

Чай О.М.

здобувач вищої освіти

Таврійський державний агротехнологічний університет

імені Дмитра Моторного

Науковий керівник: к.т.н., доцент Мірошниченко М.Ю.

ЗНАЧЕННЯ ІКТ ДЛЯ РЕАЛІЗАЦІЇ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ

Анотація. Електронна комерція (e-commerce) є ключовим елементом сучасної глобальної економіки, що розвивається з надзвичайно швидкими темпами завдяки поширенню інтернету, мобільних технологій і цифрових рішень. У цій статті досліджуються основні характеристики, переваги, недоліки, виклики та перспективи електронної комерції, а також її вплив на бізнес-моделі та споживацьку поведінку.

Ключові слова: електронна комерція, цифрова економіка, інтернет-торгівля, автоматизація, персоналізація, кібербезпека.

Chai O. The Role of ICT in the Implementation of E-Commerce. E-commerce is a key element of the modern global economy, developing at an exceptionally rapid pace due to the spread of the internet, mobile technologies, and digital solutions. This article explores the main characteristics, advantages, disadvantages, challenges, and prospects of e-commerce, as well as its impact on business models and consumer behavior.

Keywords: e-commerce, digital economy, online trade, automation, personalization, cybersecurity.

Актуальність. Електронна комерція, або e-commerce, визначається як процес продажу товарів і послуг через інтернет. Вона стала невід'ємною частиною сучасного бізнесу, впливаючи на традиційні моделі продажів та споживацькі звички. Стрімкий розвиток технологій, зокрема поширення мобільних пристроїв і соціальних медіа, сприяв зростанню ринку електронної комерції. У цьому контексті важливо дослідити її унікальні особливості, які вирізняють цей сектор серед інших економічних галузей.

Глобалізація, яка відбувається завдяки електронній комерції, дозволяє підприємствам різного масштабу – від малих сімейних компаній до великих корпорацій – конкурувати на міжнародній арені. Споживачі також отримують ширший вибір товарів і послуг, що підвищує їхній рівень задоволеності, адже вони можуть знайти продукти, які краще відповідають їхнім потребам. Для ефективної роботи в такому середовищі бізнесам необхідно впроваджувати цифрові інструменти для управління логістикою, маркетингом та взаємодією з клієнтами. Автоматизація цих процесів допомагає компаніям не лише економити час та ресурси, але й швидше реагувати на зміни на ринку.

Метою статті є дослідження особливостей електронної комерції, а також виявлення її основних переваг, недоліків і викликів, з якими стикаються бізнеси в умовах цифрової економіки. У статті аналізується вплив електронної комерції на глобальну економіку, можливості для бізнесів щодо розширення ринків, оптимізації процесів і збільшення доходів.

Виклад основного матеріалу. Однією з ключових переваг електронної комерції є її здатність функціонувати у цифровому середовищі, можливість продажу продукції та послуг будь-кому користувачу, незалежно від їх місцезнаходження. Клієнт може здійснити покупку з будь-якої точки світу, якщо має доступ до веб-сайту продавця. Це дозволяє бізнесу значно розширити цільову аудиторію та працювати на глобальному ринку, без географічних обмежень [5, с. 81]. Це спрощує логістику та дає бізнесам можливість виходити на міжнародні ринки без необхідності відкриття фізичних магазинів. В e-commerce більшість процесів автоматизовані, включаючи обробку замовлень, управління інвентарем, аналітику продажів і маркетингові кампанії. Автоматизація не лише підвищує ефективність, але й зменшує витрати та кількість людських помилок.

Електронна комерція спрощує процес взаємодії між бізнесами і споживачами завдяки інструментам цифрового маркетингу, таким як соціальні медіа, електронна пошта, таргетована реклама. Завдяки детальному аналізу поведінки користувачів компанії можуть налаштовувати рекламні кампанії таким чином, щоб максимально ефективно залучати цільову аудиторію [1, с. 98].

Переваги електронної комерції станом на зараз передбачають глобальний ринок, зниження витрат, зручність для споживачів. Інтернет дозволяє бізнесам взаємодіяти з клієнтами у будь-якій точці світу. Це відкриває нові можливості для розширення бізнесу та доступу до різноманітних ринків. Глобальна присутність дає можливість компаніям працювати з широкою аудиторією та підвищувати свої доходи [2, с. 286]. Глобальна присутність дозволяє бізнесам працювати з клієнтами різних культур, мов та економічних контекстів, що відкриває нові можливості для диференціації продуктів і створення унікальних пропозицій для різних аудиторій. Таке розширення зменшує ризики, пов'язані з коливаннями попиту в одній конкретній країні чи регіоні [4, с. 76].

Завдяки доступу до глобального ринку компанії можуть не лише збільшити свої доходи, але й оптимізувати виробничі та логістичні процеси. Використовуючи різні постачальницькі мережі та працюючи з клієнтами з різних країн, вони отримують більше можливостей для масштабування та зростання свого бізнесу. У порівнянні з традиційною роздрібною торгівлею, електронна комерція значно знижує операційні витрати. Компанії не потребують витрат на утримання фізичних магазинів, персонал або комунальні послуги. Крім того, автоматизація багатьох процесів допомагає зменшити витрати на обробку замовлень і ведення обліку. Електронна комерція забезпечує клієнтам зручний спосіб здійснення покупок у будь-який час доби. Покупці можуть переглядати товари, порівнювати ціни, читати відгуки і приймати обґрунтовані рішення про покупку без необхідності фізично відвідувати магазини.

