

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-59-171>

УДК 334.722:004

ІННОВАЦІЙНЕ ЗНАЧЕННЯ Е-БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ЗРОСТАННЯ ВНУТРІШНІХ ТА ЗОВНІШНІХ РИЗИКІВ

INNOVATIVE VALUE OF E-BUSINESS IN UKRAINE IN THE CONTEXT OF GROWTH OF INTERNAL AND EXTERNAL RISKS

Слав'юк Ростислав Анатолійовичдоктор економічних наук, професор,
Національний університет «Львівська політехніка»
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0904-8970>**Slav'yuk Rostyslav**

Lviv Polytechnic National University

У статті розглянуто теоретичні та практичні особливості диверсифікації каналів реалізації продукції, товарів, послуг в системі е-бізнесу. Доведено, що е-бізнес є передумовою економічного росту в Україні за умов продовження військових дій та загострення внутрішніх та зовнішніх ризиків. Показано, що завдяки диверсифікації форм збуту формується низка переваг у бізнесі. Доведено, що формування нових каналів збуту товарів та надання послуг забезпечує стійкий економічний ріст. У статті доводиться, що важливою умовою ефективного функціонування економіки України в умовах нестабільності є неперервність діяльності. Внутрішні ринки країни не захищені від впливу зовнішнього середовища та високого рівня невизначеності і ризиків в умовах кризи, викликаній воєнними діями. Це обумовлює необхідність використання сучасних та особливих методів захисту та забезпечення стабільної діяльності. У статті доводиться, що одним з шляхів є активізація е-бізнесу, зокрема шляхом розширення напрямів реалізації товарів та послуг. В умовах війни зростає попит на товари та послуги повсякденного споживання, які часто є недоступними через руйнування інфраструктури. У статті показано, що у цей період для е-бізнесу значно зростають перспективи диверсифікації каналів збуту.

Ключові слова: е-бізнес, е-комерція, диверсифікація каналів постачання товарів та надання послуг, економічний ріст, ефективність діяльності.

The article explores the theoretical and practical features of diversification of sales channels for products, goods, and services in the e-business system. It is proved that e-business is a prerequisite for economic growth in Ukraine in the context of ongoing military operations and aggravation of internal and external risks. The research has shown that the diversification of sales forms creates a number of business advantages. The article proves that the formation of new channels for the sale of goods and services ensures sustainable economic growth. The article argues that business activity continuity is an important condition for the effective functioning of Ukraine's economy in an unstable environment. The country's domestic markets are not protected from the influence of the external environment and a high level of uncertainty and risks in the context of the crisis caused by military operations. This necessitates the use of modern and special methods to protect and ensure stable operations. The article argues that one of the ways is to intensify e-business, in particular by expanding the areas of sale of goods and services. In times of war, there is a growing demand for everyday consumer goods and services, which are often inaccessible due to the destruction of infrastructure. The article shows that during this period, the prospects for diversification of sales channels for e-businesses are significantly increasing. Due to the transformation of the information transmission system, IT technologies, and forms and methods of payment the types of e-business are changing. The interconnectedness of e-business forms also gives rise to new forms of payments. The transformation of settlement forms and the development of Internet banking influence the development of e-business. The growing demand for services in the context of inaccessibility of infrastructure facilities both during the pandemic and the war encourages society and firms to use new communication channels and enter the service market. In such circumstances, the number of e-services is growing, and the system of educational services is expanding, with not only educational institutions but also private companies increasingly becoming providers of knowledge and skills. E-business is gradually penetrating all spheres of human activity and is often an additional tool to traditional forms of doing business.

Keywords: e-business, e-commerce, diversification of channels of supply of goods and services, economic growth, performance.

