

*Електронний журнал «Ефективна економіка» включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Категорія «Б», Наказ Міністерства освіти і науки України № 975 від 11.07.2019). Спеціальності – 051, 071, 072, 073, 075, 076, 292.*

*Ефективна економіка. 2023. № 5.*

**DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2023.5.19>**

**УДК 65.01:658**

*С. В. Князь,*

*д. е. н., професор, завідувач кафедри підприємництва та екологічної експертизи товарів, Національний університет «Львівська політехніка»*

*ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-7236-1759>*

*Р. Р. Русин-Гриник,*

*PhD, доцент кафедри підприємництва та екологічної експертизи товарів, Національний університет «Львівська політехніка»*

*ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-2895-6437>*

*І. М. Пилипенко,*

*аспірант кафедри підприємництва та екологічної експертизи товарів, Національний університет «Львівська політехніка»*

*ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-8367-5278>*

*О. Р. Бахор,*

*аспірант кафедри підприємництва та екологічної експертизи товарів, Національний університет «Львівська політехніка»*

*ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-2081-6504>*

## **Е-БІЗНЕС ЯК СПЕЦИФІЧНЕ СЕРЕДОВИЩЕ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЯМИ**

*S. Kniaz,*

*Doctor of Economic Sciences, Professor,  
Head of the Department of Entrepreneurship and Environmental Examination of  
Goods, Lviv Polytechnic National University*

*R. Rusyn-Hrynyk,*

*PhD, Associate Professor of the Department of Entrepreneurship and Environmental  
Examination of Goods, Lviv Polytechnic National University*

*I. Pylypenko,*

*Postgraduate student of the Department of Entrepreneurship and Environmental  
Examination of Goods, Lviv Polytechnic National University*

*O. Bahor,*

*Postgraduate student of the Department of Entrepreneurship and Environmental  
Examination of Goods, Lviv Polytechnic National University*

## **E-BUSINESS AS A SPECIFIC ENVIRONMENT OF THE INNOVATION MANAGEMENT SYSTEM**

*Дослідження сфери е-бізнесу має велику актуальність у сучасному світі. Оскільки, е-бізнес належить до сфери діяльностей, які найшвидше розвиваються і обсяги досліджень проблем е- комерції у світі зростає на 15-20% щорічно, що свідчить про потенціал цієї галузі. Сфера е-бізнесу має великий соціальний вплив, що полегшує життя та зменшує витрати часу. Також е-бізнес дає можливість малим та середнім підприємствам більш ефективно конкурувати на ринку та розширювати свій ринок. Е-бізнес має великий вплив на розвиток технологій та інновацій, що в свою чергу забезпечує зростання економічного потенціалу країни та покращує якість життя людей. Таким чином, дослідження сфери е-бізнесу є актуальним для різних груп суспільства та інституцій. У статті проаналізовано найбільш розширені сектори е-бізнесу та компанії, які є лідерами там. Визначено переваги та недоліки е-бізнесу у порівнянні з іншими видами бізнесу. Виділено причини за якими визначено, що Е-бізнес можна характеризувати як специфічне середовище системи управління інноваціями. Таким чином, е-бізнес можна розглядати як специфічне середовище системи управління інноваціями, що вимагає від підприємств сфери е-бізнесу високої гнучкості, здатності до швидкої адаптації та використання новітніх технологій.*

*The study of the field of e-business is of great relevance in the modern world. Because e-business is one of the fastest-growing activities and the volume of research on e-commerce problems in the world is growing by 15-20% annually, which indicates the potential of this industry. The field of e-business has a great social impact, which makes life easier and reduces time consumption. Also, e-business enables small and medium-sized enterprises to compete more effectively on the market and expand their market. E-business has a great influence on the development of technologies and innovations, which in turn ensures the growth of the economic potential of the country and improves the quality of life of people. Thus, the study of the field of e-business is relevant for various groups of society and institutions. The article analyzes the most advanced sectors of e-business and the companies that are leaders there. The advantages and disadvantages of e-business compared to other*

