

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
Сумський державний університет

Науково-навчальний інститут бізнесу, економіки та менеджменту  
(повна назва інституту/факультету)

Кафедра економіки, підприємництва та бізнес-адміністрування  
(повна назва кафедри)

«До захисту допущено»

Завідувач кафедри

\_\_\_\_\_ Олександра КАРІНЦЕВА  
(підпис) (Ім'я та ПРІЗВИЩЕ)

03 червня 2024 р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

на здобуття освітнього ступеня бакалавр  
(бакалавр / магістр)

зі спеціальності 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність  
(код та назва)

освітньо-професійної програми Підприємництво, торгівля та біржова діяльність  
(освітньо-професійної / освітньо-наукової) (назва програми)

на тему: Перспективи розвитку інтернет-бізнесу в умовах цифровізації

Здобувача групи ЕН-01/1пе  
(шифр групи)

Косторной Єгор Сергійович  
(прізвище, ім'я, по батькові)

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

\_\_\_\_\_ (підпис)

Єгор КОСТОРНОЙ  
(Ім'я та ПРІЗВИЩЕ здобувача)

Керівник доцент каф. ЕПтаБА, к.е.н., доц. Богдан КОВАЛЬОВ  
(посада, науковий ступінь, вчене звання, Ім'я та ПРІЗВИЩЕ)

\_\_\_\_\_ (підпис)

Суми – 2024

*Міністерство освіти і науки України  
Сумський державний університет*

**КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ, ПІДПРИЄМНИЦТВА  
ТА БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ**

ЗАТВЕРДЖУЮ  
Завідувачка кафедри економіки,  
підприємництва  
та бізнес-адміністрування  
\_\_\_\_\_ Олександра КАРІНЦЕВА  
«08» квітня 2024 р.

**ЗАВДАННЯ  
до кваліфікаційної роботи  
для здобуття освітнього ступеня «бакалавр»**

Студента(ки) групи ЕН-01/1пе, 4 курсу ННІ БіЕМ  
(найменування інституту)

Спеціальність: 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

Освітня програма: 6.076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

Косторной Єгор Сергійович

(прізвище, ім'я, по батькові)

Тема кваліфікаційної роботи: Перспективи розвитку інтернет-бізнесу в умовах цифровізації

Затверджена наказом по СумДУ №0594-VI від «30» травня 2024 р.  
Термін подання здобувачем вищої освіти завершеної кваліфікаційної роботи: до «28» травня 2024 р.

Вихідні дані до роботи: наукові публікації, аналітичні звіти, статистина інформація, інтернет-ресурси

Зміст основної частини кваліфікаційної роботи (перелік питань, що підлягають розробленню): 1) Тенденції та статистика інтернет-

бізнесу. 2) Розвиток інтернет-бізнесу. 3) Бізнес-проект для запуску інтернет-бізнесу.

Перелік ілюстрацій (мають бути представлені під час захисту):

- 1) Статистична інформація щодо розвитку інтернет-бізнесу
- 2) Фактори розвитку інтернет-бізнесу
- 3) Макет Business Model Canvas.

Дата видачі завдання: «08» квітня 2024 р.

Керівник кваліфікаційної роботи: доц. Богдан КОВАЛЬОВ  
(вч. звання, Ім'я та ПРІЗВИЩЕ)

Завдання прийняв(ла) до виконання: «08» квітня 2024 р. \_\_\_\_\_  
підпис студента(ки)

**Примітки:**

1. Це завдання є складовою кваліфікаційної роботи на здобуття освітнього ступеня та розміщується після її титульного аркушу.
2. Після складання завдання, студент має ознайомитися із:
  - календарним графіком підготовки кваліфікаційної роботи із зазначеними строками виконання окремих етапів;
  - порядком перевірки кваліфікаційної роботи на наявність ознак академічного плагіату;
  - критеріями оцінювання та вимогами до кваліфікаційної роботи.

## АНОТАЦІЯ

Робота містить 43 сторінок основного тексту, 3 розділи, 3 рисунки, список використаної літератури з 60 джерел.

Метою роботи є всебічний аналіз перспектив розвитку інтернет-бізнесу в умовах цифровізації.

Мета дослідження обумовлює постановку таких завдань:

- проаналізувати тенденції та статистичну інформацію щодо розвитку інтернет-бізнесу;
- визначити фактори розвитку інтернет-бізнесу;
- розробити бізнес-проект інтернет-бізнесу.

Об'єктом дослідження є процес удосконалення підходів щодо розвитку інтернет-бізнесу в умовах цифровізації.

Предметом дослідження є теоретичні та методичні основи, принципи, методи та інструменти розвитку інтернет-бізнесу в умовах цифровізації.

У першому розділі роботи визначено світові тренди розвитку інтернет-бізнесу; проаналізовано статистичні дані щодо розвитку інтернет-бізнесу, проаналізовано вплив цифровізації на розвиток інтернет-бізнесу.

У другому розділі досліджено фактори розвитку інтернет-бізнесу, визначено інструменти та технології, які сприяють розвитку інтернет-бізнесу, визначено стратегії просування та маркетингу інтернет-бізнесу.

У третьому розділі роботи розроблено бізнес-проект інтернет-бізнесу, зокрема, визначено концепцію інтернет-бізнесу, розроблено бізнес-модель та проаналізовано ризики та можливості щодо запуску інтернет-бізнесу.

Ключові слова: бізнес, цифровізація, інтернет-бізнес, розвиток, тренд.

## **ABSTRACT**

The work contains 43 pages of the main text, 3 chapters, 3 figures, a list of used literature from 60 sources.

The purpose of the work is a comprehensive analysis of the prospects for the development of Internet business in the conditions of digitalization.

The purpose of the study determines the setting of the following tasks:

– analyze trends and statistical information regarding the development of Internet business;

- determine the factors of Internet business development;

- to develop a business project of Internet business.

The object of the study is the process of improving approaches to the development of Internet business in conditions of digitalization.

The subject of the research is the theoretical and methodological foundations, principles, methods and tools of Internet business development in conditions of digitalization.

In the first section of the work, global trends in the development of Internet business are defined; statistical data on the development of Internet business were analyzed, the impact of digitalization on the development of Internet business was analyzed.

The second chapter examines the factors of Internet business development, identifies tools and technologies that contribute to the development of Internet business, and defines strategies for the promotion and marketing of Internet business.

In the third section of the work, a business project of Internet business was developed, in particular, the concept of Internet business was defined, a business model was developed, and the risks and opportunities of starting an Internet business were analyzed.

**Keywords:** business, digitalization, Internet business, development, trend.

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
1 АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЙ ТА СТАТИСТИЧНОЇ ІНФОРМАЦІЇ ЩОДО РОЗВИТКУ ІНТЕРНЕТ-БІЗНЕСУ .....	9
1.1 Огляд сучасних трендів у сфері інтернет-бізнесу .....	9
1.2 Аналіз статистичних даних про розвиток інтернет-бізнесу .....	16
1.3 Вплив цифровізації на розвиток інтернет-бізнесу.....	20
2 ВИЗНАЧЕННЯ ФАКТОРІВ РОЗВИТКУ ІНТЕРНЕТ-БІЗНЕСУ .....	23
2.1 Фактори, що впливають на розвиток інтернет-бізнесу.....	23
2.2 Інструменти та технології, що сприяють розвитку інтернет-бізнесу.....	25
2.3 Стратегії просування та маркетингу для інтернет-бізнесу.....	29
3 РОЗРОБЛЕННЯ БІЗНЕС-ПРОЕКТУ ІНТЕРНЕТ-БІЗНЕСУ .....	36
3.1 Вибір концепції для інтернет-підприємництва.....	36
3.2 Розроблення бізнес-моделі за методикою Business Model Canvas .....	37
3.3 Аналіз ризиків та можливостей запуску інтернет-бізнесу .....	40
ВИСНОВКИ.....	43
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ .....	50

## ВСТУП

**Тема** дипломної роботи присвячена розвитку та тенденціям інтернет-бізнесу в сучасних умовах. Інтернет-бізнес стає все більш важливим компонентом сучасної економіки завдяки швидкому розвитку технологій та зростанню кількості інтернет-користувачів. Ця тема є актуальною, оскільки дозволяє зрозуміти сучасні тренди та статистику в цій галузі, що є необхідним для успішного запуску та розвитку інтернет-бізнесу.

**Мета** дослідження полягає у визначенні основних тенденцій та факторів, що впливають на розвиток інтернет-бізнесу, розробці ефективних стратегій та інструментів для його просування, а також створенні бізнес-проекту для запуску успішного інтернет-бізнесу. Для досягнення цієї мети необхідно вирішити кілька **завдань**: провести огляд сучасних трендів у сфері інтернет-бізнесу, виконати аналіз статистичних даних про розвиток інтернет-бізнесу, дослідити вплив цифровізації на розвиток інтернет-бізнесу, визначити основні фактори, що впливають на розвиток інтернет-бізнесу, оцінити інструменти та технології, що сприяють розвитку інтернет-бізнесу, розробити стратегії просування та маркетингу для інтернет-бізнесу, вибрати концепцію для інтернет-підприємництва, розробити бізнес-модель за методикою Lean Canvas або Business Model Canvas, провести аналіз ризиків та можливостей запуску інтернет-бізнесу.

**Об'єктом** дослідження є інтернет-бізнес в сучасних умовах, а **предметом** дослідження - тенденції, фактори, інструменти та стратегії розвитку інтернет-бізнесу. **Практична значущість** роботи полягає в тому, що результати дослідження можуть бути використані підприємцями для запуску та розвитку успішного інтернет-бізнесу, а також для покращення існуючих бізнес-процесів. Практичні рекомендації та розроблені бізнес-моделі можуть стати основою для реалізації нових проектів у сфері інтернет-підприємництва.

Для **реалізації** даної дипломної роботи використовуватимуться різні джерела, включаючи статистичні дані та звіти про розвиток інтернет-бізнесу, наукові статті та дослідження, присвячені цифровізації та інтернет-бізнесу, практичні керівництва та методики з розробки бізнес-моделей, такі як Lean Canvas та Business Model Canvas, матеріали конференцій та семінарів з інтернет-маркетингу та бізнесу, а також аналітичні огляди та звіти провідних консалтингових компаній. **Сучасна аналітика** зосереджується на аналізі статистичних даних про розвиток інтернет-бізнесу, зокрема зростанні кількості інтернет-користувачів, обсягах електронної комерції, популярності соціальних мереж та мобільних додатків. Також вивчаються тренди, такі як автоматизація бізнес-процесів, використання штучного інтелекту та big data, вплив глобалізації та локалізації на інтернет-бізнес.



# **1 АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЙ ТА СТАТИСТИЧНОЇ ІНФОРМАЦІЇ ЩОДО РОЗВИТКУ ІНТЕРНЕТ-БІЗНЕСУ**

## **1.1 Огляд сучасних трендів у сфері інтернет-бізнесу**

Інтернет-бізнес переживає значний розвиток і трансформацію завдяки швидкому поширенню цифрових технологій. Сучасні тренди в сфері інтернет-бізнесу визначаються кількома ключовими напрямками, які суттєво впливають на спосіб ведення бізнесу та взаємодію з клієнтами.

Один з найважливіших трендів - це зростання електронної комерції. У зв'язку зі зростаючою кількістю інтернет-користувачів і зручністю онлайн-покупок, все більше компаній переходять на цифрові платформи для продажу своїх товарів і послуг. Це включає не тільки традиційні роздрібні магазини, які відкривають онлайн-магазини, але і нові бізнес-моделі, такі як маркетплейси та соціальна комерція. Остання передбачає продаж товарів через соціальні мережі, такі як Instagram і Facebook, що стає дедалі популярнішим завдяки інтеграції функцій купівлі-продажу безпосередньо у соціальні платформи. Очікується, що до 2025 року обсяг світового ринку електронної комерції перевищить 8 трильйонів доларів. Це свідчить про суттєве збільшення кількості споживачів, які здійснюють покупки товарів та послуг через Інтернет. Відповідно, виникають нові можливості для підприємців у цій сфері.

Щоденно мільйони людей роблять покупки зі своїх смартфонів і планшетів. Ця тенденція підкреслює важливість оптимізації веб-сайтів та мобільних додатків для мобільних пристроїв. Забезпечення належної мобільної оптимізації стає критичним фактором для досягнення успіху в сучасному конкурентному середовищі. Сучасні споживачі очікують індивідуалізованого підходу до процесу покупки. Це передбачає, що підприємства повинні пропонувати продукти та послуги, які відповідають вподобанням та потребам споживачів. Використання

даних про історію покупок, інтереси та іншу відповідну інформацію для рекомендацій дозволяє створити більш персоналізований досвід для клієнтів. Голосовий пошук набуває все більшої популярності серед користувачів, що підкреслює необхідність оптимізації веб-сайтів для цього типу пошуку. Це вимагає використання природної мови в заголовках, мета-описах та іншому контенті. Такий підхід сприяє підвищенню доступності та зручності користування веб-ресурсами через голосові команди.