Постановка проблеми. Головним фактором успішного функціонування суб'єктів господарювання та економіки в цілому в умовах зростання загроз та ризиків є неперервність та стабільність діяльності. Найбільш незахищеними від впливу загроз зовнішнього середовища та високого рівня невизначеності і ризиків, викликаних війною є суб'єкти торговельної діяльності та сфери послуг, які втрачають об'єкти інфраструктури та логістичні ланцюжки. Для таких підприємств важливим є формування стратегій, що базуються на широкому використанні сучасних інтернет технологій з відповідним інструментарієм маркетингових рішень та застосуванням особливих методів захисту для забезпечення стабільної діяльності. Одним з важливих підходів є диверсифікація каналів збуту товарів та надання послуг в умовах внутрішніх та зовнішніх ризиків, що виникли у результаті повномасштабного вторгнення завдяки існуючим мережам діяльності через інтернет. Економічна стійкість підприємницьких структур суттєво знизилась в умовах війни. Зміна напрямів та форм реалізації продукції, трансформація логістики породжує зростання попиту на послуги альтернативного характеру. Досвід використання е-бізнесу та лібералізація торгівлі з ЄС та іншими країнами сприяє значному пожвавленню цього сегменту в Україні з відповідними особливостями використання форм та методів торгівлі в умовах невизначеності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження розвитку системи електронних послуг здійснювали вчені: Н. Банда, І. Болотинюк, Н. Борейко, А. Бжозовська, О. Вишневський, О. Воробйова, Л. Гліненко, Н. Дрокіна, М. Дубина, О. Желіховський, О. Зайцева, К. Комб, К. Краус, Н. Краус, Ляшенко, С. Маловичко, О. Манжура, А. Муленко, О. Омельченко, В. Павлова, Д. Пілевич, Ф. Поллак, Ю. Робул, С. Родіонов, Ю. Сафонов, Н. Селіванова, Р. Тополевський, Л. Третьякова, І. Трубін, С. Філіппова, А. Чучковська, О. Шалева, О. Юдін, О. Яворська. Комплексний огляд розвитку наукових підходів до вивчення е-бізнесу у працях вчених та особливостей його розвитку здійснила Л. Вербівська [1, с. 29–32].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Вивчення особливостей та напрямів розвитку е-бізнесу в умовах невизначеності та зростання зовнішніх загроз для каналів збуту товарів та послуг вітчизняних підприємств з урахуванням стану і тенденцій, які дуже видозмінились в умовах війни та

адаптивного розвитку ринкового середовища, а також суттєвої втрати логістичного потенціалу є важливим напрямком дослідження. При наявності нормативного забезпечення розвитку е-бізнесу залишаються невирішеними проблеми, які виникли ще у довоєнний період. Водночас, саме в умовах зростання зовнішніх та внутрішніх ризиків саме електронний бізнес виявився досить адаптивним і інноваційним та здатним забезпечити населення широким асортиментом товарів та послуг, які були недоступні в традиційних закладах. Саме такі особливості е-бізнесу обумовлюють актуальність обраної теми.

Формулювання цілей статті. Метою праці є розроблення підходів щодо оцінювання нових тенденцій щодо зміни місця та ролі е-бізнесу в економіці країни в умовах загроз та невизначеності, турбулентності вітчизняного ринку для виокремлення рекомендацій щодо формування систем заміщення традиційних каналів збуту товарів та надання послуг споживачам альтернативними.

Виклад основного матеріалу дослідження. Електронний бізнес (е-бізнес), англ. e-business в широкому трактуванні цього терміну є інноваційною трансформацією бізнес-процесів при допомозі Інтернет-технологій. Електронний бізнес в широкому розумінні є будь-якою трансакцією, що здійснюється за допомогою комп'ютерної мережі, після завершення якої відбувається передача права власності на товари або послуги [2, с. 11].

Серед найпоширеніших форм е-бізнесу є електронна комерція, електронний консалтинг, електронні навчальні послуги, електронне видавництво та ін. Електронна комерція являє собою всі форми торгівлі товарами і послугами, які використовуються за допомогою електронних засобів в онлайн-режимі, а також прямі продажі послуг і товарів, банківські послуги, реклама і розміщення інформації. Сутність поняття е-бізнесу є ширшим, ніж поняття електронної торгівлі, що включає наявність свого сайту в інтернеті, віртуального магазину, системи управління компанією, використання електронної реклами, маркетингу.

Ми вважаємо, що під електронним бізнесом слід розуміти здійснення комплексу основних та допоміжних бізнес процесів за допомогою інноваційних інтернет технологій. Електронний бізнес, враховуючи задіяні в ньому системи електронного документообігу, можна умовно поділити на три системи: у межах одного суб'єкта підприємництва;

у групі (об'єднанні) підприємств; у системі глобальної мережі Інтернет.

