній сфері проводять різні інформаційні та маркетингові агентства. Наприклад, першою у 2013 році своє дослідження презентувала компанія Morgan Stanley. Компанія Insales провела дослідження інтернет-магазинів, поділених за галузями діяльності. Основні тренди розвитку електронної комерції були визначені агентством eMagnat.

Виникнення мережевого співтовариства на макрорівні ставить на макрорівні перед керівництвом підприємства задачу адаптації технології і бізнес-процесів до нових умов і визначення правильної інноваційно-інвестиційної політики. Зміни стосуються як ієрархічних зв'язків підприємства (найбільш адекватною для мережевої економіки виявилася горизонтальна кооперація), так і його функціональної організації. Традиційні бізнес-процеси, такі, як маркетинг, постачання, збут та ін. в мережевій економіці набувають нових рис.

**Метою дослідження** є аналіз наявних проблем виходу підприємств на ринок електронної комерції.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Виходячи на електронний ринок, підприємство стає учасником мережевої економічної діяльності. Нові форми організації і управління стосуються всіх стадій господарської діяльності (від придбання ресурсів до збуту готової продукції).

Електронна комерція включає продаж чи покупку товарів та послуг через комп'ютерну мережу підприємцями, фізичними особами, державою чи іншими організаціями. Електронна комерція - це традиційна комерція, але більш гнучкіша та швидкіша завдяки електронному спілкуванню. Це полегшує вдосконалення операцій та сприяє зниженню витрат, а також підвищує конкурентоздатність та ефективність шляхом перетворення традиційних методів ведення бізнесу.

Електронна комерція забезпечує значні вигоди для бізнесу шляхом підвищення ефективності та збільшення доходу. Стають можливими нові шляхи виходу на ринок у майбутньому. Електронна комерція дає доступ до більш якісної інформації, що, в свою чергу, дозволяє приймати більш зважені рішення. Важливим є те, що електронна комерція стає для підприємства конкурентною перевагою. Вона допомагає укріпити позицію на ринку та відкриває нові можливості з потенційним збільшенням прибутку. Переваги виходу підприємства на ринок електронної комерції можна поділити на кілька груп.

1) Переваги у зниженні витрат:

- Зниження транспортних витрат: використання мобільних телефонів, електронної пошти та інших інформаційних технологій замінює відрядження;
- Зменшення витрат на матеріали: більша кількість інформації означає кращий вибір постачальників та конкурентних цін;
- Зниження витрат на маркетинг та дистрибуцію: наприклад, публікація каталогів онлайн дозволить доступ до них необмеженій кількості споживачів та дасть змогу регулярного оновлення;
- Зниження витрат на продаж: Інтернет забезпечує безпрецедентні можливості для бізнесу знизити витрати на локальну торгівлю і, більш того, на закордонну.
- Більш ефективне управління процесом поставки: можна уникнути потреби в посередниках, що призведе до зменшення транзакцій цих витрат (включаючи процеси управління та продажу), зниження накладних витрат та витрат на інвентаризацію та оплату праці.
- Удосконалення внутрішніх функцій: зменшення кількості зустрічей, вдосконалення процесу обміну критичними знаннями, усунення бюрократії.

2) Ринкові переваги:

- Охоплення більшої території: мережа дозволяє досягти клієнтів, які знаходяться на великій відстані;

- Більша впізнаваність бренду: поява нових можливостей для просування товарів та послуг;
  - Підвищення якості обслуговування клієнтів: забезпечення більш гнучкого процесу прийняття замовлення, післяпродажне обслуговування, що, в свою чергу, може призвести до підвищення лояльності клієнтів;
  - Зростання обізнаності на ринку: можливість бути більш обізнаним про конкуренцію та зміни на ринку, що може призвести до оновлення продукції чи послуг та вдосконалення якості.
- 3) Інші конкурентні переваги:
- Зростання ефективності: електронна комерція не лише знижує витрати, а також підвищує швидкість транзакцій, тобто продажу та покупки;
  - Безперервна торгівля: продавці та споживачі за бажанням мають цілодобовий доступ до сервісу – особливо це є важливим, якщо торгівля відбувається між різними часовими зонами.
  - Спеціалізація: електронна комерція допомагає зосередитися на діяльності, що робить легшим процес встановлення зв'язків з іншими підприємствами.

Багато з цих переваг можна отримати, здійснивши відносно невеликі інвестиції в нові технології та системи.

Окрім великих потенційних переваг, з електронною комерцією пов'язано і декілька недоліків. Це фінансові витрати, альтернативні витрати та небезпека невдачі. Розглянемо їх більш детально.