*types of business are determined. The reasons for determining that E-business can be characterized as a specific environment of the innovation management system are highlighted. Thus, e-business can be considered as a specific environment of the innovation management system, which requires e-business enterprises to be highly flexible, able to quickly adapt and use the latest technologies.*

*Thus, there are companies in Ukraine that actively use innovative technologies and actively develop in the field of e-business, including Rozetka, Prom.ua, SoftServe, Jooble, EVO Group and others. They are known not only in Ukraine, but also abroad, which indicates a high level of their competitiveness and innovativeness. There are many other Ukrainian startups and young companies working on the development of new products and services in the field of e-business that meet modern technological requirements. However, in general, in comparison with other countries, it can be said that the Ukrainian e-business market needs to develop and attract more investment.*

**Ключові слова:** *е-бізнес, інновації, управління інноваціями, підприємство, електронна комерція.*

**Keywords:** *e-business, innovation, innovation management, enterprise, e-commerce.*

**Постановка проблеми.** Дослідження сфери е-бізнесу має велику актуальність у сучасному світі з кількох причин. По-перше, сьогодні е-бізнес належить до сфері діяльностей, які найшвидше розвиваються у світовій економіці, тому розуміння тенденцій та напрямків розвитку е-бізнесу є важливим для промисловості, науковців та державних структур. Відомо, що обсяги досліджень проблем е-комерції у світі зростає на 15-20% щорічно, що свідчить про потенціал цієї галузі. По-друге, сфера е-бізнесу має великий соціальний вплив, оскільки за допомогою Інтернету та електронної комерції люди можуть здійснювати покупки та замовляти послуги з будь-якої точки світу, що полегшує життя та зменшує витрати часу. Також е-бізнес дає можливість малим та середнім підприємствам більш ефективно конкурувати на ринку та розширювати свій ринок. По-третє, е-бізнес має великий вплив на розвиток технологій та інновацій, що в свою чергу забезпечує зростання

економічного потенціалу країни та покращує якість життя людей. Таким чином, дослідження сфери е-бізнесу є актуальним для різних груп суспільства та інституцій.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Проаналізувавши наукову літературу [1-10] ми зробили висновок, що велику увагу науковці приділяють різним аспектам розвитку електронного бізнесу (е-бізнес). Проведені дослідження вказують, що науковці в основному зосереджують свою увагу на е-бізнесі в контексті розвитку міжнародної торгівлі, регіональної торгівлі, торгівлі на національних ринках, тощо. Серед них можна виділити: Ю. Нанехаран, Р. Ботенг, В. Бабенко, О. Синявська, Н. Борецько, Л. Гліненко, Ю. Дайновський, І. Лазнева, М. Долгополова, Т. Орехова, М. Дубель, О. Синявська, І. Трубін, Тай Юнг Кім, Р. Деккер, Х. Хей.

Разом з тим залишається недостатньо вивченим питання дослідження середовища управління інноваціями в е-бізнесу, .

**Формування цілей написання статті.** Метою написання статті є визначення та обґрунтування середовища системи управління інноваціями в е-бізнесі.

**Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів.** Особливістю е-бізнесу є те, що він забезпечує можливість виконання операцій з використанням електронних засобів зв'язку, таких як Інтернет, мобільні телефони, електронні поштові послуги тощо. Найбільш відомими у світі компаніями які працюють у сфері е-бізнесу є Amazon, Alibaba, Google, Facebook, Яблуко, Microsoft, eBay, JD.com, Tencent, Rakuten. Серед українських компаній, які належать до цієї слід згадати Rozetka.ua, Prom.ua, OLX.ua, EVO, Фокстрот, Allo.ua, Citrus.ua, Kasta.ua, Comfy.ua, Ringoo.ua. Неможливо визначити скільки загалом компаній в Україні працюють на ринку е-бізнесу, однак, можна сказати, що кількість компаній, які мають свій web-сайт або он-лайн-продажі, зростає з кожним роком. Крім того, у 2020 році понад 60% підприємств України використовували електронну комерцію для збуту своїх товарів та послуг. Таким чином, можна стверджувати, що ринок е-бізнесу в Україні є досить активним і перспективним. У сфері е-

