

3. Rana, N. P., Chatterjee, S., Dwivedi, Y. K., & Akter, S. (2021). Understanding the dark side of artificial intelligence (AI) integrated business analytics: Assessing firm's operational inefficiency and competitiveness. *European Journal of Information Systems*, 1–24.
4. Янчук, Т., & Боєнко, О. (2023). Впровадження CRM-систем як засіб підвищення ефективності маркетингової діяльності. *Економіка та суспільство*, (48). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-48-89>

УДК: 339.138:004.9

Марина Котова

*к.е.н., доцент, доцент кафедри торговельного підприємництва та логістики,
ДТЕУ, Україна*

m.kotova@knote.edu.ua

Дмитро Головань

*здобувач першого рівня вищої освіти освітньо-професійної програми
«Логістична діяльність» ДТЕУ, Україна*

dimasikg05@gmail.com

Катерина Чуєнко

*здобувач першого рівня вищої освіти освітньо-професійної програми
«Підприємництво та торгівля» ДТЕУ, Україна*

K.Chuyenko_FTM_20_21_B_d@knote.edu.ua

ВПЛИВ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ НА РОЗВИТОК ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

THE INFLUENCE OF DIGITALIZATION ON THE DEVELOPMENT OF ELECTRONIC COMMERCE IN MODERN CONDITIONS

Анотація. Дослідження присвячене аналізу впливу діджиталізації на розвиток електронної комерції в умовах сучасної цифрової епохи. Електронна торгівля стала визначальним фактором глобального бізнес-середовища, змінюючи поведінку споживачів, підприємницьку діяльність та ринкові відносини.

Abstract. The study is devoted to the analysis of the impact of digitalization on the development of electronic commerce in the conditions of the modern digital era. E-commerce has become a defining factor in the global business environment, changing consumer behavior, business activities and market relationships.

Ключові слова: електронна комерція, діджиталізація, IT-тренди, штучний інтелект, автоматизація.

Key words: e-commerce, digitalization, IT trends, artificial intelligence, automation.

Розвиток електронної комерції є одним з ключових явищ сучасної цифрової епохи, що постійно змінюється та стає визначальним фактором у глобальному бізнес-середовищі. Електронна торгівля з усією різноманітністю її форм і проявів, впливає на численні аспекти сучасної економіки, включно з поведінкою споживачів, підприємницькою діяльністю, ринковими відносинами та інноваціями.

Метою цього дослідження є аналіз ключових IT-трендів та технологій, які формують електронну комерцію, вивчення їхнього впливу на ефективність, гнучкість і інноваційність бізнес-моделей, а також оцінка змін у поведінці споживачів і підприємств в умовах цифрової трансформації. Дослідження також спрямоване на визначення нових можливостей та викликів, що виникають у результаті діджиталізації в електронній торгівлі.

Електронна торгівля - господарська діяльність у сфері електронної купівлі-продажу, реалізації товарів дистанційним способом покупцю шляхом вчинення електронних правочинів із використанням інформаційно-комунікаційних систем [3].

Електронна торгівля має ряд значних переваг, що роблять її важливою складовою сучасного бізнесу як для компаній, так і для споживачів. Одна з головних переваг – це доступність магазинів 24/7. Покупці можуть здійснювати покупки у будь-який час, що створює зручність і для них, і для бізнесу, який не обмежує свої продажі лише робочими годинами. Крім того, електронна торгівля має глобальне охоплення: компанії можуть продавати свої товари та послуги не лише в межах однієї країни, але й на міжнародних ринках

без необхідності фізичної присутності. Це відкриває нові можливості для розвитку бізнесу та залучення клієнтів. [2, с. 3]

У сучасних умовах діджиталізація є необхідною для підвищення ефективності електронної торгівлі. Насамперед, вона дозволяє оптимізувати та автоматизувати багато операційних процесів, таких як обробка замовлень, управління запасами та логістика. Це скорочує час доставки товарів і знижує витрати на їхнє управління, покращуючи обслуговування клієнтів. Синхронізація систем управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM) управління складом (WMS), управління транспортом (TMS) дозволяє підприємствам електронної торгівлі бути більш конкурентоспроможними і при правильній організації бізнес-процесів заявляти про омніканальність бізнесу.

Є багато прикладів впливу діджиталізації на розвиток електронної комерції в сучасних умовах. По перше, компанії, такі як Amazon, використовують алгоритми ШІ для аналізу поведінки покупців та надання індивідуальних рекомендацій. Це підвищує конверсію продажів, оскільки клієнти отримують персоналізовані пропозиції товарів, які їм, ймовірно, сподобаються.

По друге, онлайн-ритейлери, як-от Zara або H&M, використовують чат-боти для швидкого реагування на запити клієнтів, обробки замовлень і надання підтримки 24/7. Це зменшує навантаження на контактні центри та підвищує рівень задоволення покупців.

По третє, багато компаній (маркетплейси, інтернет-магазини товарів щоденного та періодичного попиту, роздрібні торговельні мережі) розробляють мобільні додатки, які дозволяють споживачам легко купувати товари зі смартфонів. Мобільні платформи забезпечують безперервний доступ до інтернет-магазинів і підвищують зручність користувацького досвіду. В той же час відбувається реалізація стратегії O2O (Online to offline), при якій мобільні додатки часто виступають інструментом стимулювання відвідань офлайн-магазинів.

