

Єрмоленко Д. І.¹, Бутенко Д.С.²

Yermolenko D., Butenko D.

СТВОРЕННЯ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ ДЛЯ ТОРГІВЛІ ТОВАРАМИ CREATION OF AN ONLINE STORE FOR GOODS TRADE

Харківський національний економічний університет імені С. Кузнеця

І студент кафедри підприємництва, торгівлі та туристичного бізнесу,

2 к.е.н., доц., доцент кафедри підприємництва, торгівлі та туристичного бізнесу

м. Харків, Україна

Сучасний бізнес все активніше переходить в онлайн-простір, і інтернет-торгівля стає одним із найперспективніших напрямів його розвитку. Представлення асортименту товарів в Інтернеті відкриває широкі можливості для підприємців, оскільки для запуску інтернет-магазину потрібен відносно невеликий стартовий капітал, що створює основу для подальшого масштабування бізнесу та виходу на рівень роздрібної мережі.

Використання цифрових технологій дозволяє швидко та з мінімальними витратами виводити продукцію на національний і міжнародні ринки. Інтернет-торгівля значно знижує витрати на ведення бізнесу, оскільки відсутня необхідність утримувати торгові площі, закуповувати обладнання та наймати значний штат продавців. Також споживачі отримують можливість у реальному часі переглядати асортимент, швидко знаходити потрібні товари, ознайомлюватися з їхніми характеристиками та відгуками, вибирати зручний спосіб доставки і здійснювати онлайн-платежі, що робить процес купівлі зручним, швидким та ефективним як для бізнесу, так і для клієнтів. [1]

Цифровізація виступає фундаментом цифрової економіки. Саме тому цифровізація розглядається як важливий елемент сталого розвитку економіки та суспільства, а такі технології як інтернет речей (IoT), хмарні технології, електронна ідентифікація (eID) та штучний інтелект (AI) можуть сприяти досягненню Глобальних Цілей Сталого Розвитку Організації Об'єднаних Націй до 2030 року. [2]

Сьогодні більшість бізнес-структур використовують інформаційно-комунікаційні технології (ІКТ) для ведення бізнесу, зокрема в таких сферах, як маркетинг, управління замовленнями, організація розрахунків, обслуговування клієнтів тощо.

Усі суб'єкти підприємницької діяльності, що працюють на сучасному ринку, можна умовно поділити на три групи стосовно ступеню ведення бізнесу в мережі Інтернет, що представлено на рис. 1.

Останні тенденції свідчать, що найпоширенішею формою є змішана.

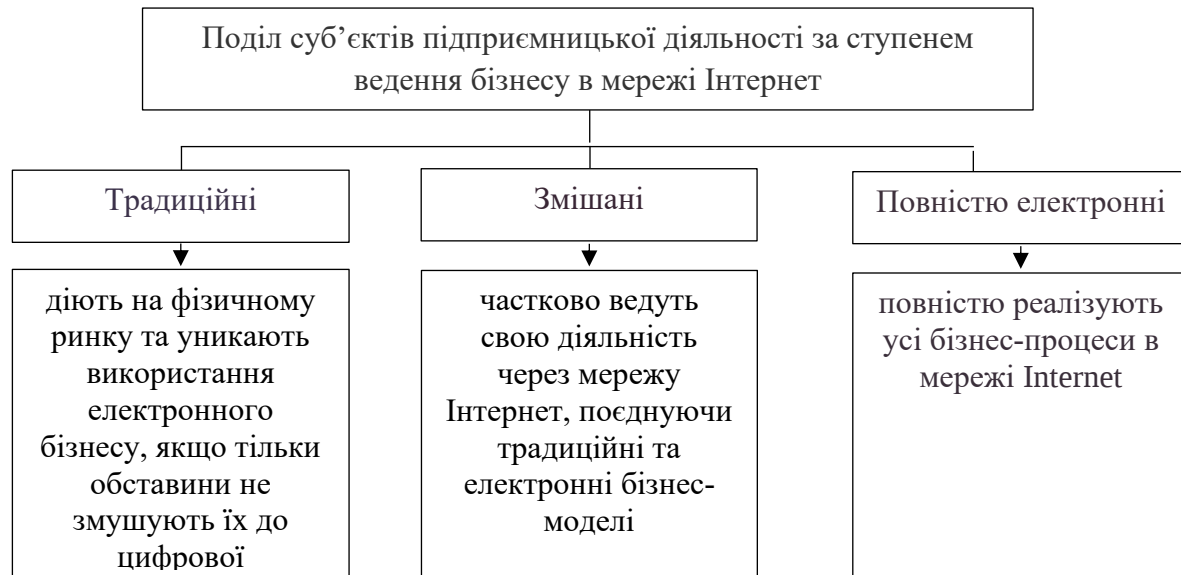


Рисунок 1 – Поділ суб'єктів підприємницької діяльності за ступенем ведення бізнесу в мережі Інтернет

Джерело: розроблено авторами за даними [1]

Основними відмінними рисами електронної комерції порівняно з традиційною є [3]:

1. Зростання конкурентоспроможності – досягається через збільшення витрат на організацію бізнесу, рекламу, просування товарів (послуг), обслуговування клієнтів та підтримку комунікацій, водночас скорочуються часові витрати на взаємодію зі споживачами та партнерами, розширюється до- і післяпродажна підтримка.