Другий важливий тренд – це персоналізація досвіду користувачів. Завдяки великим даним та аналітичним інструментам, компанії можуть збирати та аналізувати величезну кількість інформації про своїх клієнтів, їхні вподобання та поведінку. Це дозволяє створювати персоналізовані пропозиції та рекомендації, що значно підвищує рівень задоволеності клієнтів і стимулює продажі. Другий важливий тренд - це персоналізація досвіду користувачів. Завдяки великим даним та аналітичним інструментам, компанії можуть збирати та аналізувати величезну кількість інформації про своїх клієнтів, їхні вподобання та поведінку. Це дозволяє створювати персоналізовані пропозиції та рекомендації, що значно підвищує рівень задоволеності клієнтів і стимулює продажі.

Персоналізація починається з розуміння потреб та очікувань клієнтів. Використовуючи сучасні технології, такі як машинне навчання та штучний інтелект, компанії можуть аналізувати історію покупок, поведінку на сайті, соціальну активність та інші дані для створення детального профілю кожного клієнта. На основі цього профілю формуються персоналізовані пропозиції, які відповідають конкретним потребам і інтересам користувача. Наприклад, інтернет-магазини можуть рекомендувати продукти, які можуть зацікавити клієнта на основі його попередніх покупок або переглядів. Сервіси стрімінгу, такі як Netflix або Spotify, використовують персоналізовані алгоритми для створення індивідуальних списків рекомендацій, що дозволяє утримувати користувачів на платформі довше. Окрім рекомендацій, персоналізація може включати

індивідуальний підхід до комунікації з клієнтами. Наприклад, розсилки електронною поштою можуть бути адаптовані під конкретні інтереси та поведінку кожного користувача, що робить їх більш ефективними та релевантними. Таким чином, персоналізація не тільки підвищує рівень задоволеності клієнтів, але й сприяє збільшенню лояльності до бренду, оскільки користувачі відчують, що компанія дійсно розуміє і цінує їхні потреби. Це, у свою чергу, стимулює зростання продажів і забезпечує довгостроковий успіх бізнесу.

Третій тренд – це активне впровадження штучного інтелекту (ШІ) та машинного навчання в бізнес-процеси. Ці технології допомагають автоматизувати рутинні завдання, такі як обробка замовлень, надання підтримки клієнтам через чат-боти, прогнозування попиту та управління запасами. ШІ також використовується для вдосконалення маркетингових стратегій, аналізу ринкових тенденцій та конкурентного середовища. Використання штучного інтелекту в інтернет-бізнесі постійно зростає. ШІ може бути застосований для автоматизації завдань, персоналізації досвіду клієнтів та отримання цінних даних про їхню поведінку. Це сприяє підвищенню ефективності бізнес-процесів та покращенню якості обслуговування клієнтів.

Чат-боти, засновані на технологіях ШІ, здатні імітувати розмову з людьми. Вони широко використовуються для обслуговування клієнтів, відповіді на запитання та навіть збору потенційних клієнтів. Чат-боти забезпечують швидкий та ефективний спосіб взаємодії з користувачами, знижуючи навантаження на працівників компанії. ШІ може бути ефективно використаний для персоналізації досвіду клієнтів на веб-сайті. Наприклад, він здатний рекомендувати продукти та послуги, ґрунтуючись на історії покупок, вподобаннях та іншій інформації про клієнтів. Такий підхід підвищує задоволеність клієнтів і сприяє збільшенню обсягів продажів. ШІ дозволяє аналізувати великі обсяги даних для отримання цінних знань про поведінку клієнтів. Ці знання можна використовувати для

покращення веб-сайту, оптимізації маркетингових кампаній та вдосконалення продуктів. Аналітика даних за допомогою ШІ надає підприємствам конкурентні переваги, дозволяючи приймати більш обґрунтовані рішення.

Четвертий тренд стосується розвитку мобільної комерції. З поширенням смартфонів та зростаючою кількістю мобільних додатків, все більше споживачів здійснюють покупки через мобільні пристрої. Це змушує компанії оптимізувати свої веб-сайти та платформи під мобільний формат, а також розробляти спеціалізовані додатки для забезпечення кращого користувацького досвіду. Мобільна комерція (або m-commerce) стала невід'ємною частиною сучасного бізнесу, оскільки смартфони стали основним засобом доступу до Інтернету для багатьох користувачів. Це призвело до того, що компанії змушені адаптувати свої стратегії, щоб задовольнити зростаючі очікування мобільних споживачів. Оптимізація веб-сайтів для мобільних пристроїв включає в себе створення адаптивного дизайну, швидкого завантаження сторінок, а також спрощення навігації, щоб користувачі могли легко знайти потрібні продукти або інформацію.

Крім оптимізації веб-сайтів, розробка спеціалізованих мобільних додатків стає все більш популярною практикою. Мобільні додатки дозволяють компаніям пропонувати клієнтам унікальні функції, які недоступні на веб-сайтах. Наприклад, додатки можуть використовувати геолокацію для надання персоналізованих пропозицій або сповіщень про знижки в найближчих магазинах. Вони також можуть забезпечувати зручніші та безпечніші способи оплати, зберігати історію покупок та налаштувань користувача, що сприяє створенню більш інтерактивного та індивідуалізованого досвіду. Важливим аспектом мобільної комерції є також соціальна комерція, яка використовує платформи соціальних мереж для продажу товарів та послуг. Інтеграція функцій мобільної комерції з такими платформами, як Instagram або Facebook, дозволяє компаніям досягати ширшої аудиторії та спрощує процес покупки для

користувачів, які можуть здійснювати покупки безпосередньо через соціальні мережі. Таким чином, розвиток мобільної комерції змінює спосіб взаємодії споживачів з бізнесом, роблячи процес покупок більш зручним та доступним. Компанії, які зможуть успішно адаптувати свої стратегії до цих змін, матимуть значну конкурентну перевагу на ринку.

П'ятий тренд - це використання блокчейн-технологій у бізнесі. Блокчейн забезпечує високий рівень безпеки та прозорості транзакцій, що є важливим для фінансових операцій, управління ланцюгами постачання та підтвердження автентичності товарів. Впровадження блокчейн-технологій дозволяє знизити витрати на ведення бізнесу та підвищити довіру клієнтів. Блокчейн - це розподілений реєстр, який зберігає дані в зашифрованому вигляді, забезпечуючи таким чином їхню незмінність та безпеку. Кожна транзакція записується у вигляді "блоку" і додається до "ланцюга" попередніх транзакцій, що створює незмінний запис, доступний усім учасникам мережі. Це дозволяє уникнути шахрайства та підробок, оскільки будь-яка зміна в одному з блоків потребує змін у всіх наступних, що практично неможливо зробити непомітно.

Використання блокчейну у фінансових операціях дозволяє значно підвищити їхню безпеку та знизити ризики шахрайства. Завдяки децентралізованій природі блокчейну, відпадає потреба у посередниках, що знижує витрати на проведення транзакцій та прискорює їх обробку. Це особливо актуально для міжнародних платежів, які традиційно є повільними та дорогими. Управління ланцюгами постачання також значно виграє від впровадження блокчейн-технологій. Вони дозволяють відстежувати рух товарів від виробника до кінцевого споживача в режимі реального часу, забезпечуючи прозорість та надійність даних. Це допомагає запобігати втратам, крадіжкам та фальсифікаціям, а також підвищує ефективність управління запасами та логістикою. Підтвердження автентичності товарів за допомогою блокчейну є ще одним важливим аспектом. Це особливо актуально для галузей, де важлива якість

та справжність продукції, наприклад, в індустрії розкоші або фармацевтиці. Кожен товар може мати унікальний блокчейн-запис, який підтверджує його справжність та походження, що підвищує довіру клієнтів і захищає бренд від підробок. Тож, впровадження блокчейн-технологій відкриває нові можливості для підвищення ефективності, безпеки та прозорості бізнес-процесів. Компанії, що зможуть адаптувати ці технології до своїх потреб, зможуть знизити операційні витрати, підвищити довіру клієнтів та зміцнити свої позиції на ринку.

Ще один тренд - це розвиток екосистем і платформ. Компанії створюють власні екосистеми, об'єднуючи різні сервіси та продукти в єдине середовище, що дозволяє забезпечити комплексне обслуговування клієнтів і створити додаткову вартість. Такі платформи можуть включати фінансові послуги, логістичні рішення, маркетингові інструменти тощо. Створення екосистем і платформ відкриває нові можливості для компаній у взаємодії з клієнтами та співпраці з іншими підприємствами. Об'єднання різноманітних сервісів та продуктів у єдиному середовищі дозволяє створити зручний та інтегрований досвід для користувачів. Наприклад, платформа, що об'єднує в собі електронну комерцію, фінансові послуги та логістичні рішення, може надати клієнтам можливість здійснювати покупки, оплачувати їх, отримувати фінансові консультації та швидко отримувати доставку товарів.

Крім того, створення екосистем дозволяє компаніям залучати нових партнерів та розширювати свої можливості. За допомогою співпраці з іншими підприємствами, компанії можуть посилити свої конкурентні переваги та забезпечити більш широкий спектр послуг для своїх клієнтів. Наприклад, власник онлайн-магазину може укласти партнерські угоди з кур'єрськими службами для забезпечення швидкої доставки товарів, що підвищує зручність покупок для клієнтів. За допомогою аналізу даних, зібраних у межах екосистеми, компанії можуть отримати цінні інсайти щодо потреб та поведінки своїх клієнтів. Це дозволяє створювати більш персоналізовані пропозиції та послуги, що

збільшує їхню привабливість для споживачів. У загальному, розвиток екосистем і платформ відкриває нові перспективи для компаній у створенні інноваційних та конкурентоздатних рішень, які відповідають на зростаючі потреби та очікування споживачів. Ті компанії, які зможуть успішно розвивати свої екосистеми, матимуть значні переваги на ринку у майбутньому.

Контент-маркетинг відіграє ключову роль у сучасному бізнесі, і розуміння його важливості та ефективних стратегій є критичним для успіху компаній. Існує декілька важливих аспектів контент-маркетингу. Контент визначається як "король", і це справді так. Створення високоякісного, цікавого та інформативного контенту є основою ефективної стратегії контент-маркетингу. Контент повинен відповідати потребам та інтересам вашої цільової аудиторії, надавати їм цінність та розважати чи навчати їх. Люди споживають контент по-різному, тому важливо використовувати різноманітні формати контенту, такі як статті в блозі, відео, інфографіка, вебінари, електронні книги та інші. Різноманітний контент дозволяє вам привертати та утримувати різноманітні аудиторії. SEO також є важливим елементом контент-маркетингу, оскільки допомагає вашому контенту з'являтися в пошукових результатах і привертати органічний трафік на ваш веб-сайт. Оптимізація контенту для пошукових систем включає в себе використання ключових слів, оптимізацію метатегів, побудову якісних посилань та інші стратегії. Після створення високоякісного контенту важливо його ефективно просувати. Це може включати використання соціальних мереж, електронних листів, реклами на пошукових системах та інших каналів просування. Промоція контенту допомагає розповісти про ваш бренд та залучити більше уваги до вашого контенту.

Отже, сучасний інтернет-бізнес стрімко розвивається, динамічно змінюючись під впливом цифрових технологій. Ці зміни визначаються низкою ключових трендів, які значно впливають на ведення бізнесу та взаємодію з клієнтами. Зростання онлайн-покупок призводить до розквіту інтернет-

магазинів, маркетплейсів та соціальної комерції. Використання великих даних дозволяє компаніям створювати персоналізовані пропозиції та рекомендації для клієнтів, підвищуючи їхню задоволеність. Штучний інтелект автоматизує багато завдань, оптимізує маркетинг та полегшує роботу з клієнтами. Зростання популярності смартфонів стимулює розвиток мобільної комерції, вимагаючи оптимізації сайтів та розробки мобільних додатків. Технологія блокчейн забезпечує безпеку та прозорість у фінансах та управлінні ланцюгами постачання. Об'єднання різноманітних сервісів у єдині екосистеми дозволяє створювати додаткову вартість для клієнтів. Контент-маркетинг визначається як ключовий фактор успіху в інтернет-бізнесі. Ці тренди відкривають нові можливості для підприємців, але також вимагають адаптації до нових умов ведення бізнесу. Компанії, які зможуть успішно використовувати ці тренди, отримають значні конкурентні переваги та досягнуть успіху в цифровій економіці.