- Електронна комерція може призвести до надмірних витрат так само, як і до зменшення витрат. Вартість старт-апу (початкові витрати на техніку та технології та ін.) може бути високою, а також можуть з'явитися додаткові витрати.
- Діяльність на ринку електронної комерції повинна відбуватися паралельно з існуючим бізнесом. Наприклад, потрібно продовжувати виробляти паперові матеріали (брошури, канцелярське приладдя, листівки і т.д.) разом з електронними аналогами. Це дублюватиме деякі види діяльності та збільшуватиме витрати.
- Електронна комерція може відвернути увагу від важливих видів діяльності поза мережу. Важливо пам'ятати, що он-лайн та оф-лайн діяльності повинні йти паралельно, а не на шкоду один одному.
- Підприємство, що діє на ринку електронної комерції, може потерпіти невдачу так само, як і будь-яке інше підприємство. Тому варто наголосити на тому, що не слід витрачати всі ресурси лише на розвиток електронної комерції.

Однак, цілковита відмова від електронної комерції також загрожує певними ризиками. Технології та інновації можуть принести позитивні зміни в економічну діяльність – такі, що можуть вдосконалити бізнес у майбутньому. Ризики неефективного застосування технологій можуть впливати протягом кількох років. Наприклад:

- Відсутність або наявність поганого веб-сайту зменшує шанси підприємства у порівнянні з конкурентами, особливо, якщо підприємство є експортером чи займається туристичним бізнесом.
- Невідповідні або неадекватні технології можуть призвести до втрати підприємством системи зв'язку, яка є необхідною для ефективного існування.
- Все частіше підприємствам, які не мають баз даних клієнтів та продажів, важко проводити регулярний та ефективний прямий маркетинг, який проводять конкуренти та очікують клієнти.

Хоча велика кількість переваг та швидкий розвиток технологій все більше свідчать на користь застосування електронної комерції у власному бізнесі, все ще існують бар'єри для електронної комерції. Можна виділити державні, комерційні та соціальні бар'єри.

До державних бар'єрів відносять такі:

- Держава наполегливо утримує та захищає неефективну телефонну мережу. Це призводить до збільшення комунікаційних витрат, роблячи електронну діяльність дорогою та неконкурентоздатною.
- Недостача державної стратегії чи підтримки у розвитку класу світових підприємств. Небагаті підприємства, навіть якщо вони під'єднані до мережі Інтернет, не матимуть успіху у конкурентному світовому середовищі. Особливо у малорозвинутих країнах компанії не мають можливостей виходу на міжнародний ринок, оскільки не знають, як правильно його обслуговувати. Держава повинна прикладати більше зусиль, щоб допомогти підприємствам скористатися можливостями виходу на електронний ринок.
- Держава володіє та управляє логістичними мережами, такими, як порти та аеропорти, що підвищує неефективність, витрати та ненадійність послуг, що неприпустимо для електронного простору.
- Бюрократія експортних та імпорتنих процедур призводить до збільшення тривалості митного оформлення, що нівелює переваги від швидкості транзакцій, що пропонує електронна комерція. Це впливає на рівень обслуговування та збільшує витрати на ділові операції.
- Такі обмеження на імпорт та експорт, як дозволи та ліцензії, забирають час на їх отримання, а тому створюють перешкоди на шляху електронної комерції.
- Відсутність прогресу у створенні державних інститутів, таких як Митний департамент, для електронного збору митних декларацій. Це змушує електронні підприємства витрачатися на папір та підриває безпаперову концепцію торгівлі.
- Відсутність адекватної правової бази для обслуговування сфери електронної торгівлі.

Комерційні бар'єри полягають у:

- Несумісності бізнес-процесів. Підприємці намагаються вести свій бізнес, опираючись на власний інстинкт та досвід. Електронна комерція кидає виклик їх бізнес-процесам. Відсутність бізнес-досвіду та доступної технічної допомоги для необхідних змін може значно вплинути на шанси компанії вийти на ринок електронної комерції.
- Відсутності критичної маси дійсних ділових партнерів або споживачів, які теж користуються електронними послугами. Якщо підприємці не можуть зв'язуватися з їх локальними постачальниками товарів і послуг через Інтернет, вони не можуть створити електронний ринок в країні.
- Відсутності капіталу (здібностей та фінансування) для здобуття необхідних технологій, які вимагає існуючий ринок. Витрати та здібності, що утворюють внутрішню інфраструктуру часто пригнічують малий та середній бізнес.
- Поганому представленні IT- підприємств та обслуговуючих фірм. Компанії повинні мати доступ до підприємств, що надають програмне забезпечення та технічну підтримку для електронної комерції. Також проблема може полягати у тому, чи є привабливою та чи інша країна для IT-компаній.
- Відсутності ринку капіталу для створення електронного підприємства (для малорозвинутих країн). Без доступу до капіталу підприємці з ідеями електронних старт-апів не мають можливостей реалізувати свої ідеї.
- Відсутності критичної маси працівників, що володіють знаннями, необхідними для діяльності в електронному середовищі. Такі люди мають навички роботи з інформаційними технологіями та створення контенту в умовах нової економіки.
- Відсутності логістичної та фінансової підтримки.

