

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

КАФЕДРА ЕКОНОМІЧНОЇ КІБЕРНЕТИКИ ТА  
ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ



## «ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ І УПРАВЛІННІ»

ЗБІРНИК НАУКОВИХ СТУДЕНТСЬКИХ ПРАЦЬ

ВИПУСК 4



Одеса  
2022

## ІННОВАЦІЇ ЕЛЕКТРОННОГО БІЗНЕСУ

Стадниченко В. В.<sup>1</sup>, Меджибовська Н. С.<sup>2</sup>

1 – студентка 4 курсу 44 гр., факультет міжнародної економіки,

2 – докт. екон. наук, проф., кафедра економічної кібернетики та інформаційних технологій  
Одеський національний економічний університет, м. Одеса

### АНОТАЦІЇ

**Стадниченко В. В., Меджибовська Н. С. Інновації електронного бізнесу.** Розглянуто деякі питання електронного бізнесу. Проведено аналіз останніх інновацій електронного бізнесу. Наведено узагальнену класифікацію інновацій в електронному бізнесі. Розкрито значення інновацій для підвищення ефективності бізнес-процесів електронного бізнесу. Виявлено перешкоди, які гальмують повноцінний розвиток інновацій в електронному бізнесі.

**Ключові слова:** електронний бізнес, електронна комерція, інновації електронного бізнесу, інтернет-торгівля, діджиталізація.

**Стадниченко В. В., Меджибовская Н. С. Инновации электронного бизнеса.** Рассмотрены некоторые вопросы электронного бизнеса. Проведен анализ последних инноваций электронного бизнеса. Наведена обобщенная классификация инноваций в электронном бизнесе. Раскрыто значение инноваций для повышения эффективности бизнес-процессов электронного бизнеса. Выявлены препятствия, тормозящие полноценное развитие инноваций в электронном бизнесе.

**Ключевые слова:** электронный бизнес, электронная коммерция, инновации электронного бизнеса, интернет-торговля, диджитализация.

**Stadnichenko V., Medzhibovska N. E-business innovations.** Some issues of e-business are considered. The analysis of the latest innovations of e-business is carried out. The generalized classification of innovations in e-business is given. The importance of innovations for improving the efficiency of e-business processes is revealed. Obstacles that hinder the full development of innovation in e-business have been identified.

**Keywords:** e-business, e-commerce, e-business innovations, e-commerce, digitalization.

### ПОСИЛАННЯ НА РЕСУРС

**Стадниченко В. В., Меджибовська Н. С. Інновації електронного бізнесу.** Інформаційні технології в економіці і управлінні : зб. наук. студ. праць. Одеса : ОНЕУ, 2022. Вип. 4. С. 103–108.

**Постановка проблеми у загальному вигляді.** Глобалізація та прискорений науково-технічний прогрес зумовили трансформацію традиційних підходів до ведення бізнесу. Як наслідок, виник електронний бізнес, чому сприяв активний розвиток глобальної мережі інтернет, а також транспортно-логістичних підприємств. Бізнес при можливості переходить у режим онлайн, що дозволяє йому економити на витратах, оренді приміщень, реалізовувати продукцію в різні куточки світу. Організація електронного бізнесу вигідна як для підприємств, так і споживачів. Водночас уже зараз конкуренція в електронному бізнесу висока, тому необхідний пошук шляхів підвищення його ефективності за рахунок інновацій.

Актуальність досліджуваної теми обумовлена тим, що протягом останніх років в Україні лише електронний бізнес має змогу стабільно розвиватися. Так, у 2020-2021 рр. бізнес зазнав великих втрат через пандемію Covid-19, і лише електронний бізнес зміг стабільно функціонувати. Зараз же в Україні триває повномасштабна війна і на великих територіях ведення бізнесу можливо лише в електронному форматі, у тому числі й з метою захисту життя та здоров'я працівників. Електронний бізнес є сучасною формою організації підприємницької діяльності, за якою майбутнє на наступні десятиліття. Водночас і електронний бізнес вимагає удосконалення та підвищення своєї ефективності, чому сприяють інновації. Останнє особливо важливе для українського електронного бізнесу, від якого залежить підтримка національної економіки в умовах війни.

**Аналіз досліджень і публікацій останніх років.** Проблемою вивчення організації електронного бізнесу займалася велика плеяда відомих науковців, серед них: О. Л. Андронік та А. В. Воронін, Р. Я. Баран, В. В. Батрименко, О. М. Ковальова та В. В. Кірсанова та ін. У роботах цих науковців розглянуті основні підходи до організації електронного бізнесу, його переваги та можливості.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Слід зазначити, що незважаючи на велику кількість наукових досліджень, не до кінця дослідженим залишається питання впровадження інновацій у електронний бізнес. При цьому вони з'являються з великою швидкістю, що лише підвищує актуальність дослідження.

