

СТВОРЕННЯ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ ДЛЯ ТОРГІВЛІ ТОВАРАМИ

Бичков Дмитро Олександрович

здобувач вищої освіти ННІ Економіки і права

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця,

Україна

Науковий керівник: Тимошенко Карина Віталіївна

кандидат екон. наук, доцент кафедри підприємництва, торгівлі та

туристичного бізнесу

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця,

Україна

Електронна комерція є однією з найдинамічніших сфер сучасної економіки, що активно розвивається під впливом цифровізації та змін у поведінці споживачів. Створення інтернет-магазину для торгівлі товарами відкриває нові можливості для підприємств щодо розширення ринків збуту, підвищення конкурентоспроможності та збільшення обсягів продажів. Водночас розвиток онлайн-торгівлі супроводжується зростанням конкуренції та необхідністю впровадження ефективних управлінських і маркетингових рішень. Протягом останнього десятиліття спостерігається інтенсивний розвиток інформаційно-комунікаційних технологій та активний перехід від традиційної роздрібною торгівлі до онлайн продажів, що створює нові можливості для розвитку електронної комерції та сприяє розширенню ринків збуту. У результаті швидко розвиваються сегменти B2C, B2B і C2C. Такі тенденції обумовлені тим, що споживачі дедалі частіше обирають зручні, швидкі та персоналізовані покупки, а інтернет-магазини здатні задовольнити ці запити завдяки широкому асортименту товарів, системами лояльності, цілодобовому доступу та розвитку логістики[1].

Ключові аспекти створення інтернет-магазину включають низку взаємопов'язаних етапів, які забезпечують успішну реалізацію бізнес-ідеї в цифровому середовищі.

Першим етапом є вибір концепції інтернет-магазину та визначення асортименту товарів. На цьому етапі проводиться аналіз ринку, вивчаються потреби споживачів, визначається цільова аудиторія та досліджується конкурентне середовище. Це дозволяє сформувати унікальну торгову пропозицію та обрати відповідну стратегію позиціонування.

Наступним важливим кроком є розробка бізнес-плану інтернет-магазину, який визначає основні напрями діяльності підприємства. Бізнес-план включає аналіз ринку, оцінку конкурентів, вибір моделі продажу, визначення каналів просування, а також фінансове планування. Особлива увага приділяється розрахунку витрат на створення веб-сайту, маркетинг, логістику та обслуговування клієнтів, а також прогнозуванню доходів і оцінці ризиків.

Особливо важливу роль у цьому процесі відіграють цифрові платформи, які створюють інфраструктуру для здійснення комерційної діяльності в онлайн-середовищі. До таких платформ належать маркетплейси (наприклад, Amazon, Etsy, eBay, Rozetka), соціальні мережі (Facebook Marketplace, Instagram Shopping), сервіси автоматизації бізнес-процесів (Shopify, Prom.ua, BigCommerce) тощо. Вони надають підприємствам доступ до широкої аудиторії, забезпечують інструменти аналітики та маркетингу, а також знижують вхідні бар'єри для нових учасників ринку [2]. Сучасні рішення дозволяють створювати функціональні, зручні та безпечні веб-ресурси, що забезпечують ефективну взаємодію з користувачами. До ключових елементів інтернет-магазину належать каталог товарів, система пошуку, кошик, платіжні сервіси та модулі обробки замовлень.

Використання інструментів маркетингової комунікації в мережі Інтернет є ефективним способом зниження витрат на просування товарів у реальному секторі [3]. Маркетинг та просування інтернет-магазину є необхідною умовою його успішного функціонування. Ефективна маркетингова стратегія включає використання цифрових каналів, зокрема соціальних мереж, контекстної реклами, SEO-оптимізації та email-маркетингу. Важливим аспектом є формування бренду, який забезпечує впізнаваність та довіру з боку споживачів.

Управління діяльністю інтернет-магазину передбачає постійний моніторинг його ефективності та вдосконалення бізнес-процесів. Це включає аналіз показників продажів, поведінки користувачів, ефективності рекламних кампаній та фінансових результатів. На основі отриманих даних приймаються управлінські рішення щодо оптимізації діяльності.

Отже, створення інтернет-магазину для торгівлі товарами є перспективним напрямом підприємницької діяльності, який потребує комплексного підходу та ретельного планування. Успішна реалізація такого проєкту залежить від правильного вибору бізнес-моделі, ефективної маркетингової стратегії, використання сучасних технологій та забезпечення високої якості обслуговування клієнтів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Бутенко Д. Сучасні тенденції розвитку електронної торгівлі / Д. Бутенко, М. Демиденко // Сучасні технології комерційної діяльності і логістики: матеріали V Міжнародної наук.-практ. інтернет-конференції, 31 жовтня 2025 р. : тези допов. – Київ : КНЕУ ім. В. Гетьмана, Режим доступу: <https://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/38600>
2. Тимошенко К. В. Цифрові платформи як бізнес модель сталого розвитку малих і середніх підприємств у сфері e-commerce / К.В. Тимошенко // Економічний простір. – 2025. - № 206. - С. 311-316. Режим доступу: <https://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/37734>
3. Чупир О. М. Комунікаційні інструменти інтернет-середовища як сучасний засіб просування бізнесу / О. М. Чупир, Д. О. Нечай // Current challenges of science and education : The 4th International scientific and practical conference, December 11-13, 2023. - MDPC Publishing, Berlin, Germany, 2023. - P. 714 - 720. Режим доступу: <https://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/3363>