Діджиталізація також відкриває можливості для використання великих даних (Big Data), що дозволяє бізнесам точніше прогнозувати попит і краще розуміти потреби клієнтів. Це сприяє ефективнішому управлінню запасами та маркетинговими стратегіями. Крім того, цифрові рішення покращують логістику, зокрема завдяки автоматизованому управлінню запасами та трекінговим системам. Це забезпечує надійну та швидку доставку товарів, знижуючи витрати на логістичні операції.

Підвищення безпеки та прозорості також є важливим аспектом діджиталізації в електронній торгівлі. Використання таких технологій, як блокчейн або двофакторна аутентифікація, дозволяє захищати дані клієнтів і забезпечувати безпеку транзакцій. Це підвищує довіру споживачів до онлайн-магазинів і сприяє зростанню продажів. Впровадження інноваційних рішень, таких як доповнена реальність (AR), віртуальна реальність (VR) або голосові помічники, робить процес покупок більш інтерактивним і зручним, що покращує клієнтський досвід.

Електронна торгівля, попри свої численні переваги, має і певні недоліки, особливо в контексті впровадження діджиталізації. Одним з основних викликів є відсутність фізичного контакту з товаром. Покупці не можуть оцінити якість, розмір чи інші характеристики продукту до моменту його отримання, що створює певні ризики та невизначеність. Це особливо актуально для категорій, де візуальний або тактильний досвід має ключове значення, як у випадку з одягом чи меблями. Наслідком цього є збільшення кількості повернень, що підвищує витрати бізнесу на логістику та обслуговування.. [1, с.20-25]

Впровадження діджиталізації, хоча й приносить значні переваги, має свої мінуси. По-перше, це високі витрати на впровадження нових технологій. Малим і середнім підприємствам може бути важко адаптуватися до швидкого технологічного розвитку через обмежені бюджети. Діджиталізація також створює залежність від технологій: будь-який технічний збій може паралізувати всю діяльність компанії, що вплине на продажі і загальну репутацію. Також не всі співробітники і споживачі готові до швидких змін, які приносить діджиталізація. Відсутність технічних навичок або небажання адаптуватися до нових технологій можуть стати бар'єром для успішної цифрової трансформації. У результаті бізнеси

стикаються з необхідністю витратити додатковий час і ресурси на навчання персоналу та адаптацію клієнтів до нових рішень.

Загалом, діджиталізація стимулює розвиток електронної комерції, роблячи її більш доступною, масштабованою та ефективною. Незважаючи на виклики, її впровадження є необхідною умовою для підтримання конкурентоспроможності бізнесу в сучасних умовах. Тим не менш, правильне поєднання технологій з індивідуальним підходом дозволяє досягти балансу між ефективністю та взаємодією з клієнтами. Компанії, які вміло поєднують інновації з управлінням ризиками, можуть отримати значні переваги та зміцнити свої позиції на глобальному ринку.

Література

1. Стежко Н. В., Шевчук О. І. ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СВІТОВОЇ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В УМОВАХ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ. *Цифрова економіка та економічна безпека*. 2023. № 5 (05). С. 20–25. URL: <https://doi.org/10.32782/dees.5-3> (дата звернення: 22.10.2024).
2. Гонтар Л. ВПЛИВ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ НА СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ ЗБУТУ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ. *Актуальні питання у сучасній науці*. 2024. № 5(23). URL: [https://doi.org/10.52058/2786-6300-2024-5\(23\)-59-70](https://doi.org/10.52058/2786-6300-2024-5(23)-59-70) (дата звернення: 22.10.2024).
3. Про електронну комерцію : Закон України від 03.09.2015 № 675-VIII : станом на 1 січ. 2024 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19#Text> (дата звернення: 26.10.2024).

УДК 658:004.7

Аліна Швець
асистент кафедри логістики
Національний авіаційний університет, Україна
alina.shvets@npp.nau.edu.ua

Інна Березельська
здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти
освітньо-професійна програма «Менеджмент»
Національний авіаційний університет, Україна
6896796@stud.nau.edu.ua

ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ЯК РУШІЙНА СИЛА БІЗНЕС-РОЗВИТКУ

DIGITALIZATION AS A DRIVING FORCE OF BUSINESS DEVELOPMENT

Анотація. Діджиталізація як рушійна сила бізнес-розвитку – це дослідження, яке аналізує вплив цифрових технологій на сучасний бізнес. Робота розглядає переваги та виклики діджиталізації, її роль у підвищенні ефективності бізнес-процесів та створенні нових можливостей для зростання.

Abstract. Digitalization as a driving force for business development is a study that analyzes the impact of digital technologies on modern business. The work examines the advantages and challenges of digitalization, its role in increasing the efficiency of business processes and creating new opportunities for growth.

Ключові слова: діджиталізація, бізнес-розвиток, цифрові технології, інновації, трансформація, ефективність.

Key words: digitalization, business development, digital technologies, innovation, transformation, efficiency.

Ринок послуг постійно розвивається та зазнає змін під впливом зовнішніх факторів, все більшої популярності набувають цифрові технології, діджиталізація, сфера ІТ, інтернет речей, блокчейн, електронна комерція, хмарні рішення. Діджиталізація є надзвичайно актуальною темою саме зараз, тому що світ став більш взаємопов'язаним, а конкуренція – жорсткішою. Компанії, які не впроваджують цифрові технології, ризикують залишитися позаду. Пандемія прискорила процес цифрової трансформації багатьох галузей. Компанії, які були готові до переходу в онлайн, змогли адаптуватися до нових умов і навіть збільшити свої доходи. У багатьох країнах, в тому числі і в Україні, активно розробляються та впроваджуються нові