

УДК 004.738.5
JEL P46

Ольга Левченко, к.е.н., доц.
(доцент каф. «Економіка, маркетинг та бізнес-адміністрування»,
Державний університет інфраструктури та технологій)
ResearcherID: L-1051-2018
Orcid 0000-0001-7659-347X
Ольга Меретюк
(магістр групи ІМБА, Державний університет інфраструктури та
технологій)

СУЧАСНИЙ РОЗВИТОК ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ ІЗ ЗАСТОСУВАННЯМ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ

У статті досліджено сучасний стан розвитку інтернет-магазину із застосування маркетингового підходу – діджиталізації. Метою статті є дослідження нових підходів щодо подальшого розвитку інтернет-магазинів із залученням сучасних маркетингових інструментів. Кожний новий сьогоднішній винахід штовхає нас вперед і змушує змінюватися, адаптуватися до нових умов конкуренції на ринку. Як правило, зміни відбуваються не внаслідок одного якогось винаходу, а через цілий комплекс тих чи інших, пов'язаних між собою, винаходів. Сьогодні ми стоїмо на порозі нової революції – діджиталізації.

На сьогоднішній день цифровими каналами для роботи інтернет-магазинів в Україні є телебачення, радіо, інтернет, соціальні медіа та інші форми. Діджиталізація тісно переплітається з інтернет маркетингом, але в ньому вже розроблені ряд технік, що дозволяють досягати цільову аудиторію навіть в оффлайн середовищі (використання додатків в телефонах, sms/mms, рекламні дисплеї на вулицях тощо).

Ключові слова: розвиток, Інтернет, Інтернет-магазин, маркетинг, методи, діджиталізація.

Постановка проблеми. Сьогодні суспільство живе у період цифрової революції, коли практично кожна людина не може уявити своє життя без digital-технологій (Інтернету, гаджетів тощо), і чим швидше вони розвиваються, тим швидше змінюється реальність, що нас оточує.

Саме в цей період швидких змін сучасний бізнес не може працювати за старими принципами, він повинен змінюватися, швидко адаптуватися, інакше є великий ризик залишитися позаду конкурентів або взагалі бути ліквідованими.

© Левченко О. В., Меретюк О. А., 2019

Тому, рано чи пізно інтернет-компаніям доведеться прийняти нові правила гри і випробувати на собі процес діджиталізації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Як зазначає Валькова Н. В. дослідженням розвитку Інтернет-торгівлі у вітчизняній науковій економічній думці приділено не достатньо уваги, проте слід відмітити таких науковців, як: Н.Т. Гринів, О.І. Собенко, Н.І. Чухрай та О.Б. Гірна [1].

Виклад основного матеріалу. На сьогоднішній день, коли інформаційні технології проникають в усі сфери суспільства, саме в цей період швидких змін бізнес не може працювати за старими принципами, він повинен змінюватися, швидко адаптуватися та реагувати, інакше є великий ризик залишитися позаду конкурентів або взагалі втратити свою актуальність серед споживачів.

Протягом останніх років невідомо зростає кількість користувачів Інтернету як в цілому у світі, так і в Україні зокрема. Як наслідок – зростає кількість споживачів інтернет-торгівлі та її обсяги. Споживачі на сьогоднішній у 75 % обирають варіант придбання товарів (послуг) за допомогою інтернет-магазинів, оскільки це, в першу чергу, дешевше, що вкрай актуально для України в умовах незначного рівня заробітної плати. Другим, не менш важливим фактором, чому люди обирають ці магазини – можливість купувати все від гвинтика до гелікоптера, можливість замовити продукти харчування з доставкою додому, що значно економить їхній час [2].

За даними Міжнародного союзу електрозв'язку [3], на кінець 2017 р. кількість користувачів мережі Інтернет в усьому світі наблизилася до 3,58 млрд осіб, а значна частина з них мають доступ до мобільного зв'язку стандарту, що дозволяє здійснювати високошвидкісний доступ в мережу Інтернет через мобільні телефони та інші термінали зв'язку [4]. Кількість споживачів інтернет-магазинів в Україні зображено на рис. 1.