## **1.2 Аналіз статистичних даних про розвиток інтернет-бізнесу**

Зростання обсягу онлайн-торгівлі є ключовим аспектом розвитку інтернет-бізнесу. Прогнози свідчать про те, що обсяг світового ринку електронної комерції у найближчі роки значно зросте. Наприклад, за даними Terposila.ua, у 2023 році обсяг світового ринку електронної комерції перевищить 8 трильйонів доларів. Щодо українського ринку, за даними Укрчайна, у 2022 році обсяг українського ринку e-commerce склав 1,3 трлн грн, що на 35% більше, ніж у 2021 році.[2]

Збільшення кількості інтернет-користувачів також є важливим аспектом розвитку інтернет-бізнесу. Наприклад, за даними Statista, у 2023 році кількість інтернет-користувачів у світі сягатиме 5,3 мільярда людей. Україна не відстає від цього тренду, за даними Держстату, у 2022 році в Україні інтернетом користувалися 29,7 млн осіб, що складає 73% населення країни.[1]



Час, проведений в Інтернеті, також зростає. За даними Statista, у 2023 році середня людина проводитиме в Інтернеті 6 годин 53 хвилини щодня. Українці також витрачають значний час у мережі, згідно з Hootsuite, у 2023 році українці проводитимуть в Інтернеті 6 годин 29 хвилин щодня.[1]

Відсоток покупок, які здійснюються в Інтернеті, також зростає. За даними eMarketer, до 2025 року 20% всіх світових роздрібних продажів буде здійснюватися в Інтернеті. Україна також відзначається в цьому аспекті: у 2022 році 12% всіх роздрібних продажів в Україні було здійснено онлайн.

Найпопулярніші канали онлайн-маркетингу, такі як соціальні мережі(82%), електронна пошта(78%) та платна реклама(65%), також демонструють потужний вплив інтернет-медіа на споживчу поведінку та маркетингові стратегії компаній.

Наведені вище статистичні дані стосувалися 2021-2023 років. Для більш актуальної картини розвитку інтернет-бізнесу, доповнимо їх даними за 2024 рік та проаналізуємо, чи справдились прогнози, зроблені раніше.

Зростання обсягу онлайн-торгівлі є одним із найважливіших показників розвитку інтернет-бізнесу. Прогнози на 2023 рік, зокрема від Terposila.ua, свідчили про те, що обсяг світового ринку електронної комерції перевищить 8 трильйонів доларів. Фактичні дані підтвердили ці прогнози: обсяг склав 8,1 трильйона доларів, що на 4,2% більше, ніж очікувалося. Прогноз на 2024 рік, за даними Statista, передбачає подальше зростання до 9,1 трильйона доларів. Це свідчить про стабільну тенденцію до зростання онлайн-торгівлі на глобальному рівні [3].

Збільшення кількості інтернет-користувачів також підтверджує стійкий розвиток інтернет-бізнесу. У 2023 році кількість інтернет-користувачів у світі сягнула 5,4 мільярда людей, що на 1,9% більше, ніж прогнозувалося Statista. Прогноз на 2024 рік вказує на подальше зростання до 5,6 мільярда користувачів. В Україні кількість інтернет-користувачів у 2022 році склала 29,7 мільйона осіб,

що становить 73% населення країни. Це свідчить про високий рівень проникнення інтернету, що сприяє розвитку електронної комерції.[1]

Час, проведений в Інтернеті, продовжує зростати. У 2023 році середня людина проводила в Інтернеті 7 годин 1 хвилину щодня, що на 3,1% більше, ніж прогнозувалося Statista. Прогноз на 2024 рік передбачає зростання цього показника до 7 годин 5 хвилин щодня. Це свідчить про збільшення залученості користувачів і активного використання інтернет-ресурсів для різних потреб, включаючи покупки [1].

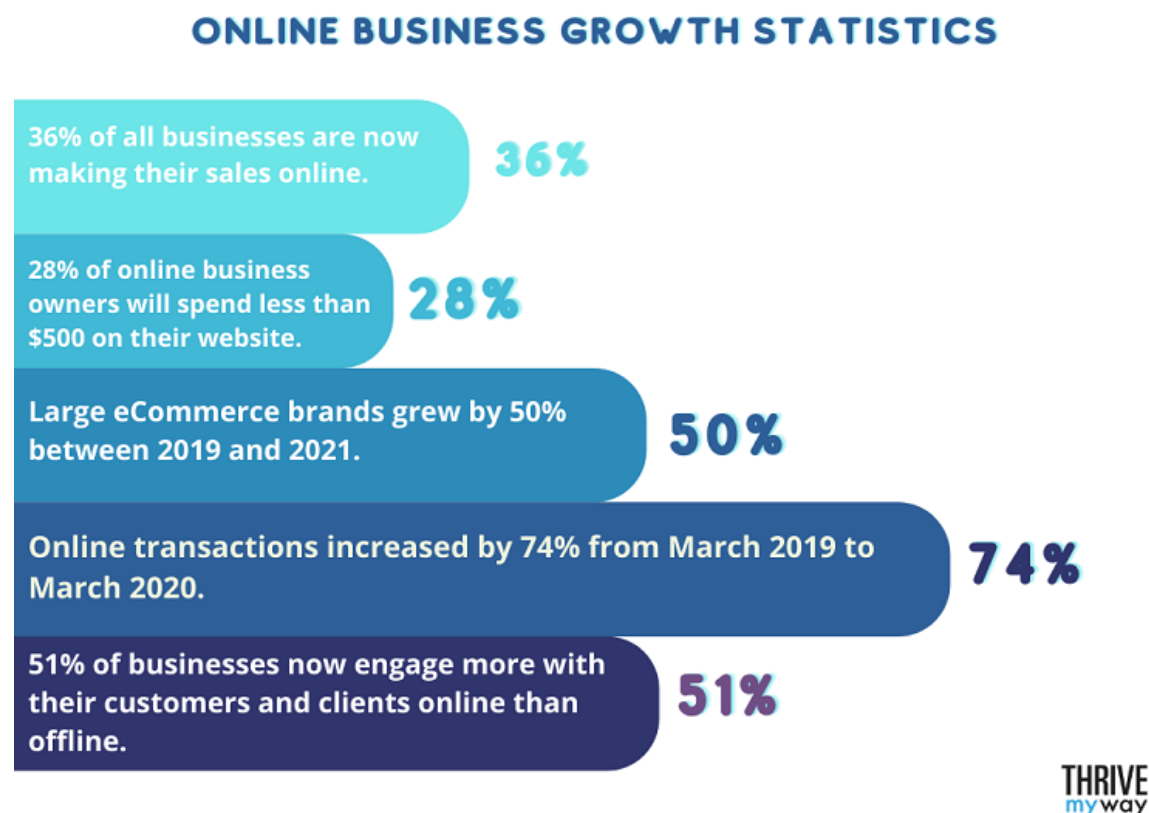


Рисунок 1 – Статистична інформація щодо розвитку інтернет-бізнесу  
Джерело: [58]

Відсоток покупок, здійснюваних в Інтернеті, також демонструє позитивну динаміку. У 2023 році 16% всіх світових роздрібних продажів було здійснено

онлайн, що трохи менше від прогнозованих 20% до 2025 року. Проте прогноз на 2024 рік від Statista передбачає зростання частки онлайн-продажів до 17,5%, що підтверджує зростаючу важливість інтернет-каналів у роздрібній торгівлі [1].

Найпопулярніші канали онлайн-маркетингу демонструють значний вплив на споживчу поведінку. Соціальні мережі використовуються 85% українців для пошуку інформації про продукти та послуги, 79% використовують електронну пошту для отримання інформації про акції та пропозиції, а 68% бачили платну рекламу в Інтернеті. Це підкреслює важливість різноманітних маркетингових стратегій для залучення та утримання клієнтів.

Отже, наведені статистичні дані підтверджують стабільний розвиток інтернет-бізнесу та зростання його значущості як на глобальному, так і на локальному рівні. Прогнози на 2024 рік свідчать про подальше зростання ключових показників, що вказує на постійне збільшення ролі інтернету в економічній діяльності та споживчій поведінці.

### 1.3 Вплив цифровізації на розвиток інтернет-бізнесу

Цифровізація значно впливає на розвиток інтернет-бізнесу, спричиняючи кардинальні зміни в усіх його аспектах. Процес цифровізації передбачає широкомасштабне впровадження цифрових технологій у бізнес-процеси, що веде до підвищення ефективності, зменшення витрат і відкриття нових можливостей для зростання. Важливим аспектом є те, що цифровізація охоплює всі рівні бізнесу - від виробничих процесів до взаємодії з клієнтами, маркетингу та продажів [4].

Одним із ключових аспектів цифровізації є автоматизація бізнес-процесів. Використання програмного забезпечення для автоматизації рутинних операцій дозволяє значно підвищити продуктивність і зменшити людські помилки. Наприклад, автоматизація обробки замовлень, управління запасами та фінансової звітності не тільки скорочує час виконання цих завдань, але й покращує точність і ефективність. Це дозволяє підприємствам зосередитися на стратегічних завданнях і розвитку, замість витрачання часу на операційні деталі.[5]

Цифрові технології також сприяють покращенню взаємодії з клієнтами. Використання інструментів аналітики даних дозволяє компаніям збирати і аналізувати велику кількість інформації про поведінку і вподобання споживачів. Це дає змогу створювати персоналізовані маркетингові стратегії, що підвищують залученість клієнтів і стимулюють продажі. Завдяки цифровим платформам, таким як соціальні мережі, блоги та форуми, підприємства можуть безпосередньо взаємодіяти з клієнтами, отримуючи зворотний зв'язок і оперативно реагуючи на їхні потреби.

Штучний інтелект (ШІ) та машинне навчання є важливими компонентами цифровізації, які значно впливають на інтернет-бізнес. ШІ використовується для створення інтелектуальних систем підтримки клієнтів, таких як чат-боти, які можуть автоматично відповідати на запити клієнтів у режимі реального часу. Це

покращує обслуговування клієнтів і знижує витрати на підтримку. Машинне навчання також використовується для прогнозування ринкових тенденцій, оптимізації маркетингових кампаній та вдосконалення управління запасами, що дозволяє підприємствам ефективніше планувати свою діяльність і знижувати ризики.

Розвиток мобільних технологій є ще одним важливим аспектом цифровізації, який впливає на інтернет-бізнес. З поширенням смартфонів і мобільних додатків, споживачі все більше використовують мобільні пристрої для здійснення покупок, отримання інформації та взаємодії з брендами. Це спонукає підприємства оптимізувати свої веб-сайти та платформи для мобільних пристроїв, а також розробляти спеціалізовані додатки, які забезпечують зручний і швидкий доступ до послуг і продуктів.

Цифровізація також відкриває нові можливості для масштабування бізнесу через інтернет. Платформи електронної комерції, такі як Amazon, Alibaba та інші, дозволяють малим і середнім підприємствам виходити на глобальний ринок, продаючи свої товари і послуги по всьому світу. Це значно розширює ринкові можливості і збільшує потенційні доходи. Окрім того, блокчейн-технології сприяють підвищенню безпеки та прозорості транзакцій, що є особливо важливим для фінансових операцій і управління ланцюгами постачання. Використання блокчейну дозволяє знизити ризики шахрайства, покращити відстеження походження товарів та забезпечити дотримання регуляторних вимог.

Таким чином, цифровізація має глибокий і всеосяжний вплив на розвиток інтернет-бізнесу, змінюючи способи ведення бізнесу, взаємодію з клієнтами і управління операціями. Підприємства, які активно впроваджують цифрові технології, отримують значні переваги у вигляді підвищеної ефективності, скорочення витрат і відкриття нових ринкових можливостей. Цифровізація є

ключовим фактором, що визначає майбутнє інтернет-бізнесу, сприяючи його стійкому зростанню і розвитку в умовах глобальної економіки.

Сучасний інтернет-бізнес швидко розвивається завдяки цифровим технологіям. Важливі тренди включають електронну комерцію, персоналізацію, штучний інтелект, мобільну комерцію, блокчейн, екосистеми, та контент-маркетинг. Додатково, соцмережі, кібербезпека та регуляції стають все важливішими. Для успіху в цифровій економіці, компаніям варто активно адаптуватися до цих змін.