бізнесу можна виділити різні сектори залежно від того, який продукт або послуга пропонується на ринку. Деякі з найбільш розширених секторів е-бізнесу включають: роздрібна і гуртова торгівля (продаж товарів через Інтернет, таких як одяг, електроніка, продукти харчування тощо. У цьому секторі відомими є такі компанії, як: Rozetka.ua, Comfy.ua, Фокстрот.ua, Zakupki.prom.ua, Оптовичок.ua); туризм та гостинність (бронювання, квитків на транспорт, екскурсії та інші туристичні послуги через Інтернет. У цьому секторі відомими є такі компанії, як: Booking.com, Travelata.ua, Onlinetours.ua); фінансові послуги (надання фінансових послуг через Інтернет, таких як он-лайн-банкінг, електронні гроші, он-лайн-інвестування та інші. У цьому секторі відомими є такі компанії, як: ПриватБанк, Монобанк, LiqPay); здоров'я та медичні послуги (надання медичних консультацій, замовлення номерів та інших медичних послуг через Інтернет. У цьому секторі відомими є такі компанії, як: Добробут, Доктор 24, iDoctor); освіта та навчання (навчання та здобуття освіти через Інтернет, такі як он-лайн-курси, вебінари та інші. У цьому секторі відомими є такі компанії, як: Прометей, Plarium Education, SkillUp); інформаційні технології (продаж програмного забезпечення, послуг хостингу, розробка сайтів та інших послуг, пов'язаних з інформаційними технологіями. У цьому секторі відомими є такі компанії, як: SoftServe, Системи EPAM, GlobalLogic); харчова та сільськогосподарська промисловість (продаж харчових продуктів та сільськогосподарської продукції через Інтернет, он-лайн-сервіси доставки продуктів тощо. У цьому секторі відомими є такі компанії, як: Zakaz.ua, Ракета, Glovo); медіа та розваги (продаж музики, книг, фільмів та інших розважальних продуктів через Інтернет, он-лайн-переклад подій тощо. У цьому секторі відомими є такі компанії, як:); транспорт та логістика (замовлення транспортних послуг та логістичних рішень через Інтернет. У цьому секторі відомими є такі компанії, як: Uber, Болт, Нова Пошта).

У порівнянні з іншими видами бізнесу перевагами е-бізнесу є: низькі витрати на створення та підтримку бізнес-процесів; глобальна дія; швидкість реагування на зміни; можливість персоналізації продукту або послуги; використання електронних засобів зв'язку; індивідуалізація пропозицій;

автоматизація процесів; нові можливості маркетингу; розширення асортименту продукції та послуг; можливість збору та аналізу даних; доступність для малого бізнесу.

Виконані дослідження дозволяють стверджувати, що окрім переваг, е-бізнес може мати деякі недоліки у порівнянні з іншими видами бізнесу, зокрема, такі як: відсутність можливості фізичного огляду продукту або послуги перед покупкою; можливість збору та аналізу даних.

Е-бізнес дозволяє підприємствам ефективно та швидко продавати свої товари та послуги на світовому ринку, забезпечуючи їм конкурентні переваги та приріст прибутків, але за умови, що він розвивається в інноваційному середовищі.

На сонові опрацювання таких наукових праць, як [1-10] є підстави стверджувати, що Е-бізнес можна характеризувати як специфічне середовище системи управління інноваціями з кількох причин, а саме:

