

Міністерство освіти і науки України
Національний університет водного господарства та
природокористування
Кафедра трудових ресурсів і підприємництва

06-05-179М

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ

до практичних занять та самостійного вивчення дисципліни
«Електронний бізнес» для здобувачів вищої освіти першого
(бакалаврського) рівня за освітньою програмою «Бізнес-
аналітика» спеціальності 051 «Економіка»
денної та заочної форм навчання

Рекомендовано науково-
методичною радою з якості
ННІЕМ
Протокол № 5 від 24.01.2025 р.

Рівне – 2025

Методичні рекомендації до практичних занять та самостійного вивчення дисципліни «Електронний бізнес» для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня за освітньою програмою «Бізнес-аналітика» спеціальності 051 «Економіка» денної та заочної форм навчання. [Електронне видання] / Кроль В. В. – Рівне : НУВГП, 2025. – 16 с.

Укладач:

Кроль В. В., доктор філософії зі спеціальності «Економіка», доцент кафедри трудових ресурсів і підприємництва.

Відповідальний за випуск:

Міщук Г. Ю., д.е.н., професор, завідувач кафедри трудових ресурсів і підприємництва.

Керівник групи забезпечення освітньої програми 051 «Економіка», ОП «Бізнес-аналітика»

Рощик І. А., к.е.н., доцент кафедри трудових ресурсів і підприємництва

© В. В. Кроль, 2025

© НУВГП, 2025

ЗМІСТ

Передмова	4
Тематика практичних занять	5
Рекомендована література	16

ПЕРЕДМОВА

В умовах стрімкого розвитку інформаційних технологій і глобалізації ринків, електронний бізнес набуває особливої ваги. Зростання популярності інтернет-комерції, цифрових платіжних систем і маркетингових стратегій онлайн створює нові можливості та виклики для підприємців. Володіння знаннями в сфері електронного бізнесу дозволяє майбутнім економістам ефективно адаптуватися до сучасних бізнес-реалій, впроваджувати інноваційні рішення та забезпечувати конкурентоспроможність своїх підприємств.

Метою курсу «Електронний бізнес» є надання здобувачам знань і навичок у сфері електронного бізнесу, зокрема електронної комерції, платіжних систем, безпеки інформації та цифрового маркетингу. Здобувачі опанують теоретичні та практичні навички використання сучасних інформаційних і комунікаційних технологій для розробки, впровадження та управління електронним бізнесом.

Основні завдання дисципліни:

1. Ознайомити студентів з основними поняттями і принципами електронного бізнесу та електронної комерції.
2. Вивчити основні способи ведення електронної комерції та розробки ефективних стратегій.
3. Ознайомити з сучасними платіжними та фінансовими системами в Інтернеті.
4. Опанувати знання про безпеку і захист інформації в електронному бізнесі.
5. Засвоїти методи оцінки ефективності та управління фінансовими ризиками в електронному бізнесі.
6. Вивчити принципи цифрового маркетингу і пошукової оптимізації.

Успішне засвоєння матеріалів курсу дозволяє здобувачам отримати комплексні знання та практичні навички, необхідні для успішного функціонування бізнесу в сфері електронної комерції, що дозволить їм бути конкурентоспроможними на сучасному ринку праці.

ТЕМАТИКА ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

Тема 1. Електронний бізнес в умовах інформаційного простору: основні поняття, роль інформаційних технологій

Питання для обговорення:

1. Що таке електронний бізнес, і які ключові відмінності між традиційним і електронним бізнесом?
2. Як інформаційні технології змінили спосіб ведення бізнесу?
3. Які переваги та виклики приносить електронний бізнес для підприємців?
4. Яку роль відіграє інтернет у розвитку електронного бізнесу?
5. Як ви оцінюєте перспективи електронного бізнесу в Україні?
6. Які елементи цифрової інфраструктури є ключовими для запуску електронного бізнесу?

Завдання 1. Використовуючи відкриті дані з мережі Internet (також доцільно проаналізувати профілі в соцмережах) знайдіть інформацію про дві (або більше) компанії, що здійснюють діяльність в самостійно обраній галузі: одну з традиційним форматом роботи (наприклад, локальний магазин) та іншу – з електронною бізнес-моделлю (наприклад, інтернет-магазин). Проаналізуйте їхні підходи до:

- управління клієнтськими відносинами;
- логістики та доставки;
- фінансових операцій;
- масштабування.