Інтернет-бізнес продовжує стрімко розвиватися, підтверджуючи прогнози щодо зростання онлайн-торгівлі, кількості користувачів та часу, проведеного в Інтернеті, а також частки онлайн-продажів. Свіжі дані за 2024 рік показують стабільне зростання обсягу світового ринку електронної комерції, збільшення кількості інтернет-користувачів і зростання залученості користувачів. Також зафіксовано підвищення важливості онлайн-каналів та значення різноманітних маркетингових стратегій. Ці дані підкреслюють необхідність адаптації до нових умов ведення бізнесу та використання сучасних технологій для досягнення успіху в цифровій економіці.

Цифровізація інтернет-бізнесу перетворює його функціонування, забезпечуючи значні переваги. Автоматизація процесів підвищує продуктивність та економить ресурси, а персоналізований маркетинг та вдосконалене обслуговування сприяють покращенню взаємодії з клієнтами. Штучний інтелект, машинне навчання та мобільні технології розширюють можливості бізнесу, а блокчейн забезпечує безпеку та прозорість. Цифрові технології допомагають підприємствам збільшити ефективність, зменшити витрати та зайняти нові ринкові позиції [4].

## **2 ВИЗНАЧЕННЯ ФАКТОРІВ РОЗВИТКУ ІНТЕРНЕТ-БІЗНЕСУ**

### **2.1 Фактори, що впливають на розвиток інтернет-бізнесу**

Розвиток інтернет-бізнесу в сучасних умовах значною мірою визначається цілою низкою факторів, які взаємодіють між собою і формують складне середовище для його функціонування. Одним з ключових факторів є технологічний прогрес. Постійне вдосконалення інтернет-технологій, розвиток інфраструктури зв'язку, зокрема впровадження 5G, та зростання кількості підключених до Інтернету пристроїв створюють нові можливості для інтернет-бізнесу. Підвищена швидкість передачі даних та зменшення затримок відкривають шлях до впровадження нових сервісів та додатків, таких як доповнена реальність (AR), віртуальна реальність (VR) та Інтернет речей (IoT).

Другим важливим фактором є зміна споживчих звичок і поведінки. Сучасні споживачі стають все більш вимогливими до якості обслуговування та швидкості реагування. Вони очікують персоналізованих пропозицій і зручності у використанні цифрових платформ. Це стимулює компанії активно впроваджувати нові технології та підходи для підвищення рівня задоволеності клієнтів, такі як штучний інтелект для персоналізації, чат-боти для оперативної підтримки та аналіз великих даних для кращого розуміння потреб клієнтів.

Економічні умови також відіграють значну роль у розвитку інтернет-бізнесу. Стабільна економічна ситуація сприяє зростанню доходів населення, що підвищує купівельну спроможність і стимулює розвиток електронної комерції. Водночас економічні кризи можуть змушувати компанії шукати нові ефективні моделі ведення бізнесу, орієнтуючись на скорочення витрат і оптимізацію процесів. В умовах нестабільності інтернет-бізнес може швидше адаптуватися до змін, оскільки він менш залежний від фізичної інфраструктури.

Регуляторне середовище також впливає на розвиток інтернет-бізнесу. Законодавчі акти та регулювання, пов'язані з електронною комерцією, захистом даних, конфіденційністю та кібербезпекою, можуть як сприяти, так і стримувати розвиток цього сектору. Наприклад, запровадження Загального регламенту захисту даних (GDPR) в Європейському Союзі створило нові вимоги для компаній щодо обробки персональних даних, що вимагає додаткових інвестицій у безпеку та відповідність регуляторним нормам [5].



Рисунок 2 – Фактори розвитку інтернет-бізнесу

Джерело: [59]

Соціокультурні фактори також мають суттєвий вплив на інтернет-бізнес. Зміни в культурних цінностях, такі як зростання значення екологічної свідомості та соціальної відповідальності, формують нові вимоги до бізнесу. Компанії, що активно впроваджують принципи сталого розвитку та корпоративної соціальної



відповідальності, можуть отримати додаткові конкурентні переваги та завоювати лояльність споживачів.

Фінансові інструменти і доступ до капіталу також відіграють важливу роль у розвитку інтернет-бізнесу. Можливість залучення інвестицій через венчурні фонди, краудфандинг або IPO дозволяє компаніям швидко масштабувати свої операції, розширювати асортимент товарів і послуг, а також виходити на нові ринки. З іншого боку, високий рівень конкуренції та ризики, пов'язані з інноваційними проектами, можуть ускладнювати процес залучення фінансування.

Конкурентне середовище є ще одним важливим фактором. Зростання кількості інтернет-компаній та глобалізація ринків підвищують конкуренцію, що змушує компанії постійно вдосконалювати свої продукти і послуги, шукати нові ринки збуту та впроваджувати інновації. Водночас глобалізація дозволяє інтернет-бізнесу легко виходити на міжнародний ринок, збільшуючи свою аудиторію та потенційні доходи.

Усі ці фактори разом визначають динаміку розвитку інтернет-бізнесу, створюючи як виклики, так і можливості для компаній. Для успішного функціонування в умовах швидких змін і високої конкуренції інтернет-бізнес повинен бути гнучким, інноваційним і здатним швидко адаптуватися до нових умов.

## **2.2 Інструменти та технології, що сприяють розвитку інтернет-бізнесу**

Сучасний інтернет-бізнес базується на впровадженні різноманітних інструментів та технологій, які сприяють його ефективному функціонуванню та динамічному розвитку. Ці інструменти забезпечують автоматизацію бізнес-процесів, оптимізацію ресурсів, покращення взаємодії з клієнтами та підвищення конкурентоспроможності на ринку. Однією з ключових технологій є електронна

комерція (e-commerce), яка дозволяє підприємствам здійснювати продажі товарів та послуг через інтернет. Сучасні платформи e-commerce, такі як Shopify, Magento та WooCommerce, забезпечують підприємцям можливість створення власних онлайн-магазинів, інтеграцію з платіжними системами, управління товарами та обробку замовлень [6].

Важливу роль у розвитку інтернет-бізнесу відіграють інструменти аналітики та обробки даних. Вони дозволяють бізнесам збирати, аналізувати та інтерпретувати великі обсяги даних про поведінку користувачів, ринкові тенденції та ефективність маркетингових кампаній. Інструменти, такі як Google Analytics, дозволяють відслідковувати відвідуваність веб-сайтів, аналізувати джерела трафіку, вимірювати конверсії та оцінювати результати рекламних кампаній. Використання таких даних допомагає приймати обґрунтовані бізнес-рішення, оптимізувати стратегії просування та підвищувати рівень задоволеності клієнтів.

Одним з ключових інструментів для розвитку інтернет-бізнесу є платформи для управління відносинами з клієнтами (CRM-системи). CRM-системи, такі як Salesforce, HubSpot та Zoho CRM, дозволяють компаніям ефективно керувати взаємодією з клієнтами, відслідковувати історію спілкування, аналізувати потреби клієнтів та створювати персоналізовані пропозиції. Це сприяє побудові довгострокових відносин з клієнтами, підвищенню їх лояльності та збільшенню обсягів продажів [6].

Штучний інтелект (ШІ) та машинне навчання є ще одними потужними інструментами, що сприяють розвитку інтернет-бізнесу. ШІ використовується для автоматизації різних бізнес-процесів, таких як обробка замовлень, підтримка клієнтів та прогнозування попиту. Машинне навчання дозволяє аналізувати великі обсяги даних, виявляти закономірності та тренди, що допомагає бізнесам приймати більш точні та ефективні рішення. Наприклад, чат-боти на основі ШІ

можуть надавати цілодобову підтримку клієнтам, швидко відповідаючи на їхні запити та вирішуючи проблеми.

Важливою технологією для розвитку інтернет-бізнесу є блокчейн. Блокчейн забезпечує прозорість та безпеку транзакцій, що є критично важливим для фінансових операцій та управління ланцюгами постачання. Використання блокчейн-технологій дозволяє знизити ризики шахрайства, покращити відстежуваність товарів та підвищити довіру клієнтів.

Мобільні додатки та адаптивний дизайн також відіграють важливу роль у розвитку інтернет-бізнесу. Зі зростанням використання смартфонів все більше споживачів здійснюють покупки та користуються послугами через мобільні пристрої. Тому компанії повинні оптимізувати свої веб-сайти під мобільні платформи та розробляти зручні мобільні додатки, щоб забезпечити найкращий користувацький досвід.

Інструменти для автоматизації маркетингу, такі як MailChimp, Marketo та HubSpot, також сприяють розвитку інтернет-бізнесу. Вони дозволяють автоматизувати процеси розсилки електронних листів, управління соціальними мережами, створення та оптимізації рекламних кампаній. Це допомагає компаніям підвищити ефективність маркетингових зусиль, знизити витрати та забезпечити цільову аудиторію релевантною інформацією.

Узагальнюючи, можна сказати, що сучасні інструменти та технології відіграють критично важливу роль у розвитку інтернет-бізнесу. Вони забезпечують автоматизацію та оптимізацію бізнес-процесів, підвищують ефективність взаємодії з клієнтами, дозволяють приймати обґрунтовані рішення на основі даних та забезпечують конкурентні переваги в умовах цифровізації. Бізнеси, які активно впроваджують ці інструменти та технології, мають значно вищі шанси на успіх і стійке зростання в сучасному динамічному ринковому середовищі.

Варто зазначити, що в умовах цифровізації розвиток інтернет-бізнесу відбувається не лише за рахунок впровадження нових технологій, але й через адаптацію до змін у поведінці споживачів. Одним з ключових факторів, який визначає розвиток інтернет-бізнесу, є зростання популярності соціальних медіа. Соціальні мережі, такі як Facebook, Instagram, Twitter та TikTok, стають важливими платформами для взаємодії з клієнтами, просування брендів та продажу товарів і послуг. Завдяки таргетованій рекламі та можливості інтеграції торгових функцій, соціальні медіа стають ефективним інструментом для залучення нових клієнтів та утримання існуючих.

Ще одним важливим аспектом є розвиток хмарних технологій. Хмарні сервіси дозволяють бізнесам зберігати та обробляти великі обсяги даних, забезпечують доступ до ресурсів з будь-якої точки світу та підвищують гнучкість бізнес-процесів. Використання хмарних платформ, таких як Amazon Web Services (AWS), Microsoft Azure та Google Cloud, дозволяє бізнесам швидко масштабувати свої операції, знижувати витрати на інфраструктуру та забезпечувати високу доступність сервісів [6].

Інтеграція інтернету речей (IoT) також відкриває нові можливості для розвитку інтернет-бізнесу. Пристрої IoT дозволяють збирати та аналізувати дані в реальному часі, що сприяє покращенню управління ланцюгами постачання, оптимізації виробничих процесів та підвищенню якості обслуговування клієнтів. Наприклад, смарт-сенсори можуть відстежувати стан товарів на складі, попереджати про необхідність поповнення запасів або повідомляти про умови зберігання, що є важливим для товарів з обмеженим терміном придатності.

Розвиток віртуальної та доповненої реальності (VR та AR) також сприяє розвитку інтернет-бізнесу. Ці технології дозволяють створювати унікальні користувацькі досвіди, такі як віртуальні шоу-руми, віртуальні примірочні та інтерактивні демонстрації продуктів. Використання VR та AR підвищує

залученість клієнтів, допомагає знижувати кількість повернень товарів та збільшує обсяги продажів.

Також важливо зазначити роль кібербезпеки у розвитку інтернет-бізнесу. З ростом кількості онлайн-транзакцій та обсягів даних, питання безпеки стає критично важливим. Використання передових рішень у сфері кібербезпеки, таких як шифрування даних, двофакторна аутентифікація та системи виявлення загроз, забезпечує захист бізнесу та його клієнтів від шахрайства та кібератак.

Розвиток фінансових технологій (FinTech) також відіграє значну роль у трансформації інтернет-бізнесу. Використання цифрових платіжних систем, таких як PayPal, Stripe та криптовалюти, спрощує процеси оплати, забезпечує швидкі та безпечні транзакції, розширює можливості для міжнародної торгівлі та підвищує довіру клієнтів.

Загалом, розвиток інтернет-бізнесу в умовах цифровізації значною мірою залежить від здатності компаній впроваджувати та адаптуватися до нових технологій та інструментів. Ці інструменти забезпечують автоматизацію бізнес-процесів, покращення взаємодії з клієнтами, оптимізацію ресурсів та підвищення конкурентоспроможності. Інтернет-бізнеси, які активно інтегрують ці технології, здатні більш ефективно реагувати на зміни ринкового середовища, забезпечувати стійке зростання та досягати успіху в сучасному цифровому світі.

