

РОЗВИТОК ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

Світлана СТЕНДЕР

*к.е.н., доцент, асистент кафедри обліку,
оподаткування та технологій електронного бізнесу
Заклад вищої освіти «Подільський державний
університет», Україна*

Ключові слова: електронна комерція, цифровізація економіки, електронна торгівля, інтернет-торгівля, електронні інформаційні технології.

Розвиток електронної комерції постійно відбувається та еволюціонує відповідно до змін у технологіях, звичках споживачів і законодавстві, активно впливаючи на цифрову економіку та технології країн. Сьогодні електронна комерція – це купівля та продаж товарів і послуг через мережу Інтернет, яка передбачає використання великої кількості електронних платформ, таких як вебсайти, мобільні додатки та різні соціальні мережі для здійснення транзакцій між бізнесом і споживачами.

У широкому сенсі електронна комерція є будь-якою економічною діяльністю, що включає використання електронних інформаційних технологій. У вузькому сенсі електронна комерція є комерційною діяльністю з купівлі або продажу товарів і послуг у мережі Інтернет з метою отримання прибутку. Отже, електронна комерція базується на різних поглядах і концепціях, включно з рівнем інтеграції та особливостями задіяних технологій [4].

Визначено, що електронна комерція сьогодні стала стратегічно важливою для бізнесу та економіки загалом, прискорюючи цифрову трансформацію й забезпечуючи нові можливості для підприємств і споживачів. Електронна комерція, у всій своїй різноманітності форм і проявів, впливає на багато аспектів сучасного економічного життя, включно з поведінкою споживачів, підприємництвом, ринковими відносинами, інноваційністю тощо [4].

Електронна комерція революціонізувала спосіб ведення бізнесу та створила нові можливості як для підприємців, так і для споживачів. Однією з головних переваг електронної комерції є те, що вона пропонує більш зручний та ефективний спосіб ведення бізнесу, який дозволив сучасним підприємствам оптимізувати свої операції, автоматизувавши багато завдань, пов'язаних з процесом продажу, таких як управління запасами, обробка замовлень та доставка [1, с. 114].

Крім того, електронна комерція – потужний інструмент для досягнення конкурентоспроможності на ринку та безальтернативний спосіб подальшого розвитку практично будь-якого сучасного бізнесу. Для підприємців вона є способом збільшення онлайн-продажів та достатньо ефективний спосіб підтримки бізнесу в нестабільних умовах господарювання, а також постійно створює нові можливості [4].

Масштаби онлайн-торгівлі значно зросли за останні кілька років, і така тенденція зберігатиметься й надалі. Цей ріст буде супроводжуватися трендами

електронної комерції та діджитал-розробками, які вимагають зосередитися на очікуваннях споживачів.

З визначення “цифрова комерція” складається враження, що вона дуже схожа на електронну комерцію. Однак електронна комерція – це простий акт продажу товарів в інтернеті, коли транзакція завершується на вебсайті а D-Commerce включає в себе технології та процеси, які просувають клієнтів далі по маркетинговій воронці. Ці поняття містять в собі все те, що розширює шлях клієнта, коли він купує товар:

- пошукову оптимізацію та таргетовану рекламу;
- зручні для клієнта платіжні технології;
- швидку та надійну доставку;
- онлайн-асистенти та доповнену реальність під час шопінгу.

Якщо порівнювати digital та електронну комерцію, то перша включає в себе все, що стосується електронної комерції, тоді як друга є лише одним із компонентів цифрової економіки. Цифрова комерція охоплює все – від покупок на сайтах і в соцмережах до покупок у прямому ефірі. Заглибившись у Digital commerce, ми побачимо, що це набагато більше, ніж просто купівля-продаж в інтернеті. Мова йде про забезпечення персоналізованого досвіду для кожного клієнта. Це покращує купівельний досвід, що допомагає досягти таких цілей:

- збільшити продажі;
- зберегти лояльність клієнтів;
- залучити нових споживачів.

Усе це допомагає бізнесу залишатися конкурентоспроможним на ринку.