**Мета статті.** Метою даної статті є аналіз інновацій у електронному бізнесі, перешкод для їх впровадження, а також визначення подальших перспектив розвитку електронного бізнесу.

**Вклад основного матеріалу дослідження.** Стрімкий науково-технічний прогрес, поява нових технологій стимулював до розвитку цифрової економіки. Остання передбачає широке впровадження інформаційних технологій у різні сфери народного господарства та сприяє розвитку електронної комерції. Нині складно назвати хоча б один бізнес, який би мав можливість, але не займався електронною комерцією. Якщо й є такий бізнес, то він має низьку конкурентоспроможність та може ліквідуватися.

Електронний бізнес стає окремим сегментом бізнесу, де розгортається високий рівень конкуренції та постійно впроваджуються інновації. Підприємства змушені шукати інноваційні підходи для підвищення ефективності електронного бізнесу та перемоги в конкурентній боротьбі.

Споживачі та клієнти стають більш вимогливими, а тому представники електронного бізнесу змушені шукати шляхи удосконалення своїх бізнес-процесів через пришвидшення процедури обробки замовлень, негайної відправки товару тощо. Як правило інновації в електронному бізнесі нерозривно пов'язані з появою нових інформаційних технологій, розвитком ІТ-сфери та новими можливостями мережі інтернет.

Інновації в електронному бізнесі можуть бути різноманітними. На наш погляд, найбільш вдалу їх класифікацію у своєму дослідженні запропонував Р. Я. Баран [2], який виділив три основні групи інновацій в електронному бізнесі: технічні, програмні та бізнес-інновації (рис. 1).



Рис. 1. Інновації в електронному бізнесі  
Джерело: [2]

При цьому Р. Я. Баран наголошує, що класифікація інновацій в електронному бізнесі не є вичерпною. В одному дослідженні не можливо охопити усі інновації, при тому, що вони з'являються постійно. Підприємства не бояться експериментувати та використовують різні інновації.

Технічні інновації надають можливість ведення електронного бізнесу. До них належить поява нових смартфонів, айфонів, смарт-часів та інших засобів, без яких не можлива електронна комерція. При цьому з кожним роком відбуваються зміни, випускають смартфони з більшим функціоналом, використання яких дає більші можливості для ведення електронного бізнесу. Технічні інновації зумовлюють потребу в продуктових та бізнес-інноваціях. Раніше вихід до мережі інтернет можливий був лише з комп'ютера, на разі дедалі частіше користувачами даної мережі є користувачі смартфонів [3]. Це обумовлює потребу в удосконаленні власних вебсайтів для адаптації під ці пристрої.

З одного боку технічні інновації створюють технології, використання яких дозволяє вести електронний бізнес. З іншого боку, для підтримки технічних інновацій необхідне належне програмне забезпечення, що зумовлює потребу в програмних інноваціях. В свою чергу, бізнес повинен адаптуватися до цього та змінювати власну бізнес-модель, що потребує впровадження бізнес-інновацій.

Прикладами програмних інновацій є розробка різних програмних продуктів, які дозволяють проводити електронну комерцію, збирати статистичні дані, аналізувати потреби клієнтів. Зокрема, останнім часом поширеними стали CRM-системи, які необхідні бізнесу для побудови міцних взаємовідносин з клієнтами, і як наслідок збільшення продажів. Дані системи важливі як для електронного бізнесу, так і для традиційного. Також різновидами програмних інновацій є різне програмне забезпечення, яке дозволяє підтримувати дієздатність вебсайтів, проводити необхідну аналітику, отримувати сповіщення, вести комунікацію з клієнтами та багато чого іншого.

Інновації стосуються і засобів комунікації. Раніше соціальні мережі розглядалися виключно як розвага, можливість підтримки зв'язку з друзями, канал знайомства. Нині дедалі частіше соціальні мережі використовують в бізнесових цілях та виступають інноваційною формою організації електронного бізнесу. Зокрема, у соціальній мережі «Інстаграм» тисячі бізнес-акаунтів, які пропонують різні товари та послуги, постійно підтримують комунікацію з цільовою аудиторією, розповідають про специфіку діяльності, діляться відгуками клієнтів та надають багато іншої корисної інформації. Усі відомі компанії світу інтегровані у електронний світ бізнесу та мають власні акаунти в соціальних мережах.

Найбільшою є група бізнес-інновацій в електронному бізнесі. Більшість з них пов'язана з урізноманітненням форм оплати, логістичних інновацій та маркетинговими інноваціями. Раніше більшість підприємців могли запропонувати лише розрахунок клієнту через відомі електронні платіжні системи, нині ж існує велика кількість форм здійсненні оплати. Зокрема, ще недавно ніхто не чув про криптовалюту, а нині ця віртуальна грошова одиниця активно використовується як засіб платежу в електронному бізнесі. За допомогою поєднання технічних, програмних та

бізнес-інновації створюють нові можливості для більш зручного розрахунку між клієнтом та продавцем [2].