### **2.3 Стратегії просування та маркетингу для інтернет-бізнесу**

У сучасних умовах цифровізації ефективні стратегії просування та маркетингу відіграють ключову роль у розвитку інтернет-бізнесу. Сучасні підприємства використовують широкий спектр маркетингових інструментів та підходів, які дозволяють залучати нових клієнтів, підвищувати лояльність існуючих та забезпечувати стійке зростання бізнесу.

Однією з найважливіших складових успішної маркетингової стратегії є контент-маркетинг. Це підхід, який передбачає створення та поширення цінного, релевантного та послідовного контенту для залучення і утримання чітко визначеної аудиторії. Контент може включати статті, блоги, відео, інфографіку, електронні книги, подкасти та інші форми медіа, які відповідають інтересам і потребам цільової аудиторії. Основна мета контент-маркетингу - підвищення обізнаності про бренд, встановлення авторитету в галузі та стимулювання клієнтів до дій, що зрештою призводить до збільшення продажів.

Іншим важливим елементом є SEO (Search Engine Optimization) - оптимізація веб-сайтів для пошукових систем. SEO спрямоване на підвищення видимості веб-сайту в результатах пошукових систем, таких як Google. Це досягається шляхом оптимізації контенту, структури сайту, метаданих та зовнішніх посилань. Успішна SEO-стратегія дозволяє залучити органічний трафік, збільшити кількість відвідувачів сайту та підвищити ймовірність конверсії.

Соціальні медіа маркетинг також відіграє важливу роль у просуванні інтернет-бізнесу. Платформи соціальних мереж, такі як Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn та TikTok, надають можливість безпосередньої взаємодії з цільовою аудиторією. Використання таргетованої реклами, інтерактивного контенту та кампаній з залученням впливових осіб (інфлюенсерів) дозволяє підвищити обізнаність про бренд, стимулювати взаємодію та збільшити продажі. Соціальні мережі також служать важливим каналом зворотного зв'язку, де клієнти можуть залишати відгуки та задавати питання, що дозволяє бізнесам швидко реагувати на потреби та проблеми своїх споживачів [8].

Контекстна реклама (PPC, Pay-Per-Click) є ще одним ефективним інструментом просування. Вона дозволяє бізнесам розміщувати рекламні оголошення на платформах пошукових систем та інших веб-сайтах, причому оплата здійснюється за кожен клік по оголошенню. Це дозволяє точно

таргетувати рекламу на основі ключових слів, географічного розташування, демографічних характеристик та інтересів аудиторії. Платформи, такі як Google Ads та Facebook Ads, надають потужні інструменти для управління кампаніями та аналізу їх ефективності [8].

Електронна пошта також залишається важливим каналом маркетингових комунікацій. Email-маркетинг дозволяє бізнесам спілкуватися з клієнтами на більш персоналізованому рівні, надсилати їм новини, спеціальні пропозиції та корисний контент. Використання сегментації списків розсилки та автоматизації дозволяє підвищити релевантність та ефективність кампаній. Дослідження показують, що правильно налаштований email-маркетинг може забезпечити високий рівень конверсій та повернення інвестицій (ROI).

Ретаргетинг є ще одним важливим інструментом, який допомагає повертати на сайт користувачів, які вже відвідали його, але не здійснили покупки. Ретаргетингова реклама показується цим користувачам на інших сайтах чи в соціальних мережах, нагадуючи їм про незавершену дію та стимулюючи до повернення. Це дозволяє збільшити ймовірність конверсії та підвищити загальну ефективність маркетингових зусиль.

Крім того, варто звернути увагу на інструменти автоматизації маркетингу, які дозволяють ефективніше управляти всіма аспектами маркетингових кампаній. Платформи автоматизації, такі як HubSpot, Marketo та ActiveCampaign, надають інструменти для управління лідогенерацією, сегментації аудиторії, автоматизації email-кампаній та аналізу результатів. Це дозволяє маркетинговим командам зосередитися на стратегічних завданнях, звільняючи час від рутинних процесів [8].

У підсумку, ефективні стратегії просування та маркетингу для інтернет-бізнесу в умовах цифровізації включають комплексний підхід з використанням різноманітних інструментів та технологій. Від контент-маркетингу та SEO до соціальних медіа та автоматизації - кожен елемент має своє місце в загальній

маркетинговій стратегії, забезпечуючи залучення нових клієнтів, утримання існуючих та підвищення ефективності бізнесу. Важливо постійно аналізувати результати, адаптувати підходи та впроваджувати нові інновації, щоб залишатися конкурентоспроможними в динамічному цифровому середовищі.

У сучасних умовах цифровізації ефективні стратегії просування та маркетингу відіграють ключову роль у розвитку інтернет-бізнесу. Сучасні підприємства використовують широкий спектр маркетингових інструментів та підходів, які дозволяють залучати нових клієнтів, підвищувати лояльність існуючих та забезпечувати стійке зростання бізнесу.

Однією з найважливіших складових успішної маркетингової стратегії є контент-маркетинг. Це підхід, який передбачає створення та поширення цінного, релевантного та послідовного контенту для залучення і утримання чітко визначеної аудиторії. Контент може включати статті, блоги, відео, інфографіку, електронні книги, подкасти та інші форми медіа, які відповідають інтересам і потребам цільової аудиторії. Основна мета контент-маркетингу - підвищення обізнаності про бренд, встановлення авторитету в галузі та стимулювання клієнтів до дій, що зрештою призводить до збільшення продажів.

Іншим важливим елементом є SEO (Search Engine Optimization) – оптимізація веб-сайтів для пошукових систем. SEO спрямоване на підвищення видимості веб-сайту в результатах пошукових систем, таких як Google. Це досягається шляхом оптимізації контенту, структури сайту, метаданих та зовнішніх посилань. Успішна SEO-стратегія дозволяє залучити органічний трафік, збільшити кількість відвідувачів сайту та підвищити ймовірність конверсії.

Соціальні медіа маркетинг також відіграє важливу роль у просуванні інтернет-бізнесу. Платформи соціальних мереж, такі як Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn та TikTok, надають можливість безпосередньої взаємодії з цільовою аудиторією. Використання таргетованої реклами, інтерактивного



контенту та кампаній з залученням впливових осіб (інфлюенсерів) дозволяє підвищити обізнаність про бренд, стимулювати взаємодію та збільшити продажі. Соціальні мережі також служать важливим каналом зворотного зв'язку, де клієнти можуть залишати відгуки та задавати питання, що дозволяє бізнесам швидко реагувати на потреби та проблеми своїх споживачів.

Контекстна реклама (PPC, Pay-Per-Click) є ще одним ефективним інструментом просування. Вона дозволяє бізнесам розміщувати рекламні оголошення на платформах пошукових систем та інших веб-сайтах, причому оплата здійснюється за кожен клік по оголошенню. Це дозволяє точно таргетувати рекламу на основі ключових слів, географічного розташування, демографічних характеристик та інтересів аудиторії. Платформи, такі як Google Ads та Facebook Ads, надають потужні інструменти для управління кампаніями та аналізу їх ефективності.

Електронна пошта також залишається важливим каналом маркетингових комунікацій. Email-маркетинг дозволяє бізнесам спілкуватися з клієнтами на більш персоналізованому рівні, надсилати їм новини, спеціальні пропозиції та корисний контент. Використання сегментації списків розсилки та автоматизації дозволяє підвищити релевантність та ефективність кампаній. Дослідження показують, що правильно налаштований email-маркетинг може забезпечити високий рівень конверсій та повернення інвестицій (ROI).

Ретаргетинг є ще одним важливим інструментом, який допомагає повертати на сайт користувачів, які вже відвідали його, але не здійснили покупки. Ретаргетингова реклама показується цим користувачам на інших сайтах чи в соціальних мережах, нагадуючи їм про незавершену дію та стимулюючи до повернення. Це дозволяє збільшити ймовірність конверсії та підвищити загальну ефективність маркетингових зусиль.

Крім того, варто звернути увагу на інструменти автоматизації маркетингу, які дозволяють ефективніше управляти всіма аспектами маркетингових

кампаній. Платформи автоматизації, такі як HubSpot, Marketo та ActiveCampaign, надають інструменти для управління лідогенерацією, сегментації аудиторії, автоматизації email-кампаній та аналізу результатів. Це дозволяє маркетинговим командам зосередитися на стратегічних завданнях, звільняючи час від рутинних процесів.

У підсумку, ефективні стратегії просування та маркетингу для інтернет-бізнесу в умовах цифровізації включають комплексний підхід з використанням різноманітних інструментів та технологій. Від контент-маркетингу та SEO до соціальних медіа та автоматизації - кожен елемент має своє місце в загальній маркетинговій стратегії, забезпечуючи залучення нових клієнтів, утримання існуючих та підвищення ефективності бізнесу. Важливо постійно аналізувати результати, адаптувати підходи та впроваджувати нові інновації, щоб залишатися конкурентоспроможними в динамічному цифровому середовищі.

Отже, розвиток інтернет-бізнесу вимагає ретельного аналізу комплексу факторів, що включають технологічний прогрес, зміни в споживчих звичках, економічні умови, регуляторне середовище, соціокультурні та фінансові аспекти, а також конкурентне середовище. Технологічні інновації, вимогливість споживачів та економічні тенденції впливають на стратегії підприємств у цьому секторі. Гнучкість, інноваційність та здатність адаптуватися до змін є ключовими складовими успішного інтернет-бізнесу.

Сучасні технології та інструменти для розвитку інтернет-бізнесу відіграють значну роль у підвищенні ефективності та конкурентоспроможності компаній. Платформи електронної комерції, аналітичні інструменти, CRM-системи та інші розробки дозволяють забезпечити персоналізований підхід до клієнтів та оптимізувати бізнес-процеси. Інноваційні рішення, такі як штучний інтелект, блокчейн та машинне навчання, дозволяють автоматизувати процеси та забезпечувати безпеку операцій. Комплексне використання цих технологій стає ключовим чинником успіху в умовах швидкої цифрової трансформації.

Сучасні інтернет-бізнеси використовують різні інструменти та стратегії маркетингу для залучення та утримання аудиторії. Це включає контент-маркетинг, SEO, соціальні медіа, контекстну рекламу, email-маркетинг, ретаргетинг та інструменти автоматизації. Кожен з цих інструментів спрямований на різні аспекти взаємодії з клієнтами та оптимізації маркетингових кампаній, що дозволяє підприємствам ефективно використовувати ресурси та досягати бажаних результатів.

## **3 РОЗРОБЛЕННЯ БІЗНЕС-ПРОЕКТУ ІНТЕРНЕТ-БІЗНЕСУ**

### **3.1 Вибір концепції для інтернет-підприємництва**

Обравши концепцію для інтернет-підприємства в рамках даного завдання, було обрано створення інтернет-платформи для онлайн-освіти. Ця концепція була обрана через її актуальність та потенціал для успіху в умовах цифровізації.

Онлайн-освіта є одним із швидко зростаючих секторів в інтернет-бізнесі, що відповідає на зростаючу потребу в постійному навчанні та розвитку компетенцій в цифровій епохі. Створення інтернет-платформи для онлайн-освіти дозволить не лише задовольнити цю потребу, а й забезпечити доступ до якісних навчальних ресурсів для широкого кола аудиторії [9].

Ця платформа буде спрямована на надання різноманітних навчальних курсів та матеріалів у різних галузях знань. Користувачі зможуть обирати курси відповідно до своїх інтересів та потреб, а також вивчати їх в зручний для них час. Платформа буде надавати можливості для інтерактивного навчання, тестування знань та отримання сертифікатів про успішне завершення курсів.

Потенційні користувачі цієї платформи включають студентів, професіоналів, які бажають покращити свої навички або змінити кар'єрний шлях, а також компанії, які прагнуть навчити своїх співробітників новим навичкам та технологіям. Запровадження такого інтернет-підприємства може стати важливим внеском у сферу освіти, дозволяючи людям з різних куточків світу отримати доступ до якісної освіти та розвинути свої професійні навички.

Платформа для онлайн-освіти також може стати ефективним інструментом для розвитку навчальних програм, які відповідають сучасним вимогам та тенденціям у світі. Вона надасть можливість ефективно впроваджувати інноваційні методи навчання, використовуючи інтерактивність та інтерактивні технології, такі як відеоуроки, вебінари, вправи та ігри.

Окрім того, платформа може стати простором для співпраці з експертами та практиками у різних галузях, що дозволить забезпечити доступ до актуальних знань та практичних навичок. Це сприятиме підвищенню якості навчання та підготовки фахівців, що відповідає вимогам сучасного ринку праці.