Одним з найважливіших завдань сучасного електронного бізнесу є заміна традиційного механізму торгівлі та широкого спектру послуг між фірмами та споживачами. При цьому важливою умовою є процес попереднього вибору товару чи послуги за допомогою інтернет-ресурсу, а потім проводиться операція продажу чи надання послуги. Електронна комерція у свою чергу є видом електронної комерційної діяльності з продажу, здачі в оренду, надання ліцензії, постачання товарів, послуг або інформації, тощо з використанням інформаційно-комунікаційних технологій.

Зайцева О. О. та Болотинюк І. М. вважають, що поняття е-комерція ширше, ніж поняття електронна торгівля, оскільки воно охоплює всі види електронної і комерційної діяльності. Іншими словами це обмін матеріальними або віртуальними товарами/послугами на гроші (електронні) між об'єктами комерційної діяльності в мережі інтернет, причому весь цикл комерційної трансакції або її частина здійснюється електронним способом. При цьому вони підкреслюють, що е-бізнес є ширшим поняттям і вважають, що до нього слід відносити електронну комерцію, електронні аукціони, електронні каталоги, електронні банки, електронну науково-дослідну роботу, електронне навчання, електронний маркетинг, електронну рекламу, розробку та обслуговування програмного забезпечення та цифрових товарів [2, с. 13–16].

В рамках програми діджиталізації країни було визнано електронні способи взаєморозрахунків і легалізовано е-бізнес. Сприяло розвитку е-бізнесу прийняття законів «Про електронний цифровий підпис», «Про електронні документи та електронний документообіг», «Про електронну комерцію».

В сучасних умовах електронний бізнес невпинно розвивається, охоплюючи все нові соціально-економічні сфери. Втім усі види е-бізнесу можна згрупувати у кілька напрямків. До першої групи можна віднести грошові перекази фізичних осіб через платіжні системи в інтернеті. До другої групи можна віднести інтернет-банкінг в найширших формах його прояву. Третя група дуже стрімко розвивалась під час пандемії і продовжила розвиток під час війни – це інформаційні сайти: вебінари, коучинг, навчання. Останню групу можна окреслити як маркетинг в мережі і пов'язану з ним торгівлю онлайн.

Беручи до уваги поширені класифікації е-бізнес можна поділити на кілька загально-визнаних категорій. Серед найбільш поширених в практиці електронного бізнесу та описаних в науковій літературі можна виділити:

– C2C (Consumer-to-Consumer). Механізм взаємодії «споживач-до-споживача». Прикладами такого бізнесу можна вважати торгові майданчики OLX, eBay, і подібні до них, де особа, навіть якщо вона не підприємець, може запропонувати на продаж якусь річ.

– B2B (Business-to-Business). Механізм «бізнес-до-бізнесу». Її характеризує продаж оптових партій товару від дилера виробника. Дилер передає товар дрібними партіями інтернет-магазинам, звідки він надходить кінцевому споживачеві. Слід зазначити, що це є головний різновид e-trade.

– B2C (Business-to-Consumer), тобто «бізнес-споживач». Розрахунки між онлайн-магазином і клієнтом, придбання навчальних курсів у зареєстрованих експертів, оренда програмного забезпечення, тобто будь-яка роздрібна угода між юридичними і фізичними особами.

– E2E (Exchange-to-Exchange), тобто «біржа-до-біржі». В Інтернеті термін E2E використовується для позначення обміну інформацією або угод між веб-сайтами, які самі виступають в ролі бірж або брокерів для обміну товарами і послугами між суб'єктами підприємництва. Серед найпротсїших можна виділити трансакцію з електронного гаманця на банківську карту. E2E у певній мірі можна розглядати як форму B2B.

– G2C (Government-to-Citizens), тобто «уряд-до-громадян». До цього виду можна віднести сплату податків, комунальних послуг, ліцензій та ін. Також громадяни отримують необхідну державну інформацію та послуги, які вже не можна у повному розумінні назвати електронною комерцією [3].