Рис. 1. Питома вага споживачів інтернет-магазинів в Україні

Джерело: [5]

Найбільш доступним вихід в мережу Інтернет як і раніше є, через економічні й технічні причини, для жителів розвинених країн, частка користувачів Інтернету в

яких коливається близько 84,4% всього населення. Для порівняння, в країнах, що розвиваються проникнення Інтернету становить близько 42,9%, в найменш розвинених – близько 14,7%. При цьому країни Співдружності Незалежних Держав посідають друге місце, після країн Європейського Союзу (84,2%), по концентрації користувачів мережі Інтернет серед населення (70,4%). [6]

Звичайно, конкуренція відбувається не лише серед вітчизняних інтернет-магазинів, але й із закордонними, оскільки кожний третій мешканець України має можливість особисто без посередників купувати товар майже у будь-якій точці нашої планети. На сьогоднішній день найпопулярнішими всесвітніми online-магазинами є Taobao.com, Amazon.com, Aliexpress.com, eBay.com, bpm.com, Walmart.com, Carters.com, завдяки яким можна придбати будь-що з доставкою у будь-який кінець світу, за будь-який час.

Отже, враховуючи конкуренцію на ринку інтернет-магазинів, рано чи пізно сучасним інтернет-компаніям доведеться прийняти нові правила гри і випробувати на собі нові методи управління бізнесом, а саме із застосуванням діджи-маркетингу.

Як зазначено у [7] digital маркетинг – цифровий або інтерактивний маркетинг, являє собою оцифрування інформації, використання усіх можливих існуючих форм цифрових технологій для просування свого бренду. Поняття діджиталізація – це глибока трансформація бізнесу, що передбачає використання цифрових технологій для оптимізації бізнес-процесів, підвищення продуктивності компанії і поліпшення досвіду взаємодії з клієнтами. Найчастіше, метою діджиталізації є задоволення потреб споживача, які змінюються разом з розвитком технологій, а саме: створення більш комфортної та оперативної взаємодії клієнта з компанією.

Як зазначають науковці [8], діджиталізація може використовувати необмежені можливості Інтернет-мережі, мобільних і цифрових технологій. До її переваг належать:

- інтерактивність, а саме: активне залучення споживача у взаємодію з брендом;
- відсутність територіальних обмежень при реалізації комерційних ідей;
- легка доступність до ресурсу (web-і war-ресурси);
- глибоке проникнення Інтернету і мобільного зв'язку забезпечує активне залучення цільової аудиторії;
- можливість оперативної оцінки заходів кампанії та управління подіями в режимі реального часу.

Наприклад, у Польщі впроваджувати IT-рішення в сфері обслуговування громадян розпочали ще в 1990-х роках від впровадження проекту PESEL – центрального реєстру номерів, що обов'язково надається всім полякам [9]. Починаючи з 2015 р. у Польщі, усі реформи, прийняті в рамках «Цифрової Польщі» рухаються в напрямку **повної діджиталізації послуг. На сьогоднішній день в Україні** Кабінетом Міністрів України розпорядження 17.01.2018 р. № 67-р схвалена «Концепція розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки та затверджений план заходів щодо її реалізації» [10], створена Координаційна рада з питань розвитку цифрової економіки [11], перехід на цифрові технології в Україні є невідворотним явищем.

На сьогоднішній день цифровими каналами для роботи інтернет-магазинів в Україні є телебачення, радіо, інтернет, соціальні медіа та інші форми. Діджиталізація тісно переплітається з інтернет-маркетингом, але в ньому вже розроблено низку технік, що дозволяють досягати цільову аудиторію навіть в

офлайн-середовищі (використання додатків в телефонах, sms/mms, рекламні дисплеї на вулицях тощо).