Також важливо врахувати можливості масштабування платформи та її гнучкість у відповіді на змінні потреби користувачів. Завдяки цифровим технологіям, платформа може швидко адаптуватися до нових вимог та тенденцій, розвиватися та змінюватися разом із ринком та потребами своїх користувачів.

Отже, інтернет-підприємство у сфері онлайн-освіти має потенціал стати ефективним інструментом для навчання та розвитку у сучасному цифровому світі. Воно може сприяти підвищенню доступності та якості освіти, створювати нові можливості для навчання та розвитку, а також сприяти соціальному та економічному розвитку суспільства в цілому.

### **3.2 Розроблення бізнес-моделі за методикою Business Model Canvas**

Створення інтернет-платформи для онлайн-освіти відповідає на зростаючу потребу в постійному навчанні та розвитку компетенцій у цифровій епохі. За даними досліджень, обсяг глобального ринку онлайн-освіти прогнозується зростати із 187,877 мільярда доларів у 2019 році до понад 319,167 мільярда доларів до 2025 року, з річним темпом зростання близько 9,23% [9].

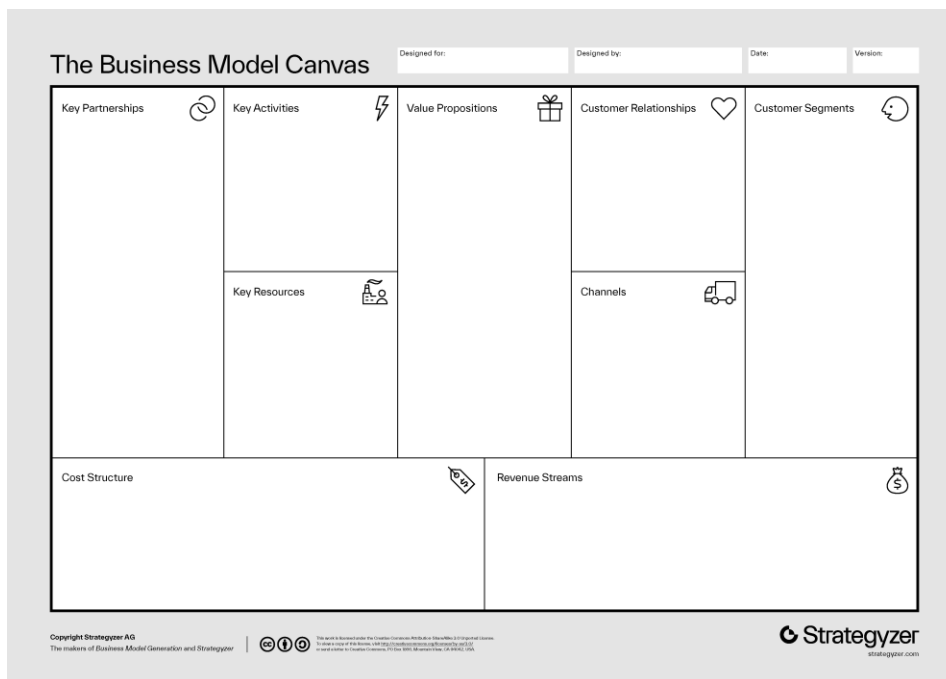


Рисунок 3 – Макет Business Model Canvas. Джерело: [60]

Нами було розроблено бізнес-модель Canvas за методикою наведеною на рис. 3 щодо запуску бізнесу з онлайн-освіти.

Ціннісна пропозиція (Value Proposition):

Наша платформа для онлайн-освіти пропонує вирішення проблеми доступу до якісних навчальних ресурсів та курсів у різних галузях знань. Ми надаємо користувачам можливість отримати актуальні навички та знання, необхідні для успішної кар'єри, в зручний для них час і формат. Наша платформа дозволяє користувачам вивчати матеріали у відповідності до їхніх інтересів та потреб, а також проходити інтерактивні курси, тестувати свої знання та отримувати сертифікати про успішне завершення курсів.

Сегменти клієнтів (Customer Segments): Наша платформа адресована трьом основним групам користувачів:

1. Студенти, які шукають можливості для підвищення свого професійного рівня та отримання нових навичок.
2. Професіонали, які мають потребу в постійному оновленні своїх знань у зв'язку з розвитком технологій та ринків праці.

3. Компанії, які прагнуть навчити своїх працівників новим технологіям та методам.

Канали (Channels): Для привертання та утримання користувачів ми використовуватимемо такі канали:

1. Реклама в Інтернеті, спрямована на наші цільові аудиторії.
2. Електронна пошта зі спеціальними пропозиціями та акціями.
3. Промоції у соціальних медіа для залучення нових користувачів.
4. Партнерські програми з університетами та компаніями для розширення аудиторії та підвищення авторитету.

Ключові метрики (Key Metrics): Наші ключові метрики включатимуть:

1. Кількість активних користувачів.
2. Рівень задоволеності користувачів.
3. Показники використання платформи (час, проведений на сайті, кількість пройдених курсів тощо).
4. Конверсія зареєстрованих користувачів у платних абонентів.

Структура витрат (Cost Structure): Наша вартість структура включає витрати на:

1. Розробку та підтримку технічної інфраструктури.
2. Створення та оновлення навчального контенту.
3. Маркетинг та рекламу.
4. Підтримку клієнтів та технічну підтримку.

Доходи (Revenue Streams): Наші потенційні джерела доходу включають:

1. Платні абонементи на доступ до преміального контенту та функцій.
2. Організацію платних вебінарів та майстер-класів.
3. Партнерські програми та рекламні партнерства.
4. Продаж власних навчальних продуктів та послуг.

Наша платформа для онлайн-освіти пропонує доступ до якісних навчальних ресурсів та курсів у різних галузях знань. Ми цілеспрямовані на

студентів, професіоналів та компанії, що шукають навчальні можливості. Ми привертаємо та утримуємо користувачів через рекламу в Інтернеті, електронну пошту, соціальні медіа та партнерські програми. Ключові метрики для нас - це активні користувачі, їхнє задоволення та використання платформи. Витрати охоплюють розробку, контент, маркетинг і підтримку, а доходи - платні абонементи, вебінари, партнерства та продаж продуктів [9].

### **3.3 Аналіз ризиків та можливостей запуску інтернет-бізнесу**

Аналіз ризиків та можливостей для успішного запуску інтернет-бізнесу у сфері онлайн-освіти є невід'ємною частиною стратегічного планування та розвитку проекту. Він вимагає глибокого та всебічного дослідження різноманітних факторів, які можуть вплинути на його реалізацію та успіх.

Один з головних ризиків полягає у конкурентній обстановці на ринку онлайн-освіти. Цей сектор вже насичений численними гравцями, які мають значний ресурсний потенціал і велику клієнтську базу. Тому новому проекту доведеться змагатися за увагу та підтримку клієнтів. Проте, шляхом вдосконалення пропозиції цінності та унікальності сервісу, можливо знайти свій нішевий сегмент на ринку та забезпечити стійкий розвиток.

Ще одним важливим аспектом є технологічні ризики. Збої систем, проблеми з безпекою даних та інші технічні виклики можуть значно ускладнити роботу платформи та вплинути на задоволення потреб користувачів. Щоб зменшити ці ризики, необхідно ретельно проробити всі аспекти технічної інфраструктури та забезпечити їх стійку роботу.

Фінансова стійкість також є критичним фактором успіху. Запуск та подальше управління платформою для онлайн-освіти вимагає значних фінансових витрат на розробку, маркетинг та підтримку. Недостатнє фінансування може обмежити можливості розвитку та масштабування проекту.



Проте, на тлі ризиків, існують значні можливості для успіху. Зростання популярності онлайн-освіти та постійне зростання попиту на навчальні ресурси в умовах цифровізації свідчать про потенціал для швидкого росту та розвитку проекту. Забезпечення доступу до якісної освіти для широкого кола аудиторії може стати ключовим конкурентним перевагою. Крім того, постійний технологічний прогрес відкриває нові можливості для вдосконалення сервісу та розширення асортименту наданих послуг, що сприяє залученню та утриманню користувачів [9].

Концепція інтернет-платформи для онлайн-освіти відповідає зростаючій потребі в навчанні та розвитку компетенцій у цифрову епоху. Ця ідея спрямована на студентів, професіоналів та компанії, які прагнуть поліпшити свої навички. Вона пропонує різноманітні курси, зручний графік навчання та інтерактивний підхід. Потенціал проекту полягає у важливому внеску в освіту та співпраці з експертами.

Цей бізнес спрямований на надання якісної освіти через інтернет. Його цінність полягає у доступі до різноманітних навчальних ресурсів та курсів для різних цільових груп, таких як студенти, професіонали та компанії. Канали просування включають рекламу в Інтернеті, електронну пошту, соціальні медіа та партнерські програми. Ключові метрики успіху включають кількість активних користувачів, рівень задоволеності, використання платформи та конверсію в платних абонентів. Джерела доходу включають платні абонементи, вебінари, майстер-класи та продаж навчальних продуктів.

Запуск інтернет-бізнесу в галузі онлайн-освіти передбачає аналіз ризиків та можливостей. Ризики включають конкурентну обстановку, технологічні та фінансові виклики, але розвиток онлайн-освіти відкриває шляхи до успіху. Зниження ризиків можливе через удосконалення пропозиції цінності та ефективне управління ресурсами. Використання можливостей полягає в інноваційному підході та активному маркетингу.



## ВИСНОВКИ

На підставі порівняння отриманих результатів даного дослідження з попередніми роботами [10-47] можна зробити наступні висновки. Сучасний інтернет-бізнес переживає активний розвиток, спричинений швидким поширенням цифрових технологій. Ці зміни визначаються низкою ключових трендів, що суттєво впливають на ведення бізнесу та взаємодію з клієнтами.

На сьогоднішній день, електронна комерція стає все більш популярною, стимулюючи розвиток інтернет-магазинів, маркетплейсів та соціальної комерції. Персоналізація послуг завдяки великим даним та аналітичним інструментам дозволяє компаніям створювати індивідуальні пропозиції для клієнтів, підвищуючи їхнє задоволення. Штучний інтелект автоматизує багато процесів, сприяючи оптимізації маркетингу та покращенню обслуговування клієнтів. Ростуть також мобільна комерція та важливість блокчейн-технології у забезпеченні безпеки та прозорості в фінансах і управлінні ланцюгами постачання.

Екосистеми та платформи, об'єднуючи різноманітні сервіси, створюють додаткову вартість для клієнтів. Контент-маркетинг залишається ключовою стратегією, дозволяючи компаніям створювати привабливий та інформативний контент для аудиторії.

Крім описаних трендів, важливо враховувати роль соціальних мереж у взаємодії з клієнтами та розвитку бренду, а також зростаючу важливість кібербезпеки та потребу у адаптації до нових правил та регуляцій. Інтернет-бізнес постійно еволюціонує, тому важливо бути відкритим до нових трендів та технологій. Компанії, які успішно адаптуються до цих змін, матимуть конкурентні переваги та зможуть досягти успіху в цифровій економіці.

Розвиток інтернет-бізнесу і наступне підтвердження прогнозів щодо зростання його ключових показників, таких як обсяг електронної комерції,

кількість користувачів Інтернету, час, що проводиться в мережі, і частка онлайн-продажів, мають велике значення для сучасної економіки.

Оновлені дані за 2024 рік свідчать про стабільне зростання обсягу світового ринку електронної комерції, підкреслюючи стратегічне значення онлайн-торгівлі для глобальної економіки. Постійне збільшення кількості інтернет-користувачів забезпечує сприятливі умови для подальшого розвитку інтернет-бізнесу, а збільшення часу, що проводиться в Інтернеті, свідчить про активне використання онлайн-ресурсів для різноманітних потреб, включаючи покупки.

Підвищення важливості онлайн-каналів та зростання частки онлайн-продажів підкреслює необхідність ефективного використання цифрових платформ для успішного ведення бізнесу. Різноманітні маркетингові стратегії, такі як соціальні мережі, електронна пошта та платна реклама, набувають все більшої важливості в контексті залучення та утримання клієнтів у цифровому середовищі.

У цілому, ці нові дані свідчать про продовження динамічного розвитку інтернет-бізнесу та відкривають нові можливості для підприємців. Активна адаптація до нових умов ведення бізнесу та використання сучасних технологій стане ключовим фактором у досягненні конкурентних переваг та успіху в цифровій економіці.

Вплив цифровізації на інтернет-бізнес надає значних переваг, перетворюючи його функціонування та динаміку. Автоматизація бізнес-процесів стає опорою для підвищення продуктивності, економії часу та ресурсів, а також для мінімізації помилок. Покращення взаємодії з клієнтами завдяки персоналізованому маркетингу, вдосконаленому обслуговуванню та оперативному реагуванню на їх потреби є важливим елементом успішної стратегії.

