

## ТЕНДЕНЦІ РОЗВИТКУ ІНТЕРНЕТ-БІЗНЕСУ

студентка гр. МКмс-41/1м **Короткова Е.А.**,  
к.е.н., ст. викладач **Івашова Н.В.**  
*Сумський державний університет (Україна)*

Розвиток інформаційних технологій за останнє десятиліття докорінно змінив підхід бізнесменів до своєї діяльності. В останні роки в усьому світі все більшого поширення набувають методи ведення бізнесу в мережі Інтернет. Для України Інтернет-бізнес набуває особливої актуальності, оскільки він дозволяє швидко і з відносно невеликими витратами організувати збут продукції вітчизняних товаровиробників на національному та міжнародному ринках.

Проблематику перспектив розвитку Інтернет-торгівлі висвітлювали у своїх працях різні вітчизняні науковці, зокрема, Апопій В.В., Кравець В.М., Кулиняк І.Я., Дубовик Т.В., Ілляшенко С.М., Тардаскіна та ін..

Дослідимо поняття, які застосовуються в сфері Інтернет-бізнесу.

Електронний бізнес – це вид економічної діяльності компаній через комп'ютерні мережі, зокрема Інтернет, з метою отримання прибутку.

Електронна комерція – це вид електронної комерційної діяльності з використанням інформаційних комунікаційних технологій.

Інтернет-комерція, Інтернет-бізнес – це вид економічної діяльності в Інтернеті, коли процес купівлі/продажів товарів або послуг (весь цикл комерційної/фінансової трансакції або її частина) здійснюється електронним чином з використанням Інтернет-технологій.

Інтернет-торгівлі притаманні переваги порівняно з іншими формами торгівлі, а саме: зручність, широкий вибір, дешевші ціни, відсутність географічних обмежень.

Недоліками Інтернет-торгівлі є: труднощі продавців з приверненням уваги покупців, відсутність можливості забезпечити миттєве придбання товару, відсутність можливості для покупця оцінювати якість товару, відсутність контакту з реальним товаром.

В наш час у світі відбуваються процеси глобальної інтеграції між компаніями в таких формах взаємодії, які вже перетворилися на самостійні сегменти Інтернет-бізнесу:

а) Бізнес – споживач (B2C) – це форма взаємодії компаній зі споживачами та навпаки.

б) Бізнес – бізнес (B2B) – це форма оперативної взаємодії підприємств на всіх рівнях, що орієнтується на діючий бізнес та на відпрацьовані схеми постачання та збуту.

в) Споживач – споживач (C2C) – взаємодія приватних осіб щодо купівлі-продажу, обміну чи надання товарів, послуг та інформації в мережі Інтернет.

Для збуту в мережі Інтернет застосовують наступні методи:

- власний сайт Інтернет-магазину, який дозволяє повноцінно представити себе в Інтернеті, максимально розповісти про свою компанію і товари споживачам, розвивати товарну марку, виділитись серед конкурентів;

- електронні дошки оголошень – це веб-сайти для зберігання і публікації оголошень, де кожен бажаючий може викласти свою рекламну інформацію, яка може бути як платною, так і безкоштовною;

- соціальні мережі є засобом просування продукції, ефективним способом формування торгової марки, доступним і дешевим способом розпочати підприємницьку діяльність. Ступінь успішності продажів залежить від унікальності продукту;

- торгові центри – це платформи для продажів товарів і послуг в Інтернеті, які об'єднують тисячі компаній різних галузей бізнесу. Даний спосіб збуту в Інтернеті є досить ефективним, але одним з його недоліків є щорічна плата за публікацію сайту на платформі, яка часом дорівнює витратам на створення власного сайту.

В Україні основа всієї Інтернет-торгівлі – це електроніка і побутова техніка. Досить перспективним є ринок туристичних послуг, ринок продажів та оренди житла, продажів автомобілів, коштовностей, рідкісних товарів.

Розвиток Інтернет-бізнесу зумовлюється наступними причинами:

- можливістю для продавців швидкого і з відносно невеликими витратами виходу на найвіддаленіші ринки світу;

- економією на персоналі, утриманні виробничих і складських приміщень, операційних витратах тощо;

- можливістю невеликих підприємств успішно конкурувати з великими «розкрученими» компаніями, оскільки і ті й інші застосовують фактично стандартизовані Інтернет-технології та інструменти;

- можливістю бізнесменів-початківців швидко організувати свою справу при мінімальному стартовому капіталі;

- перевагами для споживачів і продавців (можливість купувати (продавати) продукцію і оплачувати рахунки в будь-який час і будь-де;

- перевагами для працівників (можливість самостійно організувати роботу в часі та просторі без присутності на підприємстві).

В останні роки з'являються технічні засоби і комп'ютерні інформаційні технології, які дозволяють створити принципово нові схеми виробництва, збуту і використання (споживання) продукції за допомогою Інтернет. Однією з таких розробок є 3D-принтер.

У міжнародній електронній торгівлі в Україні є майбутнє. У сучасного бізнесу без активного використання Інтернету майбутнього просто немає. Розвиток Інтернет-бізнесу приводить до того, що змінюються традиційні уявлення про організацію виробничого процесу у часі і просторі.