2. Глобалізація та розширення ринків – Інтернет не має географічних чи часових обмежень, що дозволяє компаніям будь-якого масштабу конкурувати на міжнародному рівні, а споживачам – отримувати широкий доступ до товарів і послуг. Виняток становлять лише витрати на фізичну доставку продукції.

3. Персоналізація взаємодії – інформаційні технології дозволяють компаніям збирати детальну інформацію про клієнтів та автоматизовано пропонувати товари й послуги за оптимальними ринковими цінами.

4. Трансформація інфраструктури – знижується потреба у фізичних об'єктах (будівлях, складах), скорочується кількість персоналу та посередників, що сприяє оптимізації витрат і підвищенню ефективності бізнесу.

5. Розробка нових продуктів і послуг, зокрема електронних сервісів доставки та підтримки, надання довідкової інформації, а також платформ для встановлення контактів між замовниками та постачальниками.

Отже, перехід від традиційної торгівлі до електронної має свої особливості. Одним з найпоширеніших видів електронної торгівлі сьогодні є створення інтернет-магазину. Адже інтернет-магазин виконує широкий спектр завдань,

спрямованих на оптимізацію процесу онлайн-торгівлі та підвищення рівня обслуговування клієнтів. Зокрема, він забезпечує реєстрацію покупців, надає доступ до бази даних товарів у вигляді каталогу чи прайс-листа, а також дозволяє працювати з електронним кошиком для зручного формування замовлення. Під час оформлення покупки користувач може обрати метод оплати, спосіб доставки, страховку та отримати виписаний рахунок. Система також передбачає резервування товарів на складі, проведення фінансових розрахунків у разі вибору електронних методів оплати або контроль факту оплати при традиційних розрахунках.

Процес створення інтернет-магазину для торгівлі товарами включає певні етапи, що представлено на рис. 2