Оформіть порівняльну таблицю із зазначенням переваг і викликів кожного формату. Зробіть висновок про перспективність електронного бізнесу в обраній галузі.

Завдання 2. На основі лекційних матеріалів дослідіть складові цифрової інфраструктури, які потрібні для запуску електронного бізнесу (сайт, платіжна система, хостинг, платформи для аналітики тощо). Складіть список необхідних інструментів для запуску малого бізнесу в Україні, зазначивши для кожного:

- функції;
- приклади постачальників або платформ;
- приблизну вартість.

Презентуйте результати у форматі презентації або звіту.

Тема 2. Електронний бізнес та електронна комерція

Питання для обговорення:

1. Як співвідносяться поняття електронного бізнесу та електронної комерції?
2. Які види електронної комерції існують (B2B, B2C, C2C, C2B)?
3. Як впливають мобільні технології на електронну комерцію?
4. У чому полягають переваги електронної комерції для споживачів і продавців?
5. Які основні ризики пов'язані з веденням електронної комерції?
6. Чи можливий перехід усього бізнесу до електронного формату?

Завдання 1. Дослідіть визначення кожного виду електронної комерції (B2B, B2C, C2C, C2B). Наведіть приклади реальних компаній для кожного типу, які працюють в Україні та на глобальному ринку. Складіть візуалізацію (інфографіку, зображення, діаграму – на власний вибір), яка демонструє основні характеристики (цільова аудиторія, типи продуктів, способи взаємодії тощо).

Підготуйте короткий звіт або презентацію щодо переваг та викликів кожного типу.

Завдання 2. Проаналізуйте сучасні мобільні платформи для електронної комерції (наприклад, застосунки Rozetka чи Prom). Визначте, які функції (наприклад, push-повідомлення, мобільні платіжні системи) сприяють залученню клієнтів. Зробіть SWOT-аналіз мобільних технологій у електронній комерції. Результати оформіть у форматі звіту.

Тема 3. Основні способи ведення електронної комерції

Питання для обговорення:

1. Чим відрізняються бізнес-моделі електронної комерції (магазини, маркетплейси, дропшипінг тощо)?
2. Як обрати оптимальний спосіб ведення електронної комерції для стартапу?
3. Що таке SaaS-платформи, і як вони допомагають бізнесу?
4. Які аспекти потрібно враховувати під час вибору моделі ведення електронного бізнесу?

5. Як впливає автоматизація на електронну комерцію?
6. Чи можливо поєднувати кілька способів ведення електронного бізнесу?

Завдання 1. Уявіть, що ви консультуєте стартап, який планує продавати екотовари. Проаналізуйте такі моделі ведення бізнесу: власний інтернет-магазин, маркетплейс, дропшипінг.

Для кожної моделі визначте:

- переваги та недоліки;
- витрати на запуск;
- швидкість старту.

Сформулюйте рекомендації та обґрунтуйте вибір найкращого способу ведення бізнесу.

Завдання 2. Виберіть 2–3 SaaS-платформи (наприклад, Shopify, Wix, OpenCart). Порівняйте їх за такими параметрами: функціональність, ціна, зручність використання, доступність для українських користувачів. Розробіть інструкцію, як за допомогою однієї з обраних платформ запустити інтернет-магазин.

Тема 4. Стратегії ведення електронної комерції

Питання для обговорення:

1. Що таке стратегія електронної комерції, і чому вона важлива?
2. Які основні елементи повинна включати ефективна стратегія?
3. Як аналіз ринку впливає на вибір стратегії електронної комерції?
4. У чому полягає значення персоналізації для сучасної електронної комерції?
5. Як довгострокові і короткострокові цілі впливають на стратегію бізнесу?
6. Як швидко змінювати стратегії у відповідь на ринкові зміни?

Завдання 1. Розробіть стратегію для новоствореного інтернет-магазину товарів для дому, що включає:

- аналіз конкурентів;
- позиціонування бренду;
- маркетингові канали (SEO, реклама в соцмережах, email-маркетинг);

- цільову аудиторію.

Оформіть результати у вигляді стратегічного плану.

