

**PRIORITY VECTORS OF RETAIL E-COMMERCE DEVELOPMENT UNDER
THE INFLUENCE OF GLOBAL DIGITALIZATION PROCESSES**

Vasyl Bilych¹, Yevhenii Shandlorenko², Oleg Bilenkyi³, Vitalii Skichko⁴

¹ PhD student, Kyiv International University, Kyiv, Ukraine

Email: vasya.bilich@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-2365-7194>

² PhD student, Kyiv International University, Kyiv, Ukraine

Email: shandlorenko@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-8819-9877>

³ PhD student, Classic Private University, Zaporizhzhia, Ukraine

Email: o.belenkiy87@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0009-0008-6405-1145>

⁴ PhD student, Classic Private University, Zaporizhzhia, Ukraine

Email: vitaliy.skichko@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0009-0004-7252-8231>

ABSTRACT. The article assesses the development of retail e-commerce under the influence of global digitalization processes. The authors prove that current trends in the global economy reflect key aspects of the development of the digital economy and, accordingly, retail e-commerce. Under their influence, significant changes are taking place in the living conditions of society, market conditions and in the scientific sphere, and there is an increasing demand for highly qualified workers. The paper emphasizes that under the influence of profound and extensive changes brought about by digital technologies, conceptual models of business development and social communication are transforming, and the role of the state in the new digitalized environment is being reconsidered. These transformations require participants to be highly adaptable, develop new skills and competencies, and be ready to take advantage of digital transformation. The paper emphasizes that there are potential risks of negative impact of digital transformation, which are manifested primarily in the need to adapt to new conditions, such as the inevitability of displacement of outdated professions by new technologies or artificial intelligence systems, the disappearance of traditional markets, as well as the threats of personal data leakage and the need to protect copyrights and other aspects. The authors prove that e-commerce encompasses more than just online advertising or launching a virtual retail store. Successful enterprises in this area are based on reliable technologies of interaction with consumers, which arise from the experience gained in the early stages, sound business schemes and a carefully developed infrastructure for servicing business processes. The main advantage of using digital technologies in the field of online retail is the ability to predict demand and thoroughly study consumer needs.

Keywords: online retail, e-commerce, online trading, e-commerce, digital economy, strategic priorities, digital business environment.

**ПРІОРИТЕТНІ ВЕКТОРИ РОЗВИТКУ РОЗДРІБНОЇ ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ
ПІД ВПЛИВОМ ГЛОБАЛЬНИХ ПРОЦЕСІВ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ**

Василь Білич¹, Євгеній Шандлоренко², Олег Біленький³, Віталій Скічко⁴

¹ Аспірант, Київський міжнародний університет, Київ, Україна

Email: vasya.bilich@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-2365-7194>

² Аспірант, Київський міжнародний університет, Київ, Україна

Email: shandlorenko@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-8819-9877>

³ Аспірант, Класичний приватний університет, Запоріжжя, Україна

Email: o.belenkiy87@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0009-0008-6405-1145>

⁴ Аспірант, Класичний приватний університет, Запоріжжя, Україна

Email: vitaliy.skichko@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0009-0004-7252-8231>