- по-перше е-бізнес залежить від використання новітніх технологій, які регулярно змінюються та вдосконалюються. Це означає, що підприємства, які займаються е-бізнесом, повинні бути готові до постійного вдосконалення своїх технологій та стратегій. Так, в е-бізнесі важливо зберегти новітні технології та постійно вдосконалювати стратегії, оскільки це дає можливість бути конкурентоспроможним та успішним на ринку. Наприклад, компанія Google постійно вдосконалює свій алгоритм пошуку, щоб забезпечити користувачам більш точні та релевантні результати. Крім того, Google постійно впроваджує нові технології, такі як штучний інтелект, щоб покращити якість своїх послуг. Компанія Amazon є одним із найбільших Інтернет-ритейлерів у світі та досягає такого успіху завдяки вдосконаленню своїх технологій та стратегій. Компанія постійно вдосконалює свою інфраструктуру, швидкість доставки та забезпечення безпеки транзакцій. Крім того, вони активно використовують штучний інтелект та аналітичні інструменти для покращення своєї рекламної стратегії та пропозицій товарів. Інший приклад - Uber, який змінив спосіб, яким люди замовляють та користуються таксі. Ця компанія використовує мобільний додаток та геолокаційні технології для забезпечення

швидкої та зручної послуги таксі. Крім того, вони вдосконалюють свої алгоритми для оптимізації маршрутів та прогнозування запиту на послуги. Ці компанії добре ілюструють той факт, що е-бізнес вимагає постійної готовності до змін та вдосконалення технологій бізнесу і стратегій розвитку. Тільки ті підприємства, які постійно розвиваються та пристосовуються до нових технологій, залишаються конкурентними на ринку;

- по-друге, е-бізнес характеризується високою швидкістю змін та здатністю до інновацій. Це означає, що підприємство, яке займається е-бізнесом, повинно мати гнучку організаційну структуру та здатність швидко адаптації до змін на ринку. Так, компанія Amazon відома своєю здатністю швидко адаптуватись до змін на ринку. Коли компанія почала свою діяльність у 1995 році, вона працювала як он-лайн-книгарня, проте згодом Amazon розширив свій асортимент товарів до електроніки, одягу, продуктів харчування та інших груп товарів. Крім того, Amazon завжди працює над вдосконаленням своїх технологій та інфраструктури, включаючи розробку власної системи доставки та використання штучного інтелекту для підвищення ефективності бізнес-процесів. Інший приклад - компанія Airbnb, яка швидко стала однією з найбільших гравців у галузі он-лайн-бронювання поїздок. Airbnb також адаптувався до змін на ринку, використовуючи різні технології, такі як мобільні додатки та інтерактивні картки для покращення користувацького досвіду та розвитку нових послуг для своїх клієнтів. Крім того, Airbnb також гнучко реагує на зміни в законодавстві та нормативному середовищі, що працюють над забезпеченням правил утримання в усіх країнах, де вона діє;

- по-третє, е-бізнес використовує Інтернет-технології та мережевої інфраструктури, що дозволяє підприємствам проводити більш ефективне спілкування зі своїми клієнтами та партнерами. У цьому контексті наведемо приклад таких компаній: Airbnb, яка використовує он-лайн-платформу для здачі в оренду житла та подорожей. Клієнти можуть бронювати житло в будь-якій точці світу через web-сайт або мобільний додаток. Airbnb забезпечує зв'язок між власником житла та орендарем, використовуючи відгуки та оцінки системи для забезпечення взаємної відповідальності. Інший приклад - компанія Etsy, яка

є он-лайн-платформою для продажу виробів ручної роботи. Клієнти можуть отримати вироби з будь-якої точки світу через web-сайт або мобільний додаток, а продавці можуть керувати своїм бізнесом і спілкуватися зі своїми клієнтами через он-лайн-інструменти. Обидві компанії успішно використовують Інтернет-технології та мережеву інфраструктуру для забезпечення ефективного спілкування зі своїми клієнтами та партнерами. Це дозволяє їм збільшити споживацьку аудиторію та доходи, забезпечити якість послуг та захистити клієнтів. Компанія Warby Parker - це компанія, яка пропонує окуляри та контактні лінзи. Компанія використовує Інтернет-технології для забезпечення спілкування зі своїми клієнтами та партнерами. Warby Parker має власний web-сайт, на якому клієнти можуть замовляти окуляри та лінзи, а також використовує соціальні медіа для залучення нових клієнтів. Компанія Casper пропонує матраси та інші товари для сну. Casper використовує Інтернет-технології для підтримки зв'язків зі своїми клієнтами та партнерами. Компанія має власний web-сайт, на якому клієнти можуть отримати інформацію про її товари та послуги, а також зробити замовлення або придбати товари он-лайн. Наприклад, компанія Amazon є однією з найбільших он-лайн-ринків, де клієнти знаходять та купують товари від різних продавців. Компанія Zappos спеціалізується на продажі взуття та аксесуарів в режимі он-лайн, компанія Airbnb надає послуги з бронювання житла та досвіду в різних містах світу через web-сайт. Усі вони використовують е-бізнес для підтримки своїх операцій та забезпечення ефективного спілкування з клієнтами.