На наш погляд, оптимальним та ефективним методом діджиталізації послуг інтернет-магазинів є використання SMM менеджерів, які будуть займатися просуванням його діяльності через соціальні та інші медіа мережі. Сьогодні клієнти інтернет-магазинів вкрай вибагливі та прискіпливі, вимагають миттєвого зворотнього зв'язку, їх привертає увага доступного та цікавого інтерфейсу, наявність максимального різновиду творів, знижки та акції. Для розвитку та залучення додаткових клієнтів до інтернет-магазинів діджиталізація дасть можливість вирішити такі питання:

- удосконалення послуги, а саме: якість товару, що продається, привабливості, зручності використання, доставки, можливий самовивіз, система накопичення балів тощо;

- спрощення внутрішніх і зовнішніх комунікацій.

Так, за даними дослідження від Arthur D. Little [12] у 2017 р.:

- 60% компаній почали застосовувати діджитал-технології і міняти за допомогою них бізнес під потреби клієнта;

- 20% компаній тільки почали знайомитися з діджитал;

- 18% компаній залучають і обслуговують клієнтів за допомогою інформаційних технологій;

- 2% компаній повністю пройшли діджиталізацію.

Інтернет-маркетинг у сфері електронної комерції, залежно від побажань і можливостей власника бізнесу, може включати роботу за такими напрямками, як:

- оптимізація та розкрутка в пошукових системах;
- проведення кампаній в контекстній рекламі;
- e-mail-розсилка з акціями та пропозиціями;
- просування в соціальних мережах;
- розміщення в прайс-агрегаторах;
- створення блогу і контент-маркетинг;
- інші методи.

Список можна продовжити, але в цілому тут все індивідуально, і доцільність роботи в тому чи іншому напрямі оцінюється фахівцями в кожному конкретному випадку окремо. Перспективи розвитку інтернет-торгівлі, як зазначають фахівців [13], існує, тому інтернет-магазинам слід усвідомити, що той хто надав більш детальні відомості про продукцію, місця її продажу та партнерів зможуть залучити більше клієнтів.

Висновки. Наразі вже у 2019 р. під головуванням Першого Віце-Прем'єр Міністра – Міністра економічного розвитку і торгівлі України Степана Кубіва відбулося засідання Координаційної ради «З питань розвитку цифрової економіки та суспільства України». Під час наради були визначені пріоритетні питання щодо побудови цифрової економіки в Україні, а саме:

- Концепція та структура проекту закону «Про цифрову економіку України»;
- Цифрова інфраструктура; Програма «Cashless Economy»;
- Цифровий розвиток регіонів та участь України у Програмі Європейського Союзу – EU4Digital.