Завдання 2. Оберіть реальний інтернет-магазин і дослідіть, які стратегії використовуються для залучення клієнтів. Використовуючи метрики (конверсія, середній чек, трафік), проаналізуйте ефективність стратегії. Розробіть рекомендації щодо її покращення.

Тема 5. Платіжні системи: види, основи роботи

Питання для обговорення:

1. Які основні типи платіжних систем існують?
2. Як відрізняються платіжні системи в різних країнах?
3. У чому полягає роль криптовалют у сучасних платіжних системах?
4. Які переваги дає використання цифрових платіжних систем для малого бізнесу?
5. Як обрати платіжну систему для власного інтернет-магазину?
6. Які проблеми можуть виникати при інтеграції платіжних систем?

Завдання 1. Оберіть три платіжні системи (наприклад, PayPal, LiqPay, Stripe). Порівняйте їх за такими параметрами:

- доступність для українських користувачів;
- комісії;
- швидкість обробки транзакцій;
- безпека.

Оформіть результати в таблиці, зазначивши, яка система найкраще підходить для малого бізнесу.

Завдання 2. На основі лекційних матеріалів дослідіть принцип роботи криптовалютних платіжних систем (наприклад, Bitcoin, Ethereum). Наведіть приклади бізнесів, які приймають криптовалюту. Сформулюйте переваги та ризики використання криптовалют у малому бізнесі. Напишіть коротке есе на тему: «Чи можуть криптовалюти стати основним способом оплати в електронній комерції?».

Тема 6. Фінансові системи в Інтернеті

Питання для обговорення:

1. Як функціонують фінансові системи в Інтернеті, і яку роль вони відіграють?
2. Які фінансові технології (FinTech) найбільше вплинули на електронний бізнес?
3. Як працюють платформи для краудфандингу, і чим вони корисні для підприємців?
4. У чому переваги використання електронних гаранцій?
5. Як змінилася фінансова поведінка споживачів завдяки Інтернету?
6. Які тренди розвиваються в галузі FinTech?

Завдання 1. Виберіть для аналізу одну з краудфандингових платформ: Kickstarter, IndieGoGo, Patreon, GoFundMe. Оберіть 3-5 успішних проєктів у одній самостійно обраній категорії (наприклад, технологічні продукти, творчі проєкти тощо). Для кожного проєкту проаналізуйте та опишіть:

- цільову суму фінансування
- фактично зібрану суму
- кількість бекерів (спонсорів)
- середній внесок на одного бекера
- тривалість кампанії
- систему винагород та їх градацію

Розрахуйте ключові метрики успішності:

- Відсоток виконання мети = $(\text{Зібрана сума} / \text{Цільова сума}) \times 100\%$
- Швидкість збору коштів = $\text{Зібрана сума} / \text{Кількість днів кампанії}$
- Ефективність залучення = $\text{Кількість бекерів} / \text{Кількість переглядів сторінки}$

Результати оформіть у вигляді звіту або презентації з описом таких пунктів якісного аналізу:

опис презентації проєкту, маркетингова стратегія, комунікація з аудиторією, унікальні особливості кампанії.

Завдання 2. Оберіть для аналізу три електронні гаранції, доступні в Україні: наприклад PayPal, Wise, Payoneer, GPay, Apple Pay тощо. Створіть порівняльну матрицю за наступними параметрами:

а) фінансові характеристики:

- комісії за поповнення
- комісії за перекази
- комісії за конвертацію валют
- ліміти на операції

б) технічні характеристики:

- підтримувані платформи
- інтеграція з банками
- можливості API
- швидкість транзакцій

в) безпека:

- методи автентифікації
- шифрування даних
- страхування коштів
- система оскарження транзакцій

Проведіть SWOT-аналіз для кожного сервісу. Розрахуйте сукупну вартість використання (ТСО) для типового користувача:

$ТСО = F + (M \times T) + (C \times V) + A$, де:

F - фіксовані щомісячні платежі

M - середня комісія за транзакцію

T - кількість транзакцій на місяць

C - комісія за конвертацію

V - обсяг конвертації

A - додаткові витрати

Результати роботи оформіть у вигляді звіту або презентації.