Моделі товаропотоків у підприємств електронної комерції можуть бути різноманітними, залежно від специфіки діяльності підприємства та його стратегії. Виділимо декілька основних моделей товаропотоків, які використовуються в електронній комерції в умовах зростання ризиків в Україні. Модель дропшипінгу (англ. *dropshipping* або *drop shipping*). Ця модель використовується підприємствами, які не виготовляють власної продукції, але продають продукцію від інших виробників або постачальників. У умовах реалізації цієї моделі підприємство отримує замовлення від клієнтів і передає їх постачальникові, який

спрямовує товар до клієнта. При цьому таке підприємство виступає посередником між постачальником та клієнтом і не має необхідності створювати складські запаси відповідних товарів. Модель продажу продукції власного виробництва. У цій моделі підприємство продає власну продукцію через свій веб-сайт або інші онлайн-ресурси. При цьому підприємство відповідає за процес виробництва, зберігання та постачання товарів. Модель маркетплейсу (англ. marketplace). У цій моделі підприємство створює активний онлайн-майданчик, на якому інші постачальники можуть продавати свою продукцію. Підприємство забезпечує функціонування технічної та інформаційної інфраструктури для маркетплейсу, а також контроль якості товарів та захист прав споживачів. Модель афілійованого маркетингу. Ця модель базується на партнерському співробітництві між фірмами електронної комерції (за типом відносин B2B). У цій моделі підприємство пропонує власні товари або послуги іншим веб-сайтам за певну комісію при продажу. Афіліатами можуть бути веб-сайти, включаючи блоги, форуми, соціальні мережі, порівняльні сайти.

Сфера електронного бізнесу, яка функціонує завдяки сучасним цифровим технологіям показала високу ефективність в умовах зростання внутрішніх та зовнішніх ризиків під час пандемії COVID-19 та значно прискорила розвиток цього виду бізнесу в Україні, залучивши велику кількість нових суб'єктів підприємницької діяльності. Можна стверджувати, що завдяки цьому сфера активно змінювалася, формувалася інноваційний її тип відповідно до нових вимог під час повномасштабного вторгнення.

Очевидним є той факт, що електронний бізнес під час війни у повній мірі проявився і в електронній комерції, і в комерційній поінформованості підприємств, незважаючи на відсутність стійкого інтернет-зв'язку, і в управлінні відносинами зі споживачами, і в управлінні каналами постачання, і в плануванні ресурсів підприємств. Такий системний характер е-бізнесу носив інноваційний характер і забезпечував стійкість економічної системи, ефективність при реалізації угод та прогнозованість.

Незважаючи на великі втрати під час війни бізнес в Україні досить активно почав відновлювати роботу. Серед нових підприємств, які показують позитивну динаміку переважно послуги та торгівля. Майже 8% новостворених підприємств найбільше займаються неспеці-

алізованою гуртовою торгівлею. Активізація торговельної діяльності спонукала до пошуку інноваційних форм ведення бізнесу, тому в умовах загального похвалення 2023 рік став роком швидкого відновлення е-бізнесу.

За даними Statista, ринок е-бізнесу в Україні показував стабільне зростання в останні роки до початку повномасштабного вторгнення. Обсяги та структура зображені на рисунку 1.

У 2022 році на тлі війни обсяги скоротились майже у 12 разів і склали всього 295,85 млн доларів США. При цьому скорочення спостерігається у всіх сферах, особливо в сегментах моди, меблів, іграшок і хобі, краси та здоров'я, електроніки тощо. У 2023-му році обсяги ринку майже досягли рівня 2020-го. А у 2025-му прогноуються навіть вищими, ніж у довоєнному 2021 р. За цими прогнозами у 2024-му досягнемо показників 2021 р. На наступні роки прогноуються подальше зростання витрат користувачів і, як наслідок, зростання доходів е-бізнесу [4].

У значній мірі стабілізації сектора е-бізнесу сприяло збереження усіх функцій банків, та активізація інтернет-технологій саме у цій сфері. Слід зазначити, що банківська система виявилась достатньо добре підготовленою до обслуговування клієнтів банків та користувачів послуг е-бізнесу в умовах війни. Запорукою була інноваційна діяльність банків у передвоєнні роки, освоєння нових технологій, залучення все більшого числа учасників бізнесу до нових технологій інтернет-банкінгу. Під час широкомасштабної війни завдяки інтернет-банкінгу, як окремому виду е-бізнесу банківські установи використовували усі можливості для надання послуг клієнтам, зокрема:

- можливість дистанційно контролювати банківський рахунок або кредитну карту при онлайн покупках чи отриманні онлайн позик на карту, незважаючи від місця перебування, в тому числі і за кордоном під час вимушеного переміщення;

- оплачувати послуги. В умовах недоступності установ банків через бойові дії надзвичайно корисною була функція автоматичного платежу, яка сприяла розрахункам для усіх категорій біженців;

- переміщувати кошти з одного рахунку на інший, поповнювати гаманці електронних платіжних систем, в тому числі з-за кордону;

- можливість в дистанційному режимі відкривати нові рахунки для суб'єктів е-бізнесу або створювати вклади для громадян;

- безперешкодний глобальний переказ коштів на рахунок клієнта е-бізнесу або

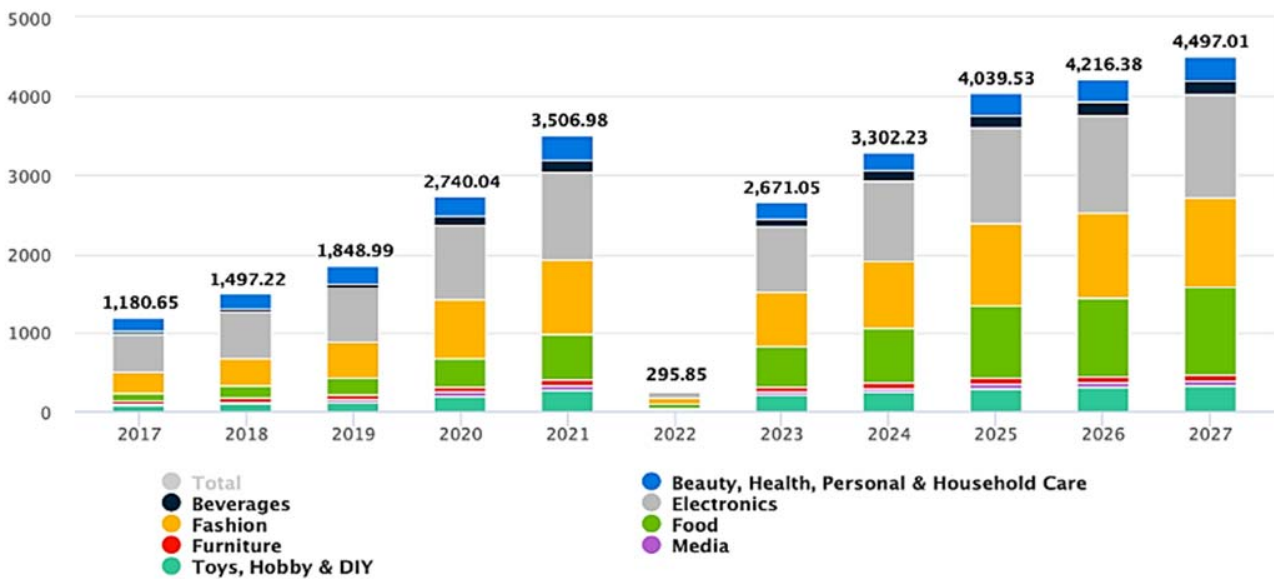


Рис. 1. Обсяги та структура е-бізнесу в Україні
(за видами: напої, одяг, фурнітура, іграшки, хобі і рукоділля, гігієна, ліки, побутова техніка, електроніка, продукти харчування, медіа), у млн доларів США

Джерело: [4]

банківської установи а також на рахунки інших банківських установ.

Збереження та розвиток електронного бізнесу у банківській системі стали запорукою відновлення е-бізнесу в Україні. Слід зазначити, що війна спонукала до використання все більшого числа транзакцій як у банківській сфері, так в економіці загалом. Окремі верстви населення змушені були освоювати нові технології і в майбутньому це дасть суттєвий поштовх у розвитку е-бізнесу.

За словами Ганни Лебедевої е-бізнес може стати справжнім порятунком для сотень українських підприємців, чий традиційний торговельний бізнес зазнав руйнувань чи збитків. Одним із способів є тимчасове перевезення виробництва за кордон з розміщенням продукції для замовлення онлайн на відомих маркетплейсах. Вона вважає, що початківцям, які хочуть розпочати власну справу варто орієнтуватися, перш за все, на міжнародні ринки і керуватися їх попитом на товари з України (для початку хендмейд чи дропшипінг) [5].