Маркетингові інновації є однією з важливих умов успішності електронного бізнесу. Компанії використовують різні креативні підходи для впливу на потенційних клієнтів. У пошуковій системі є можливість налаштування «розумної реклами», що дозволить відображати рекламу лише потенційним клієнтам. Наприклад, якщо в інтернеті людина цікавилася інформацією про будівельні матеріали в Одесі, то їй будуть відображатися у Google різні пропозиції компаній з даною продукцією. Пошукова система Google підказує й намагається допомогти людям у задоволенні своїх потреб, а підприємства за рахунок цього підвищують ефективність маркетингу.

У соціальних мережах також є можливість використання таргетованої реклами, яка спрямована на цільову аудиторію та відповідає певному заданому набору критеріїв. Наприклад, якщо основними клієнтами підприємства є жінки віком від 30 до 50 років, які проживають у місті Одеса, то за допомогою таргетованої реклами можна здійснити налаштування, щоб рекламне повідомлення відображалось лише даній категорії людей. При цьому розвиток рекламних інструментів в електронному бізнесі лише відбувається, постійно з'являються нові нововведення, які надають можливості для електронного бізнесу.

Також при розгляді інновацій в електронному бізнесі не можемо не виділити логістичні інновації. Доставка товарів придбаних у режимі онлайн є одним з головних завдань для ведення електронного бізнесу. Традиційно доставку здійснювали транспортно-логістичні підприємства, до прикладу «Нова пошта». Водночас американська компанія «Amazon» починає для доставки товарів використовувати безпілотні апарати. Усе це є інноваціями, які змінюють електронний бізнес [3].

Основними передумовами вибору споживачами використання систем електронної комерції є ціна, зручність і швидкість здійснення угоди та доставки продукції. Водночас постійно зростає і кількість споживачів, які бажають отримувати більше від систем електронної комерції, наприклад, унікальні товари, яких вони не знайдуть у великих роздрібних мережах. Інновації повинні забезпечувати можливість миттєвого отримання доступу до задоволення потреб і у підсумку більш швидке вирішення запитів споживачів. Однією з основних перешкод при цьому є розширення можливостей для різноманітних шахрайств. Також можливості використання інновацій можуть знижуватися через те, що більшість платоспроможних клієнтів не завжди володіє достатнім рівнем технічної грамотності. Однак ці проблеми не знижують цінності інновацій для систем електронного бізнесу [4].

Можна виділити декілька перешкод, які гальмують повноцінний розвиток інновацій в електронному бізнесі [1]:

- висока вартість впровадження інновацій;

- дефіцит фінансових ресурсів на підприємствах;
- відсутність кваліфікованого персоналу здатного працювати з новітніми інформаційними технологіями;
- відсутність єдиної стратегії автоматизації бізнес-процесів підприємства.

**Висновки з даного дослідження.** Таким чином, нині активно розвивається в усьому світі електронний бізнес. Традиційні підходи до ведення бізнесу трансформуються, зазнають змін, а пандемія Covid-19 лише прискорила процеси розвитку електронного бізнесу. У даному сегменті бізнесу постійно відбуваються зміни, з'являються інновації, які дозволяють підвищити ефективність процесів в електронному бізнесі.

Усі інновації в електронному бізнесі можна класифікувати в три групи: технічні, програмні та бізнес-інновації. Усі вони взаємопов'язані між собою й зміни в одній з них тягнуть за собою розвиток інших інновацій. З прикладів останніх інновацій можна назвати використання дронів для доставки продуктів, можливість замовлення за допомогою смарт-часів, налаштування «розумної реклами» тощо.

## **ЛІТЕРАТУРА**

1. Андронік О. Л., Воронін А. В. Можливості та загрози електронної комерції в Україні. *Економіка і організація управління*. 2021. № 4 (44). С. 118–130. DOI: <https://doi.org/10.31558/2307-2318.2021.4.11>.
2. Баран Р. Я. Інновації в системах електронної комерції. *Глобальні та національні проблеми економіки* : електронне наукове фахове видання. 2017. Вип. 18. С. 596–602. URL: [http://global-national.in.ua/archive/18-2017/18\\_2017.pdf](http://global-national.in.ua/archive/18-2017/18_2017.pdf) (дата звернення: 09.11.2021).
3. Батрименко В. В. Запровадження сучасних форм електронної комерції в умовах діджиталізації світової економіки. *Стратегія розвитку України*. 2019. № 2. С. 58–65.
4. Ковальова О. М., Кірсанова В. В. Основні форми інтернет-торгівлі: особливості, переваги, недоліки. *Економіка та держава*. 2020. № 7. С. 85–92. DOI: 10.32702/2306-6806.2020.7.85.