Штучний інтелект (ШІ) пропонує широкі можливості в економічній сфері, які можуть бути використані для забезпечення фінансового розвитку, у тому числі за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій. Його використання сприяє оптимізації економічних та комунікаційних процесів, підвищенню ефективності та зниженню витрат. До таких можливостей належать застосування ШІ в системах управління персоналом, впровадження роботизованих співробітників (чат ботів) для взаємодії з клієнтами, аналіз пасажирських потоків на різних видах транспорту тощо [7, с. 139]. Одним з важливих та корисних напрямків використання в електронній комерції є автоматична генерація описів товарів та послуг. Ці описи мають бути якісно написаними, щоб мотивувати відвідувачів веб-сайтів до здійснення покупок. Хоча вони ще мають певні недоліки, такі інструменти вже є надійними помічниками,

які допомагають заощаджувати ресурси в електронній комерції та підвищувати економічну ефективність бізнесу [5, с. 91].

Декілька слів слід сказати про криптовалюту, яка останнім чином стала досить розповсюдженою в тих випадках, коли потрібно забезпечити максимальну безпеку та анонімність транзакцій. На відміну від банківських систем, криптовалютні транзакції не потребують посередника, виконуються майже миттєво, при цьому комісія зазвичай мінімальна. Підтвердження транзакцій відбувається лише за умови виконання запрограмованих умов обома сторонами. Основою функціонування Bitcoin є технологія блокчейн (blockchain), що являє собою структуровану базу даних, що складається з ланцюжку блоків, де кожен блок пов'язаний із попереднім. У кожному блоці може зберігатися інформація про транзакції, дані користувачів, отримані кредити тощо. Новий блок додається в кінець ланцюжка, формуючи безперервний реєстр даних. Цей зростаючий список записів пов'язується між собою за допомогою криптографічних методів, що забезпечує безпеку та цілісність даних. Варто зазначити, що завдяки криптографічному алгоритму, який використовується в блокчейні, записи залишаються анонімними та захищеними, що запобігає витоку особистої інформації до сторонніх осіб [3, с. 99].

Недоліки електронної комерції зводяться до безпеки та конфіденційності, логістичних проблем, відсутності фізичної взаємодії з товаром. Незважаючи на постійне вдосконалення технологій захисту даних, питання безпеки залишається ключовою проблемою для електронної комерції. Хакерські атаки, витік персональних даних, фінансові шахрайства – це реальні загрози для компаній і споживачів. Хоча електронна комерція дозволяє продаж товарів по всьому світу, логістичні питання, такі як доставка, можуть стати викликом. Від затримок у доставці до проблем з митницею – ці фактори можуть негативно вплинути на споживацьке враження [6, с. 229]. Одним із основних недоліків електронної комерції для споживачів є неможливість оглянути товар перед покупкою. Це створює певний ризик для покупців, особливо коли йдеться про товари, які потребують візуальної оцінки або примірки (одяг, техніка тощо).

Висновки. Електронна комерція є важливим сектором сучасної економіки, що динамічно розвивається. Її основні переваги, такі як

глобальний доступ, автоматизація та персоналізація, роблять її привабливою як для бізнесу, так і для споживачів. З розвитком технологій, таких як штучний інтелект, доповнена реальність і блокчейн, електронна комерція отримує нові можливості для покращення користувацького досвіду. Проте виклики, пов'язані з безпекою, логістикою та споживацькими очікуваннями, потребують постійної уваги та інновацій. У найближчі роки електронна комерція продовжить трансформувати бізнес-процеси і стане ще більш інтегрованою у глобальну економіку.

Література

1. Волощук К. Б. Електронна комерція в Україні та основні інноваційні тренди її розвитку. *Podilian Bulletin: Agriculture, Engineering, Economics*. № 31. 2019. С. 98–109.
2. Івашко Л. М. Роль інформаційно-комунікаційних технологій при навчанні та реалізації основних положень дисципліни Електронна комерція. *Наукові праці Донецького національного технічного університету*. Сер.: Економічна. № 4. 2014. С. 286–293.
3. Кучерков А. О. Напрямки використання криптовалюти. *Українські студії в європейському контексті*. 2023. №6. С. 97–101.
4. Паламарчук Д. М., Тимошенко А. С. Електронна комерція як інструмент забезпечення сталого розвитку: досвід ЄС. *Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету*. Серія: Економічні науки. № 49. 2018. С. 76–83.
5. Сербін В. І. Штучний інтелект як інструмент створення динамічних описів товарів в електронній комерції. *Маркетинг і цифрові технології*. 2023. Т. 7, № 4. С. 79–94.
6. Сотник І. М., Волк О. М., Чорток Ю. В. Підвищення еколого-економічної ефективності впровадження інформаційно-комунікаційних технологій як інноваційного напрямку ресурсозбереження. *Актуальні проблеми економіки*. № 9. 2013. С. 229–235.
7. Шаров С. В. Сучасний стан розвитку штучного інтелекту та напрямки його використання. *Українські студії в європейському контексті*. 2023. № 6. С. 136–144.