Висновки. Використання інноваційних технологій е-бізнесу дозволяє підвищити якість надання послуг через використання

онлайн-механізмів взаємодії, спростити процес обробки інформації, підвищити якість опрацювання інформації. Розробка нових технологій у цій сфері також стимулює розвиток системи закупівель в тому числі для стратегічних галузей економіки. Завдяки інноваційним технологіям ведення е-бізнесу підвищиться рівень відповідальності громадян. Розвиток електронного бізнесу в системі національної економіки стимулює розвиток інфраструктури: інтернет-магазинів, мережових бізнес-структур у всіх сферах бізнес-операцій, операторів мережі, великих національних інтернет-порталів. Післявоєнна відбудова економіки неминуче пов'язана з інноваційними технологіями е-бізнесу, тому що вона впливає на розвиток внутрішнього споживчого ринку, поліпшення купівельної спроможності населення та досягнення стійкого економічного росту. Використання інноваційних цифрових технологій у різних сферах електронного бізнесу допоможе уряду створювати сприятливі умови для суб'єктів підприємницької діяльності в частині спрощення взаємодії з органами державної влади та місцевого самоврядування.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Вербівська Л. В. Стратегічний розвиток електронного бізнесу в системі національної економіки України: теорія, методологія, практика: монографія. Київ : ЗВО «Міжнародний науково-технічний університет імені академіка Юрія Бугая», 2021. 320 с.

2. Зайцева О. О., Болотинюк І. М. Електронний бізнес: Навчальний посібник. / За наук. ред. Н. В. Морзе. Івано-Франківськ : «Лілея-НВ» 2015. 264 с.
3. Що таке електронна комерція? E-commerce для початківців – Interkassa. URL: <https://interkassa.com/blog/shho-take-elektronna-komerciya-e-commerce-dlya-pochatkivciv> (дата звернення: 17.12.2023).
4. Ключові показники електронної комерції. Statista - The Statistics Portal. URL: <https://www.statista.com/markets/413/topic/544/key-figures-of-e-commerce/#overview> (дата звернення: 17.12.2023).
5. Перспективи е-commerce-бізнесу для українців: чи є вони в умовах війни? URL: <https://ain.ua/2022/11/14/perspektyvu-e-commerce-biznesu-dlya-ukrayincziv/> (дата звернення: 28.12.2023).

REFERENCES:

1. Verbivska L. V. (2021) *Stratehichnyi rozvytok elektronnoho biznesu v systemi natsionalnoi ekonomiky Ukrainy: teoriia, metodolohiia, praktyka: monohrafiia* [Strategic development of e-business in the system of the national economy of Ukraine: theory, methodology, practice: monograph]. Kyiv: ZVO «Mizhnarodnyi naukovo-tekhnichnyi universytet imeni akademika Yurii Buhaia», 320 p. (in Ukrainian)
2. Zaytseva O. O., Bolotyniuk I.M. (2015) *Elektronnyi biznes: Navchalnyi posibnyk* [E-business: A study guide]. In N.V. Morze. (Eds.). Ivano-Frankivsk : «Lileia-NV», 264 p. (in Ukrainian)
3. *Shcho take elektronna komertsiya? E-commerce dlya pochatkivtsiv – Interkassa* [What is e-commerce? E-commerce for beginners – Interkassa]. Available at: <https://interkassa.com/blog/shho-take-elektronna-komerciya-e-commerce-dlya-pochatkivciv> (accessed December 17, 2023).
4. *Kliuchovi pokaznyky elektronnoi komertsii*. Statista – The Statistics Portal. [Key indicators of electronic commerce. Statista – The Statistics Portal]. Available at: <https://www.statista.com/markets/413/topic/544/key-figures-of-e-commerce/#overview> (accessed December 17, 2023).
5. *Perspektyvy e-commerce-biznesu dlia ukrayintziv: chy ie vony v umovakh vijny?* [Prospects of e-commerce business for Ukrainians: are they there in the conditions of war?]. Available at: <https://ain.ua/2022/11/14/perspektyvu-e-commerce-biznesu-dlya-ukrayincziv/> (accessed December 28, 2023).