До соціальних бар'єрів відносять:

Культура та ментальність – значний бар'єр для електронної комерції. Однією з основних причин, чому європейські (за винятком Скандинавії, Англії та Нідерландів) та японські Інтернет - підприємства відстають від американських, є культурні та ментальні відмінності. Цей бар'єр ще більше посилюється у малорозвинутих країнах та спричиняє недостачу обізнаності та поінформованості про електронну комерцію, страх перед технологіями, боязнь знайомства з інформаційними технологіями та відсутність довіри до системи. Аналіз практики показав, що культурні моменти виявилися найбільшим бар'єром для електронної комерції, за ним слідували вартість інвестицій, інфраструктури та турбота про безпеку.

Гендерні питання. ІТ-революція базується на людському інтелекті. У багатьох країнах (особливо малорозвинутих) в силу гендерної упередженості велика частина інтелектуальних ресурсів не використовується ефективно.

Відмінності в стилі життя. Жителі різних країн по-різному відносяться до Інтернету. Деяким прошаркам населення потрібно досить багато часу для усвідомлення переваг доступу до мережі Інтернет.

Рівень освіти та мови. В багатьох малорозвинутих країнах обмежені навички грамотності, а тому дуже важко прийняти нові правила та простір для спілкування, які диктують нові технології.[2]

**Висновки.** Електронна комерція разом з іншими напрямками ІТ-бізнесу стала однією з найактуальніших тем в інвестиційному суспільстві. Така тенденція легко пояснюється швидким зростанням популярності цієї галузі на фоні економіки країни.

Торгівля в Інтернеті швидко зростає по всьому світі. Навіть у розвинутих країнах електронна комерція показує двозначне зростання щороку, і така тенденція буде зберігатися. Один з родоначальників Інтернет-торгівлі, керівник Amazon, Джеффри Безос вважає, що "це лише перший день". [1]

В Україні галузь торгівлі через Інтернет демонструє один з найбільших темпів зростання серед всіх галузей економіки. Справа в тому, що електронна комерція в нашій країні лише недавно пережила етап зародження і перемістилась на етап зростання.

Недорозвинутість системи електронних платежів, низький рівень доходів населення і втручання державних органів, безумовно, мають деякий негативний вплив на розвиток он-лайн-торгівлі в Україні. Однак ринок буде швидко зростати, не дивлячись на можливі труднощі. Основна причина цього зростання – зручність для користувача. Зрозумівши всі переваги придбання товарів в Інтернеті, український споживач буде все більше користуватися цією послугою.

#### **Список використаних джерел**

1. Исследование рынка электронной коммерции в Украине [Електронний ресурс]: AIN.UA – Інтернет-бізнес в Україні. – Режим доступу: <http://ain.ua/2013/04/11/120835>
2. Lake S. E-commerce and LDCs challenges for enterprises and governments / S.Lake// KATHMANDU – NEPAL – 30-31 MAY 2000. – 29 p.
3. Стубайло Т.С. Електронна комерція: сучасний стан та проблеми впровадження/ Т.С.Стубайло// Новости научной мысли: збірник тез доповідей Міжнародної науково-практичної конференції. – Прага, 2007. – 176 с.
4. Успенский И. Энциклопедия Интернет-бизнеса / И.Успенский// Спб.: Питер, 2001. – 432с.

**Список джерел у транслітерації / References**

1. Issledovanie ryinka elektronnoy kommertsii v Ukraine [Elektronniy resurs]: AIN.UA – Internet-biznes v Ukraini. – Rezhim dostupu: <http://ain.ua/2013/04/11/120835>
2. Lake S. E-commerce and LDCs challenges for enterprises and governments / S.Lake// KATHMANDU – NEPAL – 30-31 MAY 2000. – 29 p.
3. Stubailo T.S. Elektronna komertsii: suchasnyi stan ta problemy vprovadzhennia/ T.S.Stubailo// novosti nauchnoy myisli : zbirnyk tez dopovidei Mizhnarodnoi nakovo-praktychnoi konferentsii. – Praha, 2007. – 176 s.
4. Uspenskiy I. Entsiklopediya Internet-biznesa / I.Uspenskiy// Spb.: Piter, 2001. – 432 s.