Таким чином, е-бізнес можна розглядати як специфічне середовище системи управління інноваціями, що вимагає від підприємств сфери е-бізнесу високої гнучкості, здатності до швидкої адаптації та використання новітніх технологій.

Серед підприємств сфери е-бізнесу в Україні також є такі, які впроваджують інновації, а саме: компанія eSputnik розробила систему автоматичної персоналізації email-розсилок, яка дозволяє створювати індивідуальні розсилки з інтересів клієнтів та поведінки кожного конкретного клієнта; сервіс Prom.ua використовує інноваційну систему рекомендацій, яка

аналізує історію купівлі та поведінку користувачів на сайті, щоб підібрати для нього найбільш цікаві товари та послуги; OLX.ua запровадила інноваційний сервіс OLX Safe Deals, який дозволяє забезпечити безпеку покупця та продавця при оплаті та доставці товару; Rozetka.ua запровадила інноваційну систему доставки відділень Нової Пошти, яка дозволяє клієнтам замовляти та отримувати товар у зручний для них час та місце; компанія SoftServe розробила віртуальний помічник «Юлія», який використовує технології штучного інтелекту та навчається на основі взаємодії з клієнтами, щоб надавати швидку та якісну підтримку користувачам у режимі 24/7; Monobank запровадив інноваційну систему автоматичної перевірки документів, яка дозволяє клієнтам відкривати рахунки та отримувати кредити за кілька хвилин, не покидаючи дім; компанія EVO налагодила Marketplace, де можна знайти різні товари від українських виробників, а також розвинула програму лояльності для покупців; мережа магазинів «Фуршет» запустила сервіс доставки товарів до дому «Фуршет Експрес», де клієнти можуть замовити доставку товару через сайт або мобільний додаток; компанія SoftServe розробила платформу «AI-powered Talent Management», яка дозволяє використовувати штучний інтелект для підбору, навчання та розвитку персоналу; компанія Grammarly використовує систему машинного навчання та штучного інтелекту для редагування такої перевірки текстів, що дозволяє збільшити продуктивність та якість роботи персоналу; компанія Augmented Pixels розробила платформу для створення додатків з доповненою реальністю, яка дозволяє компанії створювати унікальні додатки для маркетингу, освіти, розваг та інших цілей.

**Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі.** Таким чином в Україні є компанії, які активно використовують інноваційні технології та активно розвиваються у сфері е-бізнесу, зокрема Rozetka, Prom.ua, SoftServe, Jooble, EVO Group та інші. Вони відомі не тільки в Україні, а й за її межами, що свідчить про високий рівень їхньої конкурентоспроможності та інноваційності. Є ще багато інших українських стартапів і молодих компаній працюють над розробкою нових продуктів та послуг у сфері е-бізнесу, які відповідають сучасним технологічним

вимогам. Проте в цілому, у порівнянні з іншими країнами, можна сказати, що український ринок е-бізнесу потребує розвитку та залучення більшого обсягу інвестицій.