Варто згадати і про штучний інтелект, який покращує цифрову комерцію завдяки вдосконаленій аналітиці, машинному навчанню, автоматизованому вибору та login-based методам. Це можна інтегрувати у комерційне рішення для оптимізації сайту, рекомендацій продуктів та персоналізованого досвіду. Персоналізація на основі штучного інтелекту допомагає зрозуміти очікування клієнтів і розробити маркетингову стратегію на основі даних для покращення продажів як на цифрових, так і на фізичних маркетплейсах. В результаті з мінімальною ймовірністю помилок прийняте рішення для e-commerce виконуватиме правильні дії на кожному етапі взаємодії з клієнтом.

Доповнена реальність стає все поширенішим явищем, особливо в індустрії онлайн-комерції. Вона спрощує процес купівлі для клієнтів, усуваючи багато непорозумінь. Існують приклади цифрової комерції, які використовують технологію доповненої реальності, щоб зробити свої продукти та процес покупки інтерактивними, зокрема Apple та Sephora. Використовуючи цей інструмент, бізнес може імітувати реальні звуки, відчуття та зображення, щоб запропонувати віртуальний досвід використання продукту. Завдяки впровадженню доповненої реальності можна заощадити як кошти, так і час.

Сьогодні кожен клієнт хоче платити у зручний для нього спосіб. Крім того, завдяки всесвітньому доступу до d-commerce клієнти з різних куточків світу мають різні варіанти оплати. Надання різноманітних і гнучких платіжних опцій, як, наприклад, платежі за QR-кодом, стане ключем до кращого клієнтського досвіду. Тому стратегія цифрової комерції має містити все – від популярних

платіжних партнерів до варіантів щомісячного фінансування, щоб полегшити споживачам придбання товарів. Ось деякі приклади способів оплати в цифровій комерції, які варто включити:

- кілька кредитних і дебетових карток;
- прийом онлайн-платежів;
- криптовалюта;
- гнучкі щомісячні платежі⁴
- цифрові гаманці.

Впровадження правильних технологічних рішень може забезпечити його масштабування з часом і допомогти випередити конкурентів. Майбутнє онлайн-індустрії належить цифровій комерції, а це означає, що дуже важливо, аби сучасні підходи відповідали очікуванням клієнтів і вимогам ринку.

Список використаних джерел

1. Даньків В.В. Вплив електронної комерції на ринок праці в контексті розвитку цифрової економіки. Академічні візії. 2022. No 8–9. С. 39–47. DOI: <http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.6859604> (дата звернення: 29.10.2023).

2. Про електронну комерцію : Закон України від 03.09.2015 No 675-VIII: станом на 19 листопада 2022 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19#Text> (дата звернення: 27.10.2023).

3. Кучмілова Т.С. Діджиталізація бізнес-процесів в умовах трансформаційних перетворень. Інвестиції: практика та досвід. 2023. No 10. С. 77–80. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2023.10.77> (дата звернення: 29.10.2023).

4. Стендер, С.В., Лисак, О.І., Лук'яненко, Н.Е. (2023). Розвиток електронної комерції та її вплив на цифрову економіку. Академічні візії, 2023 (24). DOI: <http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.8420621>. Вилучено із <https://academy-vision.org/index.php/av/article/view/619> (дата звернення: 23.10.2023).

ЕФЕКТИВНІ УПРАВЛІНСЬКІ РІШЕННЯ ТА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНІ СИСТЕМИ

Денис ЯБЛОНСЬКИЙ

*здобувач вищої освіти І ступеню курсу ОС «Бакалавр»
спеціальності 208 «Агроінженерія»*

*Заклад вищої освіти «Подільський державний університет»,
м. Кам'янець - Подільський*

Науковий керівник: канд. екон. наук, доцент Ірина МУШЕНИК

В сучасних економічних умовах важливого значення при управлінні організацією набувають інформаційні технології, які надають організаціям засоби для забезпечення різноманітних типів зв'язків для швидкого збору, реєстрації та актуалізації інформації, проведення багатомірного аналізу для