**АННОТАЦИЯ  
ВЫХОД ПРЕДПРИЯТИЯ НА ИНТЕРНЕТ-РЫНОК:  
ПРОБЛЕМЫ, ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ**

*СИКОРСКИЙ Дмитрий Олегович, аспирант, Киевский национальный университет имени Тараса Шевченка  
ДЕНИСЮК Валерий Александрович, кандидат технических наук, доцент кафедры экономической кибернетики, Винницкий национальный аграрный университет*

*В статье рассмотрены новые возможности развития предприятий с появлением информационных технологий. Традиционные бизнес-процессы, такие, как маркетинг, снабжение, сбыт и др. в сетевой экономике приобретают новые черты. Возникновение сетевого сообщества на макроуровне ставит на макроуровне перед руководством предприятия задачу адаптации технологии и бизнес-процессов к новым условиям и определения правильной инновационно-инвестиционной политики. Изменения касаются как иерархических связей предприятия (наиболее адекватной для сетевой экономики оказалась горизонтальная кооперация), так и его функциональной организации.*

*Проанализированы преимущества и недостатки использования интернет-технологий для ведения бизнеса. Технологии и инновации могут принести положительные изменения в экономическую деятельность – такие, которые могут усовершенствовать бизнес в будущем. Но риски неэффективного применения технологий могут воздействовать на несколько лет.*

*Определены основные проблемы выхода предприятия на электронный рынок: государственные, коммерческие, социальные.*

**Ключевые слова:** электронная коммерция, информационные технологии, потребитель, сеть Интернет.

**ANNOTATION  
ENTRY INTO THE INTERNET MARKET:  
PROBLEMS, ADVANTAGES AND DISADVANTAGES**

*SIKORSKYI Dmytriy, postgraduate student, Kyiv National University named after Taras Shevchenko  
DENYSIUK Valerii – Candidate of Technical Sciences, Associate professor, Department of Economic Cybernetics of Vinnitsa National Agrarian University*

*The article deals with the new opportunities of enterprise development with the appearance of information technology. Traditional business processes such as marketing, delivery and distribution in network economics become different. Appearance of network community on macro level sets a task to the management of enterprise to adapt technologies and business processes to the*

*new conditions and define proper innovation and investment policy. Changes influence hierarchical relations of the enterprise (horizontal cooperation is the most appropriate for network economics) as well as its functional organization.*

*Advantages and disadvantages of using Internet technologies for doing business are analyzed. Technologies and innovations can bring positive changes in the economic activity that can improve business in future. However, risks of inefficient usage can have an influence during several years.*

*The main problems of entering an electronic market by enterprise are identified. They are governmental, commercial and social problems.*

**Keywords:** e-commerce, information technologies, consumer, Internet.

#### **Інформація про авторів**

**СІКОРСЬКИЙ Дмитро Олегович** – аспірант, Київський національний університет імені Тараса Шевченка (22700, м.Іллінці, вул. Заводська, 123, e-mail: sikorskiy.dima@outlook.com)

**ДЕНИСЮК Валерій Олександрович** - кандидат технічних наук, доцент кафедри економічної кібернетики, Вінницького національного аграрного університету (21000, м. Вінниця, вул. Сонячна, 3, 1-й корпус, каб.№1405, e-mail:vad64@i.ua)

**СИКОРСКИЙ Дмитрий Олегович** - аспирант, Киевский национальный университет имени Тараса Шевченка (22700, г Ильинцы, ул. Заводская, 123, e-mail: sikorskiy.dima@outlook.com)

**ДЕНИСЮК Валерий Александрович** - кандидат технических наук, доцент кафедры экономической кибернетики, Винницкого национального аграрного университета (21000, г. Винница, ул. Солнечная, 3, 1-й корпус, каб.№1405, e-mail:vad64@i.ua)

**SIKORSKYI Dmytriy** – postgraduate student, Kyiv National University named after Taras Shevchenko (22700, Pintsy, Zavodska str., 123, e-mail: sikorskiy.dima@outlook.com)

**DENYSIUK Valerii** - Candidate of Technical Sciences, Associate professor, Department of Economic Cybernetics of Vinnytsia National Agrarian University (21000, Soniachna str., 3, of. № 1405, e-mail:vad64@i.ua)