Всі ці події сьогодення крок за кроком рухають Україну до побудови повноцінної інноваційно-цифрової країни. Саме це дає можливість інтернет-магазинам ефективно розвивати свій бізнес, діджиталізувати свої послуги, можливість контролювати комерційну ефективність маркетингової діяльності, швидко адаптуватися під вибагливі вимоги споживачі, це в їх «руках» за допомогою сучасних цифрових технологій якомога ефективніше використовувати свій бренд та залучати додаткових клієнтів, і які наслідок отримувати значне зростання продажів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Валькова Н. В. Розвиток інтернет-торгівлі в Україні: динаміка та вплив факторів / Н. В. Валькова // Науковий вісник Ужгородського університету : Серія Економіка. Випуск 2 (43). – 2014. – С. 39 – 42.
2. *Електронна комерція в Україні*. [Електронний ресурс]: Офіційний сайт компанії Gemius. – Режим доступу: <http://gemius.com.ua/ua/raporty/2011-05/03>.
3. *Міжнародний союз електрозв'язку* [Електронний ресурс]: Офіційний сайт компанії. – Режим доступу: <https://geneva.mfa.gov.ua/ua/ukraine-io/itu>
4. *Міжнародні морські організації* [Електронний ресурс]: Офіційний сайт компанії організації. – Режим доступу: <http://xn--h1ahbi.com.ua/news/>
5. *Електронний ресурс*: – Режим доступу https://24tv.ua/elektronna_komertsiya_v_ukrayini_2018_shho_kupuvatimut_online_v_ukrayini_n903265
6. Манжосов А. Е. Диджитализация рынков услуг и потребительская лояльность [Электронный ресурс]: <https://cyberleninka.ru/article/n/didzhitalizatsiya-rynkov-uslug-i-potrebitelskaya-loyalnost>.
7. *Діджитал-маркетинг*. Електронний ресурс: – Режим доступу https://en.wikipedia.org/wiki/Digital_marketing.
8. Карпіщенко О. О. Цифровий маркетинг як інноваційний інструмент комунікацій [Текст] / О. О. Карпіщенко, Ю. Е. Логінова // Економічні проблеми сталого розвитку : матеріали доповідей Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої 20-річчю наукової діяльності ф-ту економіки та менеджменту СумДУ, м. Суми, 3 – 5 квітня 2012 р. / Відп. за вип. О. В. Прокопенко. – Суми: СумДУ, 2012. – Т. 5. – С. 177 – 178.
9. *Діджиталізація державних послуг, на прикладі Польщі* [Електронний ресурс]: Офіційний сайт компанії На часі. – Режим доступу: <https://nachasi.com/2018/01/31/digital-poland>.
10. *Кабінет Міністрів України*. [Електронний ресурс]: Офіційний сайт КМУ. – Режим доступу: www.kmu.gov.ua/ua/npas/pro-shvalennya-koncepciyi-rozvitku-cifrovoyi-ekonomiki-ta-suspilstva-ukrayini-na-20182020-roki-ta-zatverdzhennya-planu-zahodiv-shodo-yiyi-realizaciyi.
11. *Кабінет Міністрів України* [Електронний ресурс]: Офіційний сайт КМУ. [Електронний ресурс]: – Режим доступу: <https://www.kmu.gov.ua/ua/news/v-ukrayini-rozpochala-robotu-koordinacijna-rada-z-rozvitku-cifrovoyi-ekonomiki>.
12. *Офіційний сайт компанії Adlittle*. – Режим доступу: www.adlittle.com.
13. Полоник В. 15 слайдів про те, як розвивається ринок електронної комерції в Україні [Електронний ресурс] / В. Полоник. – Режим доступу: <http://global-national.in.ua/archive/15-2017/35.pdf>

REFERENCES

1. Valkova, N. V. (2014), "Development of Internet commerce in Ukraine: dynamics and influence of factors", *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho universytetu: Seriya Ekonomika*, vol. 2 (43). – pp. 39-42.
2. The official site of the company Gemius (2018), "Electronic commerce in Ukraine", available at: <http://gemius.com.ua/ua/raporty/2011-05/03> (Accessed 05 December 2018).
3. The official site of the Permanent Mission of Ukraine to the UN Office and other International Organizations in Geneva (2018), "International Telecommunication Union", available at: <https://geneva.mfa.gov.ua/ua/ukraine-io/itu> (Accessed 08 December 2018).
4. The official site of the Official site of the company (2018), "International Maritime Organizations", available at: <http://xn--h1ahbi.com.ua/news/> (Accessed 10 December 2018).

5. The official site of the 24 Kanal, available at: https://24tv.ua/elektronna_komertsiya_v_ukrayini_2018_shho_kupuvatimut_online_v_ukrayini_n_903265 (Accessed 16 December 2018).
6. Manzhosov, A.E. (2018), "Digitalization of service markets and consumer loyalty", [Online], available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/didzhitalizatsiya-rynkov-uslug-i-potrebitelskaya-loyalnost> (Accessed 10 December 2018).
7. The official site of the Wikipedia (2017), "Digital marketing", available at: https://en.wikipedia.org/wiki/Digital_marketing (Accessed 14 December 2018).
8. Karpishenko O.O and. Lohinova Yu. E. (2012), "Digital marketing as an innovative communication tool", *Materialy dopovidei Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii, prysviachenoї 20-richchiu naukovoi diialnosti f-tu ekonomiky ta menedzhmentu SumDU* [Materials of the reports of the International scientific and practical conference devoted to the 20th anniversary of the scientific activity of the economy and management of the Sumy State University], State University, Sumy. Ukraine, pp. 177-178.
9. The official site of the company In time (2018), "Digitalization of public services, for example, Poland", available at: <https://nachasi.com/2018/01/31/digital-poland> (Accessed 15 December 2018).
10. The official site of the Cabinet of Ministers of Ukraine, available at: www.kmu.gov.ua/ua/npas/proshvalennya-konceptsiyi-rozvitku-cifrovoyi-ekonomiki-ta-suspilstva-ukrayini-na-20182020-roki-ta-zatverdzhennya-planu-zahodiv-shodo-yiyi-realizaciyi (Accessed 05 December 2018).
11. The official site of the Cabinet of Ministers of Ukraine, available at: www.kmu.gov.ua/ua/news/v-ukrayini-rozpochala-robotu-koordinacijna-rada-z-rozvitku-cifrovoyi-ekonomiki.
12. The official site of the Adlittle, available at: www.adlittle.com (Accessed 07 December 2018).
13. Polonyk, V. (2017), "15 slides on how the e-commerce market in Ukraine is developing", [Online], available at: <http://global-national.in.ua/archive/15-2017/35.pdf> (Accessed 16 December 2018).