Тема 7. Безпека і захист інформації в електронній комерції

Питання для обговорення:

1. Які основні ризики існують для захисту даних в електронній комерції?
2. Як забезпечити безпечні онлайн-транзакції?
3. Що таке SSL-сертифікат, і чому він важливий для сайтів?
4. Як кіберзагрози впливають на електронний бізнес?
5. Чому важливо використовувати багатофакторну автентифікацію?
6. Як попередити витіки конфіденційної інформації?

Завдання 1. Проведіть аналіз самостійно обраного сайту електронного магазину. Оцініть:

- Чи використовується SSL-сертифікат?
- Наявність політики конфіденційності.
- Захист паролів (чи є вимоги до їх складності).
- Захист платіжних даних.

Складіть звіт із пропозиціями покращення безпеки сайту.

Завдання 2. Зареєструйтесь або скористайтесь наявним обліковим записом у сервісі, що підтримує багатофакторну автентифікацію. Увімкніть багатофакторну автентифікацію та перевірте її роботу. Підготуйте коротку відео інструкцію або текстовий посібник для інших користувачів.

Тема 8. Оцінка фінансових ризиків та ефективності електронного бізнесу

Питання для обговорення:

1. Які методи можна використовувати для оцінки ефективності електронного бізнесу?
2. Як аналіз витрат і доходів допомагає зменшити фінансові ризики?
3. Які показники є ключовими для оцінки рентабельності онлайн-бізнесу?
4. Як впливає конкуренція на фінансові ризики бізнесу?
5. Чому важливо проводити регулярний аудит електронного бізнесу?
6. Як прогнозувати фінансові ризики в умовах нестабільності?

Завдання 1. Оберіть на платформі <https://www.kaggle.com/> датасет з набором даних, пов'язаних з електронною комерцією (наприклад <https://www.kaggle.com/datasets/steve1215rogg/e-commerce-dataset>). На основі наданих фінансових даних віртуального інтернет-магазину проведіть за допомогою MS Excel або Google Sheets:

- розрахунок основних показників ефективності (ROI, ROAS, CAC, LTV);
- аналіз структури витрат;
- оцінку рентабельності різних категорій товарів.

Результати роботи оформіть у вигляді звіту чи презентації.

Алгоритм виконання:

1. Розрахунок ключових показників ефективності:

а) Return on Investment (ROI):

$$\text{ROI} = ((\text{Дохід} - \text{Інвестиції}) / \text{Інвестиції}) \times 100\%$$

б) Return on Advertising Spend (ROAS):

$$\text{ROAS} = \text{Дохід від реклами} / \text{Витрати на рекламу}$$

в) Customer Acquisition Cost (CAC):

$$\text{CAC} = \text{Загальні маркетингові витрати} / \text{Кількість нових клієнтів}$$

г) Customer Lifetime Value (LTV):

$$\text{LTV} = \text{Середній чек} \times \text{Частота покупок} \times \text{Термін утримання клієнта}$$

2. Аналіз структури витрат:

- фіксовані витрати
- змінні витрати
- маржинальний аналіз

Розрахунок точки беззбитковості:

$$\text{BEP} = \text{FC} / (\text{P} - \text{VC}), \text{ де:}$$

BEP - точка беззбитковості

FC - фіксовані витрати

P - ціна одиниці

VC - змінні витрати на одиницю

3. Оцінка рентабельності категорій:

- валова маржа (валовий дохід)
- операційна маржа (операційний дохід)
- ROI по категоріях:

$$\text{CE} = (\text{GMP} \times \text{ST}) / \text{IS}, \text{ де:}$$

CE - ефективність категорії

GMP - валова маржа у відсотках

ST - оборотність складу

IS - частка складських запасів

Завдання 2. Створіть детальну карту ризиків для самостійно обраного виду електронного бізнесу, що включає:

- ідентифікацію потенційних ризиків
- оцінку ймовірності та впливу кожного ризику
- розробку стратегій мінімізації ризиків
- план антикризового управління.