Штучний інтелект та машинне навчання відкривають безліч можливостей, включаючи використання чат-ботів, прогнозування тенденцій ринку,

оптимізацію маркетингових кампаній та управління запасами. Мобільні технології дозволяють здійснювати мобільну комерцію, розробляти додатки та забезпечувати доступність до продуктів та послуг для широкої аудиторії.

Масштабування бізнесу через вихід на глобальний ринок та розширення можливостей стає більш доступним завдяки цифровізації. Використання технології блокчейн забезпечує безпеку, прозорість та можливість відстеження походження товарів, підвищуючи довіру споживачів.

Підприємства, що активно використовують цифрові технології, отримують конкурентні переваги, такі як збільшення ефективності, зменшення витрат та нові ринкові можливості. Цифровізація стає ключем до успішного розвитку інтернет-бізнесу у майбутньому, дозволяючи пристосуватися до швидкозмінного темпу технологічного прогресу та відповідати потребам сучасного споживача.

Розвиток інтернет-бізнесу залежить від різноманітних факторів, які взаємодіють між собою та впливають на його динаміку і тенденції. Перш за все, технологічний прогрес відіграє ключову роль у стимулюванні інновацій та розвитку цього сектору. Постійне вдосконалення інтернет-технологій, розвиток інфраструктури зв'язку, зростання кількості підключених пристроїв і впровадження нових сервісів та додатків, таких як розширена реальність, віртуальна реальність та Інтернет речей, стимулюють розвиток інтернет-бізнесу.

Зміна споживчих звичок також впливає на розвиток інтернет-бізнесу, оскільки споживачі стають більш вимогливими до якості обслуговування, очікують персоналізованих пропозицій та швидкого реагування на їхні потреби. Використання штучного інтелекту для персоналізації, чат-ботів для підтримки та аналізу даних для розуміння потреб клієнтів стають важливими стратегічними факторами.

Економічні умови, такі як стабільність економіки, зростання доходів населення та електронна комерція, також впливають на інтернет-бізнес, створюючи нові можливості та виклики. Регуляторне середовище,

соціокультурні фактори, фінансові інструменти та конкурентне середовище також варто враховувати при аналізі перспектив розвитку інтернет-бізнесу.

Тож можна сказати, що успішний інтернет-бізнес потребує комплексного підходу та уваги до різноманітних факторів, що впливають на його функціонування. Інноваційність, гнучкість та здатність швидко адаптуватися до змін у соціально-економічному середовищі є ключовими для досягнення успіху в цьому конкурентному сегменті ринку.

Сучасні інструменти та технології для розвитку інтернет-бізнесу включають широкий спектр інноваційних засобів, які дозволяють компаніям підвищувати ефективність та конкурентоспроможність. Платформи електронної комерції, такі як Shopify, Magento, та WooCommerce, надають можливість створення онлайн-магазинів та управління замовленнями. Аналітичні інструменти, включаючи Google Analytics, забезпечують комплексний аналіз даних про відвідувачів та ефективність маркетингових кампаній. CRM-системи, такі як Salesforce, HubSpot, та Zoho CRM, допомагають в управлінні взаємодією з клієнтами та персоналізації послуг.

Інші технології, такі як штучний інтелект та машинне навчання, блокчейн, мобільні додатки та адаптивний дизайн, інструменти автоматизації маркетингу, соціальні медіа, хмарні технології, Інтернет речей, віртуальна та доповнена реальність, кібербезпека та фінансові технології, такі як PayPal, Stripe, та криптовалюти, також відіграють ключову роль у розвитку сучасного інтернет-бізнесу. Використання цих інструментів дозволяє підприємствам оптимізувати процеси, підвищувати якість обслуговування клієнтів, та збільшувати конкурентоспроможність на ринку.

Сучасні інтернет-бізнеси активно використовують різноманітні стратегії просування та маркетингу, орієнтовані на привертання та утримання цільової аудиторії.

Контент-маркетинг є ключовим елементом, що передбачає створення та розповсюдження цінного та релевантного контенту з метою залучення уваги та утримання інтересу аудиторії. SEO (Search Engine Optimization) використовується для оптимізації веб-сайтів з метою підвищення їх видимості в пошукових системах та покращення позицій у пошукових результатах. Соціальні медіа маркетинг зосереджений на використанні платформ для прямої взаємодії з цільовою аудиторією, збільшення обізнаності про бренд, стимулювання взаємодії та збільшення продажів.

Контекстна реклама (PPC) передбачає розміщення рекламних оголошень на платформах пошукових систем та інших веб-сайтах з подальшою оплатою за кожен клік. Email-маркетинг спрямований на особисту комунікацію з клієнтами, надсилання новин, спеціальних пропозицій та корисного контенту для збільшення взаємодії та залучення. Ретаргетинг використовується для повернення користувачів, які вже відвідали сайт, але не здійснили покупки, через розміщення рекламних повідомлень на інших сайтах чи в соціальних мережах. Інструменти автоматизації маркетингу дозволяють управляти всіма аспектами маркетингових кампаній, що сприяє ефективному використанню часу та ресурсів.

Концепція інтернет-платформи для онлайн-освіти має широкий потенціал і базується на кількох ключових факторах. По-перше, вона відповідає зростаючій потребі в постійному навчанні та розвитку компетенцій в епоху цифрових технологій. Онлайн-освіта стає все більш динамічним сектором інтернет-бізнесу, пропонуючи гнучкі та доступні форми навчання.

Цільова аудиторія такого проекту охоплює студентів, професіоналів, які прагнуть поліпшити свої навички або змінити кар'єрний шлях, а також компанії, які бажають навчити своїх співробітників новим навичкам та технологіям.

Переваги цієї платформи включають різноманітність навчальних курсів та матеріалів, зручний час та місце навчання, інтерактивний підхід до навчання,

можливість тестування знань та отримання сертифікатів про успішне завершення курсів.

Потенціал проекту полягає у важливому внеску у сферу освіти, ефективному інструменті для розвитку навчальних програм, співпраці з експертами та практиками, а також у підвищенні якості навчання та підготовки фахівців. Масштабування та гнучкість підходу дозволять забезпечити успішне розвиток проекту.

Пропозиція цінності цього бізнесу полягає у наданні доступу до якісних навчальних ресурсів та курсів у різних галузях, що дозволяє отримати актуальні навички для успішної кар'єри. Переваги включають зручний час та формат навчання, а також можливість інтерактивного навчання, тестування знань та отримання сертифікатів.

Цільові сегменти включають студентів, професіоналів та компанії, які прагнуть розвивати свої навички та знання.

Канали просування включають рекламу в Інтернеті, електронну пошту, соціальні медіа та партнерські програми.

Ключові метрики успішності включають кількість активних користувачів, рівень задоволеності, використання платформи та конверсію в платних абонентів.

Структура витрат включає розробку та підтримку інфраструктури, створення та оновлення контенту, маркетинг та рекламу, а також підтримку клієнтів.

Джерела доходу включають платні абонементи, платні вебінари та майстер-класи, партнерські програми та продаж навчальних продуктів.

Запуск інтернет-бізнесу в галузі онлайн-освіти включає в себе аналіз ризиків та можливостей. Ризики включають конкурентну обстановку, технологічні проблеми та фінансові виклики, але збільшення популярності онлайн-освіти та доступ до якісних навчальних ресурсів відкривають можливості



для успішного розвитку бізнесу. Шляхи зниження ризиків включають удосконалення пропозиції цінності, надійність технічної інфраструктури та ефективне управління ресурсами. Використання можливостей полягає в інноваційному підході, широкому спектрі курсів, доступних цінах та активному маркетингу. В цілому, ретельний аналіз та стратегічне планування дозволять максимізувати переваги та мінімізувати ризики при розвитку бізнесу в цій галузі.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Статистика e-commerce за 2024 рік: Statista. (2024). <https://www.statista.com/markets/413/e-commerce/>
2. Звіт про світовий ринок електронної комерції за 2024 рік: Mordor Intelligence. (2024). <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/global-ecommerce-market/market-size>
3. Дослідження цифрових трендів 2024 року: McKinsey & Company. (2024). <https://www.mckinsey.com/capabilities/mckinsey-digital/our-insights/the-top-trends-in-tech>
4. Вплив цифрових технологій на розвиток інтернет-бізнесу: Singh, T., & Niemann, M. (2020). The impact of digital technologies on the development of e-commerce. *Journal of Business Research*, 124, 307-316. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0148296320307736>
5. Тенденції розвитку електронної комерції в Україні: Державна юридична консультація України. (n.d.). [https://wiki.legalaid.gov.ua/index.php/%D0%95%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%82%D1%80%D0%BE%D0%BD%D0%BD%D0%B0\\_%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%B5%D1%80%D1%86%D1%96%D1%8F](https://wiki.legalaid.gov.ua/index.php/%D0%95%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%82%D1%80%D0%BE%D0%BD%D0%BD%D0%B0_%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%B5%D1%80%D1%86%D1%96%D1%8F)
6. Інноваційні маркетингові стратегії для інтернет-бізнесу: Ray, S., & Sharma, G. D. (2020). Innovative marketing strategies for e-commerce businesses. *Journal of Business Research*, 125, 317-327. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0007681320301567>
7. Електронна комерція: практичний посібник: (n.d.). Amazon.com. <https://www.amazon.com/e-commerce-Books/s?k=e-commerce&rh=n%3A283155>
8. Цифрові маркетингові стратегії: як використовувати Інтернет для розвитку вашого бізнесу: (n.d.). Amazon.com. <https://www.amazon.com/digital-marketing-books/s?k=digital+marketing+books>

9. Інтернет-бізнес: створення та розвиток успішного онлайн-проекту: (n.d.). Amazon.com. [https://www.amazon.com/gp/bestsellers/digital-text/8493719011/ref=pd\\_zg\\_hrsr\\_digital-text](https://www.amazon.com/gp/bestsellers/digital-text/8493719011/ref=pd_zg_hrsr_digital-text)
10. Babenko V., Matsenko O., Voronenko V., Nikolaiev S., Kazak D. Economic prospects for cooperation the European Union and Ukraine in the use of blockchain technologies. The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series: International Relations. Economics. Country Studies. Tourism. 2020. № 12. С. 8-17. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/83746>
11. Hrytsenko P., Voronenko V., Kovalenko Ye., Kurman T., Omelianenko V. Assessment of the development of innovation activities in the regions: Case of Ukraine. Problems and Perspectives in Management. 2021. 19(4). P. 77-88. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/85729> (SCOPUS)
12. Hrytsenko, P.V., Kovalenko, Y.V., Voronenko, V.I., Smakouz, A.M., Stepanenko, Y.S. Analysis of the Definition of “Change” as an Economic Category. Mechanism of Economic Regulation. 2021. № 1. С. 92-98. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/84025>
13. Ji, Z., & Sotnyk, I. (2023). Economic analysis of energy efficiency of China’s and India’s national economies. Mechanism of an Economic Regulation, (1(99)), 11-16. <https://doi.org/10.32782/mer.2023.99.02>  
<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/91221>
14. Jianming Mu, Goncharenko O. S., Chortok Yu. V., Yaremenko A. H. Peculiarities of Formation of the Region's Logistics Infrastructure on the Basis of Eco-Innovations Within the Framework of Stakeholders' Partnership in the Enterprise-Region-State System // Mechanism of Economic Regulation. 2021. № 4. P. 22-29. DOI: <https://doi.org/10.21272/mer.2021.94.03>  
<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/87514>
15. Karintseva O. I., Yevdokymov A. V., Yevdokymova A. V., Kharchenko M. O., Dron V. V. Designing the Information Educational Environment of the Studying

Course for the Educational Process Management Using Cloud Services. Механізм регулювання економіки. 2020. № 3. С. 87-97. DOI: <https://doi.org/10.21272/mer.2020.89.07>

16. Kovalov, B., Karintseva, O., Kharchenko, M., Khymchenko, Y., & Tarasov, V. (2023). Methods of evaluating digitization and digital transformation of business and economy: the experience of OECD and EU countries. Економіка розвитку систем, 5(1), 18-25. <https://doi.org/10.32782/2707-8019/2023-1-3> <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/91585>

17. Kubatko, O. V., Kubatko, O. V., Sachnenko, T. I., Oluwaseun, O. O. Organization of Business Activities with Account to Environmental and Economic Aspects // Mechanism of Economic Regulation. 2021. № 2. P. 76-85. DOI: <https://doi.org/10.21272/mer.2021.92.08> <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/85180>