Ольга Левченко, к.э.н.

(доцент каф. «Экономика, маркетинг и бизнес-администрирование»,
Государственный университет инфраструктуры и технологий)

ResearcherID L-1051-2018

Orcid 0000-0001-7659-347X

Ольга Меретюк

(магистр группы ИМБА, Государственный университет инфраструктуры и технологий)

СОВРЕМЕННОЕ РАЗВИТИЕ ИНТЕРЕНТ-МАГАЗИНА С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ДИДЖИТАЛИЗАЦИИ

В статье исследовано современное состояние развития интернет-магазина с применением маркетингового подхода – диджитализации. Целью статьи является исследование новых подходов к дальнейшему развитию интернет-магазинов с привлечением современных маркетинговых инструментов. Каждое новое сегодняшнее изобретение толкает нас вперед и заставляет меняться, адаптироваться к новым условиям конкуренции на рынке. Как правило, изменения происходят не в результате одного такого изобретения, а через целый комплекс тех или иных связанных между собой изобретений. Сегодня мы стоим на пороге новой революции – диджитализации.

На сегодняшний день цифровыми каналами для работы интернет-магазинов в Украине являются телевидение, радио, интернет, социальные медиа и другие формы. Диджитализация тесно переплетается с интернет маркетингом, но в нем уже разработан ряд техник, позволяющих достигать целевую аудиторию даже в оффлайн среде (использование приложений в телефонах, sms / tms, рекламные дисплеи на улицах и т.д.).

Ключевые слова: развитие, Интернет, Интернет-магазин, маркетинг, методы, диджитализация.

Olha Levchenko, Ph.D.

(Associate Professor, Department of Economics, Marketing and Business Administration, State University of Infrastructure and Technology)

ResearcherID: L-1051-2018

Orcid 0000-0001-7659-347X

Olga Meretyuk

(Master of group IMBA State University infrastructure and technologies)

MODERN DEVELOPMENT OF INTERNET-SHOP WITH THE APPLICATION OF DIGITALIZATION

In the article modern development of e-shop status is investigational from application of marketing approach - digitalization. The aim of the article is research of new approaches in relation to further development of e-shops with bringing in of modern marketing instruments. In recent years, the number of Internet users in the world and in Ukraine, in particular, has risen steadily. As a result, the number of Internet commerce users and their volume grows. Consumers today choose 75% of the purchase of goods (services) through online stores, because this is, first of all, cheaper, which is extremely relevant for Ukraine in the minds of a small amount of wages. The second, equally important factor is why people choose these stores - the ability to buy everything from a screw to a helicopter, the ability to order food products delivered to the house, which saves them time significantly.

Every new today's invention pushes us forward and forcing to change, to adapt oneself to the new terms of competition at the market. As a rule, changes take place not as a result of one some invention, but through the whole complex of those or other inventions constrained inter se. Today we stand on the threshold of new revolution - digitalization. For today digital channels for work of e-shops in Ukraine are television, radio, internet, social medias and other forms. Digitalization closely interlaces from the internet marketing, but in him already worked out row technician, that allow to arrive at target audience even in a offline environment (the use of additions is in telephones, sms/mms, advertisement displays on streets and others like that).

Keywords: development, the Internet, the Internet-shop, marketing, methods, dedjitalizatsiya.