Формат подання результатів: карта ризиків та план управління ризиками

Алгоритм виконання:

1. Ідентифікація ризиків:

а) створення реєстру ризиків за категоріями:

- технологічні ризики
- операційні ризики
- ринкові ризики
- фінансові ризики
- регуляторні ризики
- репутаційні ризики

б) для кожного ризику визначити:

- джерело ризику
- тригери виникнення
- потенційні наслідки
- взаємозв'язки з іншими ризиками

2. Оцінка ризиків за формулою:

$R = P \times I \times D$, де:

R - загальна оцінка ризику

P - ймовірність виникнення (1-5)

I - рівень впливу (1-5)

D - складність виявлення (1-5)

3. Розробка стратегій мінімізації:

- уникнення ризику
- передача ризику
- зниження ризику
- прийняття ризику

4. План антикризового управління - для кожного критичного ризику розробити:

- систему раннього попередження
- процедури реагування
- комунікаційний план
- план відновлення.

Тема 9. Інструменти цифрового маркетингу як складова електронної комерції

Питання для обговорення:

1. Які інструменти цифрового маркетингу є найефективнішими для електронного бізнесу?
2. Як соціальні мережі впливають на розвиток електронної комерції?
3. У чому переваги використання email-маркетингу для залучення клієнтів?
4. Як оцінити ефективність рекламної кампанії в Інтернеті?
5. Які тренди в цифровому маркетингу ви можете виділити?
6. Чому важливо адаптувати маркетингову стратегію до мобільних пристроїв?

Завдання 1. Створіть приклад листа для email-кампанії (наприклад, акція або інформація про новий продукт). Визначте:

- цільову аудиторію.
- ключові показники ефективності (CTR, відкриття листів).

Проаналізуйте можливі результати та напишіть рекомендації для покращення.

Завдання 2. Виберіть товар або послугу та розробіть контент для соціальної мережі (Facebook, Instagram):

- пост із візуалізацією
- текст із закликом до дії.

Визначте бюджет кампанії та цільові показники ефективності (охоплення, залученість).

Тема 10. Пошукова оптимізація: основи SEO

Питання для обговорення:

1. Що таке SEO, і чому воно важливе для електронної комерції?
2. Які ключові фактори впливають на ранжування сайту в пошукових системах?
3. Як ключові слова впливають на ефективність SEO?
4. Що краще: органічний трафік чи платний? Чому?
5. Як змінюються алгоритми пошукових систем, і як це впливає на бізнес?

6. Які SEO-інструменти ви вважаєте найбільш корисними?

Завдання 1. Оберіть вид електронного бізнесу – реальний або гіпотетичний (наприклад, пекарня, квітковий магазин, кондитерська тощо). Використовуючи інструменти Google Keyword Planner або аналогічні сервіси, визначте 10 ключових слів для оптимізації сайту. Поясніть вибір кожного слова.

Завдання 2. Виберіть існуючий сайт та проведіть базовий аудит за такими критеріями:

- швидкість завантаження.
- якість метаописів.
- наявність зображень із атрибутом alt.

Напишіть рекомендації для покращення SEO.

Рекомендована література:

1. Виноградова О.В., Дрокіна Н.І. Електронний бізнес. Навчальний посібник. Київ: ДУТ, 2018. 292 с. URL:https://dut.edu.ua/uploads/1_1477_17408367.pdf
2. Зайцева О.О., Болотинюк І.М. Електронний бізнес: Навчальний посібник. / За наук. ред. Н.В. Морзе. Івано-Франківськ. «ЛілеяНВ». 2015. 264 с. URL: http://umo.edu.ua/images/content/depozitar/navichki_pracevlasht/elektron_bizn.pdf
3. Електронна комерція: курс лекцій/ О.І. Лисак, Л.О. Андреева., В.М. Тебенко Мелітополь: Люкс, 2020. 225 с. URL: <http://feb.tsatu.edu.ua/wpcontent/uploads/2018/07/Konspekt-lektsij-Elektronna-komertsiya-2020.pdf>
4. Краус К.М., Краус Н.М., Манжура О.В. Електронна комерція та Інтернет-торгівля: навчально-методичний посібник. Київ: Аграр Медіа Груп. 2021. 454 с. URL: https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/37044/1/Kraus_Elektronna_komertsia_2021.pdf
5. Інформаційні технології в бізнесі. Частина 1: Навч. посіб. / Шевчук І.Б., Старух А.І., Васьків О.М. та ін.; за заг. ред. І.Б. Шевчук. Львів : Видавництво ННБК «АТБ». 2020. 455 с.