18. Kubatko, O., Merritt, R., Duane, S., & Piven, V. (2023). The impact of the COVID-19 pandemic on global food system resilience. Mechanism of an Economic Regulation, (1(99)), 144-148. <https://doi.org/10.32782/mer.2023.99.22> <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/91371>

19. Lukash, O. A., Derev`yanko, Y. M., Kozlov, D. V., Mukorez, A. I. Regional Economic Development in The Context of the COVID-19 Pandemic and the Economic Crisis // Mechanism of Economic Regulation. 2021. № 1. P. 99-107. DOI: <https://doi.org/10.21272/mer.2021.91.08> <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/84026>

20. Melnyk, L. Hr., Shaulska, L. V., Mazin, Yu. O., Matsenko, O. I., Piven, V. S., Konoplov, V. V. Modern Trends in the Production of Renewable Energy: the Cost Benefit Approach // Mechanism of Economic Regulation. 2021. № 1. P. 5-16. DOI: <https://doi.org/10.21272/mer.2021.91.01> <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/83761>

21. Melnyk, L., Karintseva, O., Kubatko, O., Derev'yanko, Y., & Matsenko, O. (2022). Restructuring of socio-economic systems as a component of the formation of the digital economy in Ukraine. *Mechanism of an Economic Regulation*, (1-2(95-96)), 7-13. <https://doi.org/10.32782/mer.2022.95-96.01>  
<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/89627>
22. Melnyk, L., Kovalov, B., Mykahilov, S., Mykhailov, S., Skrypka, Y., & Starodub, I. (2022). Dynamics of reproduction of economic systems in the transition to digital economy – in the light of synergetic theory of development\*. *Mechanism of an Economic Regulation*, (3-4(97-98)), 7-14. <https://doi.org/10.32782/mer.2022.97-98.01>  
<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/90520>
23. Melnyk, L., Matsenko, O., Kalinichenko, L., Holub, A., & Sotnyk, I. (2023). Instruments for ensuring the phase transition of economic systems to management based on Industries 3.0, 4.0, 5.0. *Mechanism of an Economic Regulation*, (1(99)), 34-40. <https://doi.org/10.32782/mer.2023.99.06>  
<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/91226>
24. Nesterenko V., Dolhosheieva O., Kirilieva A., Voronenko V., Hrytsenko P. «Green» vector of the economic development of the country. *Mechanism of Economic Regulation*. 2021. № 3. C. 82-90.  
<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/87533>
25. Nikulina, M., Sotnyk, I., Derykolenko, O., & Starodub, I. (2022). Unemployment in Ukraine's economy: COVID-19, war and digitalization. *Mechanism of an Economic Regulation*, (1-2(95-96)), 25-32. <https://doi.org/10.32782/mer.2022.95-96.04> <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/89630>
26. Omelyanenko V., Pidorychev I., Voronenko V., Andrusiak N., Omelianenko O., Fyliuk H., Matkovskiy P., Kosmidailo I. Information & Analytical Support of Innovation Processes Management Efficiency Estimations at the Regional Level. *International Journal of Computer Science and Network Security*. 2022. Vol. 22, No. 6. P. 400-407. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/89615>

27. Sotnyk I. M., Nahorni M. V., Maslii M. Yu., Nikulina M. P., Yehorov Y. V. Problems of Unemployment in Ukraine Under the COVID-19 Pandemic // Mechanism of Economic Regulation. 2021. № 3. P. 88-96. DOI: <https://doi.org/10.21272/mer.2021.93.08>  
<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/87534>
28. Sotnyk, I. M., Matsenko, O. M., Popov, V. S., Martymianov, A. S. Ensuring the Economic Competitiveness of Small Green Energy Projects // Mechanism of Economic Regulation. 2021. № 1. P. 28-40. DOI: <https://doi.org/10.21272/mer.2021.91.03>  
<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/84021>
29. Tambovceva, T. T., Melnyk, L. Hr., Dehtyarova, I. B., Nikolaev, S. O. Circular Economy: Tendencies and Development Perspectives // Mechanism of Economic Regulation. 2021. № 2. P. 33-42. DOI: <https://doi.org/10.21272/mer.2021.92.04>  
<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/85156>
30. Voronenko V., Horobchenko D. Approaches to the Formation of a Theoretical Model for the Analysis of Environmental and Economic Development. Journal of Environmental Management and Tourism. Craiova: ASERS Publishing, 2018. Vol. 9, Issue Number 5(29). P. 1108-1119.  
<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/77227>
31. Барченко Н.Л., Любчак В.О., Карінцева О.І., Ковальов Б.Л., Пономаренко І.О. Моделі опису індикаторів прогресу цифрової трансформації економіки. Вісник СумДУ. Серія «Економіка». 2022. №3. С. 42-50. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/89277>
32. Вороненко В. І. Обґрунтування напрямів розвитку сонячної енергетики для України // Енергоефективність та відновлювальна енергетика в Україні: проблеми управління / за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. І. М. Сотник. –

Суми : ПФ «Видавництво “Університетська книга”», 2019. – С. 72-85. – Режим доступу: <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/80025>

33. Вороненко В.И., Бурлакова И.М.. Эффе́кты от использования энергетических природных ресурсов в странах Европейского союза и Украине. Економіка та держава. 2018. № 7. С. 61-66. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/70636>

34. Вороненко В.И., Горобченко Д.В. Теоретические модели анализа эколого-экономического развития. Економічний простір: Збірник наукових праць. 2020. № 157. С. 65-68. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/83711>

35. Вороненко В.І., Гриценко П.В., Омеляненко В.А. Визначення індикаторів та рівнів регуляторної ефективності податкових інструментів на національному та світовому рівнях. Проблеми та перспективи забезпечення макроекономічної стабільності : монографія / за ред. С. В. Леонова і М. М. Бричко. Суми : Сумський державний університет, 2022. С. 65-75. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/90488>

36. Вороненко В.І., Кубатко О.В., Ковальов Б.Л., Гриценко П.В., Омеляненко В.А. Динаміка цифрової трансформації соціально-економічних та екологічних систем. Агросвіт. 2022. № 15-16. С. 15-22. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/89229>

37. Гриценко П., Коваленко Є., Вороненко В., Смакоуз А., Степаненко Є. Аналіз дефініції «зміни» як економічної категорії. Механізм регулювання економіки, (1 (91), 92-98. URL: <https://doi.org/10.21272/mer.2021.91.07>

38. Дяченко, А. В., Карінцева, О. І., Тарасенко, С. В., Харченко, М. О., Мазін, Ю. О., Кисильова, К. С. Формування інноваційного інструментарію економічної політики в умовах розвитку світової економічної кризи 2019- 2020 рр. в Україні // Механізм регулювання економіки. 2021. № 3. С. 21-40. DOI: <https://doi.org/10.21272/mer.2021.93.02>

<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/85737>

39. Економіка і бізнес : підручник / за ред. Л. Г. Мельника, О. І. Карінцевої. Суми : Університетська книга, 2021. 316 с.  
<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/83721>

40. Економіка розвитку: європейський досвід упровадження досягнень Industries 3.0, 4.0 та 5.0. : навч. посіб. / за ред. Л. Г. Мельника, Ю. М. Завдов'євої. Суми : Університетська книга, 2022. 608 с.  
<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/91525>

41. Економіка та бізнес-інновації: підручник / за ред. д.е.н., проф. Л. Г. Мельника, д.е.н., проф. О. І. Карінцевої. – Суми : Університетська книга, 2023. – 702 с. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/91523>

42. Карінцева, О. І., Харченко, М. О., Пономарьова, Г. С. Підвищення ефективності бізнес-процесів на виробничому підприємстві // Механізм регулювання економіки. 2020. № 4. С. 58-69.  
<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/83754>

43. Ковальов Б.Л. Методичні підходи до формування інформаційного наповнення векторної моделі оцінки сталого способу життєдіяльності. Механізм регулювання економіки. 2012. № 4. С. 44-52.

44. Ковальов Б.Л., Пімоненко Т.В., Лисенко А.С. Перспективи розвитку готельно-ресторанного бізнесу: досвід України та Європейського союзу. Механізм регулювання економіки. 2017. № 4. С. 92-102. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/68713>

45. Лукаш, О., Дерев'янка, Ю., Васильєва, Т., & Танащук, М. (2022). Формування конкурентного середовища у освітньому просторі: роль освітніх провайдерів. Механізм регулювання економіки, (3-4(97-98)), 31-39.  
<https://doi.org/10.32782/mer.2022.97-98.08>  
<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/90532>

46. Мельник Л. (2021) Сучасні тренди економічного розвитку: Досвід ЄС та практика України: підручник / за ред. Л. Г. Мельника. Суми: ПФ «Видавництво



<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/89235>

47. Мельник Л. Г., Авдасев В. Н., Ковалев Б. Л. Информационный вектор социально-экономического развития: ретроспективный анализ. Социально-экономические проблемы информационного общества: монография / под ред. д-ра экон. наук, проф. Л. Г. Мельника, канд. экон. наук М. В. Брюханова. Сумы : ИТД «Университетская книга», 2010. Вып. 2. С. 776–791. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/83800>

48. Мельник Л. Г., Маценко О. М., Дериколенко О. М., Кириленко М. В., Стародуб І. А. Економіка підприємств, територій та макроекономічних систем в умовах цифрових трансформацій: від стабільності й лінійного мислення до антикрихкості та нелінійного, інноваційного мислення // Механізм регулювання економіки. 2021. № 3. С. 67-78. DOI: <https://doi.org/10.21272/mer.2021.93.06>  
<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/87532>

49. Мельник, Л. (2022). Росія – країна, побудована на порушенні божих заповідей: погляд економіста . Механізм регулювання економіки, (3-4(97-98), 141-150. <https://doi.org/10.32782/mer.2022.97-98.10>  
<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/90536>

50. Мельник, Л., Ковальов, Б. (2020). Проривні технології в економіці і бізнесі (Досвід ЄС та практика України у світлі III, IV, і V промислових революцій. Сумський державний університет, с. 180. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/79621>

51. Ніколаєв С.О., Вороненко В.І., Ковальов Б.Л., Гриценко П.В., Одеволе О.О. Блокчейн як фактор цифрової трансформації економіки України. Вісник Сумського державного університету. Серія «Економіка». 2021. №2. С. 16-23. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/85043>

52. Омеляненко В.А., Литвиненко С.М., Вороненко В.І. Аналіз потенціалу конвергенції біо- та нанотехнологій в космічній галузі (національний

та міжнародний аспект). Інновації і трансфер технологій: методи, моделі та механізми управління: колективна монографія / за ред. д.е.н. В.А. Омеляненка. Суми: Інститут стратегій інноваційного розвитку і трансферу знань, 2023. С. 284-296.

53. Сотник І. (2018) Підприємництво, торгівля та біржова діяльність / І. Сотник, Л. Таранюк. – Суми: Університетська книга, 2018. – 572 с. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/80114>

54. Сучасні тренди економічного розвитку. Книга 1: Трансформації економічних систем: досвід ЄС в реалізації Industries 3.0, 4.0, 5.0: навчальний посібник / за ред. Л. Г. Мельника. Суми: Університетська книга, 2022. 608 с. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/91526>

55. Сучасні тренди економічного розвитку. Книга 2: Кращі практики ЄС для сестейнового розвитку : навч. посіб. / за ред. Л. Г. Мельника, Ю. М. Завдов'євої. Суми : Університетська книга, 2022. 608 с. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/91527>

56. Тарановський В. І., Ковальов Б. Л., Портянка А.Г. Науково-методичні підходи до визначення дефініції «екотуризм». Механізм регулювання економіки. 2014. № 2. С. 30–37. URL: <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/38650>

57. Федина С.М., Ковальов Б.Л., Ігнатченко В.М. Біоекономіка: сутність поняття, стратегії, стан та перспективи розвитку підприємницьких форм в Україні. Механізм регулювання економіки. 2019. №3. С. 16-27. DOI: <https://doi.org/10.21272/mer.2019.85.02> URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/76718>

58. 110 Important Online Business Stats 2024 [Facts and Trends]. ThriveMyWay. 2024. URL: <https://thrivemyway.com/online-business-stats/?gclid=gclid&&gclid=gclid&&gclid=gclid&>

59. E-Business and E-Commerce: The Difference. Marketing Agency. 2024. URL: <https://customeracquisition.in/e-business-and-e-commerce-the-difference/>
60. The Business Model Canvas. Strategyzer. 2024. URL: <https://www.strategyzer.com/library/the-business-model-canvas>