### Література

1. Nanekhkaran, Y. (2013). An Introduction To Electronic Commerce. *International Journal of Scientific & Technology Research*, 2(4), 190–193.
2. Richard Boateng. (2016) Resources, Electronic-Commerce Capabilities and Electronic-Commerce Benefits: Conceptualizing the Links. *Information Technology for Development*, 22(2), 242-264.
3. Бабенко, В. А. та Синявська, О. О. (2019). Аналіз сучасного стану розвитку ринку електронної комерції в Україні. Звіт про науково-дослідну роботу сучасні інформаційні технології в соціально-економічних системах. Сумський державний університет, 48-60.
4. Борейко, Н. М. (2020). Специфіка електронної комерції у вітчизняному сегменті мережі Інтернет. *Бізнес-навігатор*, 2 (58), 87–93.
5. Hlinenko, L. K. & Daynovskyy, Y. A. (2018). State-of art and prospects of development of Ukrainian electronic commerce. *Marketing and Management of Innovations*, 1, 83-102.
6. Лазнева, І. О. та Долгополова, М. В. (2019). Розвиток електронної торгівлі у структурі інформаційної економіки України. *Інфраструктура ринку. Електронний науково-практичний журнал*, 31, 31–37.
7. Орехова, Т. В. та Дубель, М. В. (2018). Вплив процесу діджиталізації на розвиток електронної комерції в Україні. *Економіка і організація управління*, 4(32), 17-25.
8. Синявська, О. О. (2019). Електронна торгівля в Україні: тенденції та перспективи розвитку. *Вісник ХНУ імені В.Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм»*, 9, 126-132.
9. Трубін, І. О. (2013). Правові засади функціонування електронних грошей у сфері електронної комерції: монографія. Київ: Алерта.
10. Thai Young Kim, Rommert Dekker & Christiaan Heij. (2017) *CrossBorder Electronic Commerce: Distance Effects and Express Delivery in European Union Markets*. *International Journal of Electronic Commerce*, 21(2), 184-218.

## References

1. Nanekhkaran, Y. (2013), “ An Introduction To Electronic Commerce ”, International Journal of Scientific & Technology Research, vol. 2(4), pp. 190–193.
2. Boateng, R. (2016), “ Resources, Electronic-Commerce Capabilities and Electronic-Commerce Benefits: Conceptualizing the Links ”, Information Technology for Development, vol. 22(2), pp. 242-264.
3. Babenko, V. A. and Synyavska, O. O. (2019). Analiz suchasnoho stanu rozvytku rynku elektronnoyi komertsii v Ukraini [Analysis of the current state of development of the e-commerce market in Ukraine. Report on research work of modern information technologies in socio-economic systems], Sumy State University, Sumy, Ukraine, pp. 48-60.
4. Boreyko, N. M. (2020), “ Specifics of e-commerce in the domestic segment of the Internet ”, vol. Business Navigator, vol. 2 (58), pp. 87–93.
5. Hlinenko, L. K. and Daynovskyy, Y. A. (2018), “ State-of art and prospects of development of Ukrainian electronic commerce ”, Marketing and Management of Innovations, vol. 1, pp. 83-102.
6. Lazneva, I. O. and Dolgoplova, M. V. (2019), “ Development of e-commerce in the structure of information economy of Ukraine ”, Market infrastructure. Electronic scientific-practical journal, vol. 31, pp. 31–37.
7. Orekhova, T. V. and Dubel, M. V. (2018), “ The impact of the digitalization process on the development of e-commerce in Ukraine ”, Economics and Organization of Management, vol. 4 (32), pp. 17-25.
8. Sinyavska, O. O. (2019), “ E-commerce in Ukraine: trends and prospects ”, Bulletin of KhNU named after VN Karazina. Series «International Relations. Economy. Local lore. Tourism», vol. 9, pp. 126-132.
9. Trubin, I. O. (2013), Pravovi zasady funktsionuvannya elektronnykh hroshey u sferi elektronnoyi komertsii [Legal bases of functioning of electronic money in the field of e-commerce], Alerta, Kyiv, Ukraine.
10. Kim, T. Y. Dekker, R. and Heij, Ch. (2017), “ CrossBorder Electronic Commerce: Distance Effects and Express Delivery in European Union Markets ”, International Journal of Electronic Commerce, vol. 21(2), pp. 184-218.

*Стаття надійшла до редакції 27.03.2023 р.*