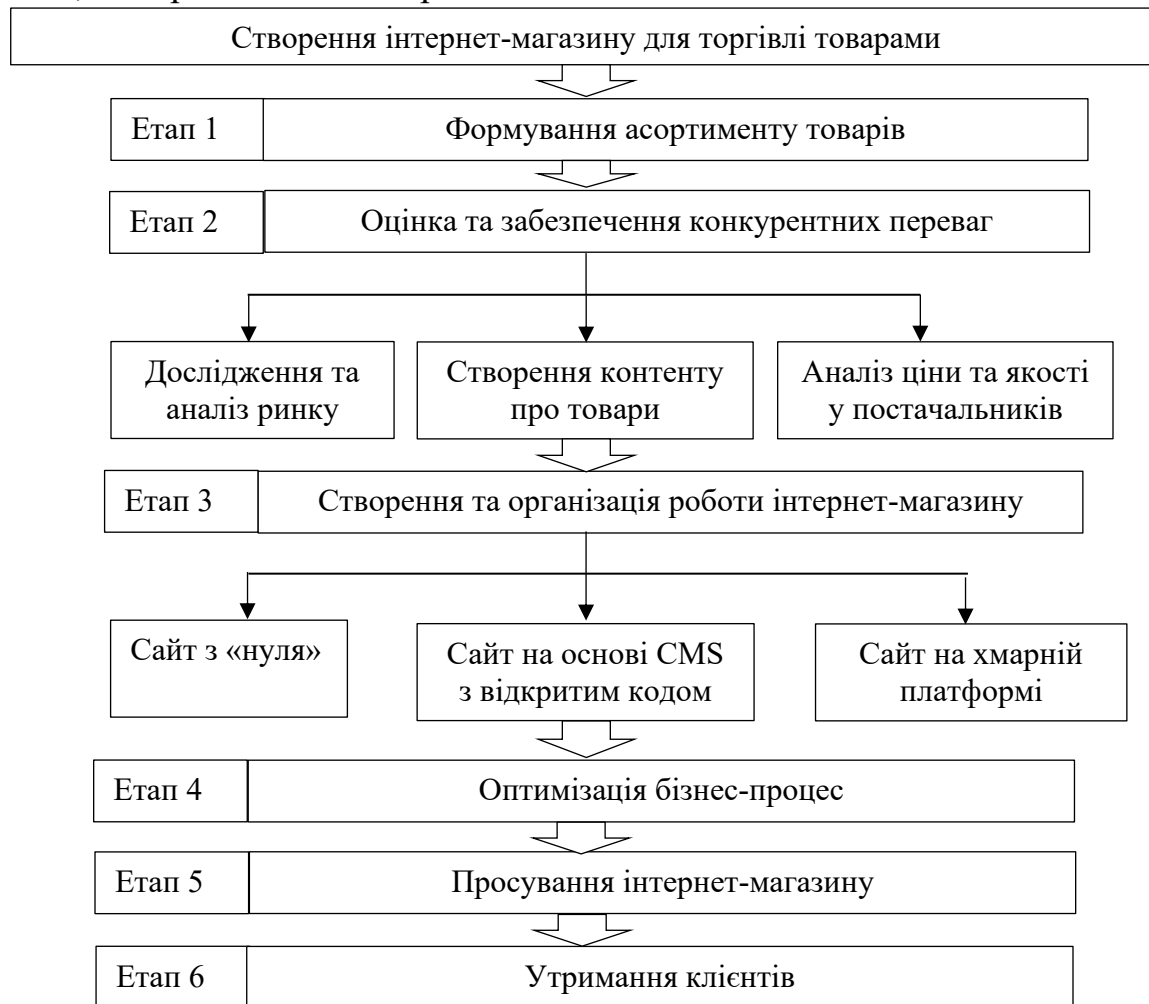


Рисунок 2 – Етапи створення інтернет-магазину для торгівлі товарами
Джерело: розроблено авторами за даними [4; 5]

Згідно рис. 2 першим етапом при створенні інтернет-магазину для торгівлі товарами є формування асортименту товарів – це складний процес, що вимагає ретельного аналізу та урахування багатьох чинників. Зокрема, необхідно

врахувати які товари продавати, адже асортимент товарів може бути широкий – для широкого кола споживачів чи глибокий – для спеціалізованого магазину. На етапі 2 необхідно здійснити дослідження ринку з метою пошуку конкурентів, що надасть можливість обрати ефективні канали просування інтернет-магазину та вибрати інструменти за допомогою яких можна досягти поставлених цілей. Створення контенту про товар передбачає два основних напрямки: вибір способу формування тексту та його зміст. Аналіз ціни та якості у постачальників здійснюється – це процес пошуку інформації про рівень цін та якості товарів представлених у інтернет-магазинах конкурентів, а також на маркетплейсах та прайс агрегаторах. На третьому етапі безпосередньо створюється інтернет-магазин та здійснюється організація його роботи. Четвертий етап – оптимізація бізнес-процесів передбачає перевірку та оцінювання ефективності використання наявних ресурсів, зокрема трудових. На п'ятому етапі здійснюється просування інтернет-магазину, під яким практики [5] розуміють набір інструментів і дій, спрямовані на популяризацію магазину та залучення на сайт користувачів, які зроблять замовлення. На шостому етапі здійснюється процес – утримання клієнтів безпосередньо, який безпосередньо залежить від якості торговельного обслуговування, яке включає комплекс заходів, спрямованих на покращення процесу здійснення покупки.

Отже, Інтернет-магазин не лише спрощує процес реалізації товарів споживачам, а й сприяє розширенню ринку збуту, залученню нових клієнтів і збільшенню обсягів продажів.

Література: 1. Капцош В. Я. Стан та особливості розвитку інтернет-торгівлі товарами в міжнародному вимірі. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2017. № 13. URL : http://www.visnykeconom.uzhnu.uz.ua/archive/13_1_2017ua/26.pdf 2. Правове забезпечення розвитку технологій цифрової економіки та суспільства : монографія / за ред. О. В. Шаповалової, К. В. Єфремової. Харків: НДІ прав. забезп. інновац. розвитку НАПрН України, 2023. 292 с. 3. Нікітенко К. С. Роль електронної торгівлі в підвищенні якості взаємодії держави, бізнесу та суспільства. *Економіка і суспільство*. 2021. № 24. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/191/183> 4. Іпполітова І. Я., Близно І. Д. Запровадження Інтернет-торгівлі товарами з метою підвищення конкурентоспроможності бізнесу. *Стратегічні пріоритети розвитку підприємництва, торгівлі та біржової діяльності* : матеріали IV Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Запоріжжя 10-11 травня 2023 р.). Запоріжжя, 2023. С. 223-225. 5. Витищенко В. Як створити інтернет-магазин: чек-лист для новачків // Офіційний сайт компанії Торгсофт [Електронний ресурс]. 2020. URL : <https://torgsoft.ua/articles/stati/chek-list-sozdaniya-internet-magazina/>