РЕЗЮМЕ. У статті проведено оцінку розвитку роздрібною електронною торгівлі під впливом глобальних процесів діджиталізації. Авторами доведено, що сучасні тенденції у світовій економіці відображають ключові аспекти розвитку цифрової економіки та відповідно роздрібною електронною торгівлі. Під їхнім впливом відбуваються значущі зміни в умовах життя суспільства, ринкової кон'юнктури та у науковій сфері, спостерігається зростання попиту на висококваліфікованих працівників. У роботі підкреслено, що під впливом глибоких і великих змін, які вносять цифрові технології, концептуальні моделі розвитку бізнесу та соціальної комунікації трансформуються, і відбувається перегляд ролі держави у новому діджиталізованому середовищі. Ці перетворення вимагають від учасників високої адаптивності, розвитку нових навичок і компетенцій, а також готовності використовувати переваги цифрової трансформації. У роботі зроблено акцент на тому, що існують потенційні ризики негативного впливу цифрової трансформації, які виявляються, перш за все, у необхідності адаптації до нових умов, таких як невідворотність витіснення застарілих професій новими технологіями або системами штучного інтелекту, зникнення традиційних ринків, а також наявність загроз витоку особистих даних та необхідності захисту авторських прав та інших аспектів. Авторами доведено, що інтернет-торгівля охоплює більше, ніж лише інтернет-рекламу чи запуск віртуального роздрібного магазину. Успішні підприємства в цій сфері базуються на надійних технологіях взаємодії зі споживачами, які виникають з досвіду, накопиченого на ранніх етапах, виважених бізнес-схемах та ретельно розробленій інфраструктурі обслуговування бізнес-процесів. Основною перевагою використання цифрових технологій у сфері роздрібною інтернет-торгівлі є можливість передбачення попиту та ретельне вивчення потреб споживачів.

Ключові слова: роздрібна інтернет-торгівля, електронна торгівля, онлайн-торгівля, електронна комерція, цифрова економіка, стратегічні пріоритети, цифрове бізнес середовище.

Постановка проблеми. У сучасних умовах національна економіка переживає новий етап свого розвитку, оскільки зазнає переорієнтації на інформаційно-комунікаційну сферу господарювання. Ця трансформація визначається впливом науково-технічного прогресу, стрімким розвитком інформаційних технологій, умовами глобалізації та інтернаціоналізації міжнародної торгівлі, а також впровадженням інновацій у бізнес-середовище. Інтернет, безпосередньо, вніс суттєві зміни у стратегії ведення бізнесу, акцентуючи увагу на інформаційних ресурсах, які стали необхідною складовою успішної комерційної діяльності різних галузей підприємств.

Однак, разом із позитивними аспектами розвитку електронної комерції, виявляються й негативні фактори, що вносять зміни в форми, види та сфери діяльності бізнесу. Деякі галузі стають особливо вразливими і потребують пріоритетних інвестицій. Також збільшується значення навчання та регулювання з боку держави. З урахуванням економічних втрат у карантинний період виникає необхідність у розробці стратегії ефективного виходу з економічної кризи, залученні населення у галузі, спрямованій на відновлення національної економіки, та активізації навчання в цих напрямках.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання впливу Інтернету на інноваційний розвиток бізнес-процесів є актуальним на даний момент і залишається відкритим. Професор Гарвардського університету М. Портер розглядає Інтернет як доповнення до традиційних інструментів конкурентної боротьби, визначаючи його як "технологію, що відкриває нові можливості і є потужним інструментарієм" [2]. Згідно з Біллом Гейтсом, Інтернет єдиний простір для обміну інформацією, співробітництва і торгівлі [1].

Великий внесок в вивчення особливостей розвитку інтернет-торгівлі та порівняння її з традиційною торгівлею внесли вчені вітчизняного наукового середовища, зокрема О. Гірна, Н. Гринів, А. Кантарович, В. Ковтунець, О. Собенко, В. Царьов, Н. Чухрай та інші.

Зарубіжні науковці, такі як Л. Бун, В. Маккіббін, М. Малішевська, А. Матту, Д. Менсбругге, Н. Фернандес, Р. Фернандо та інші, також внесли значний вклад у вивчення особливостей та тенденцій розвитку інтернет-торгівлі в сучасному економічному середовищі.

Автори внесли значний внесок у формування теоретичних та практичних аспектів впливу цифровізації на розвиток економіки, зокрема, електронної комерції. Важливо відзначити стрімкі зміни в цій сфері, які потребують детального дослідження та узагальнення стану ринку, аналізу особливостей впливу різних факторів на тенденції та вибір стратегії розвитку електронної комерції в умовах сучасного світового та національного розвитку.

Незважаючи на значний внесок вчених, виникає необхідність подальшого дослідження пріоритетних напрямків розвитку роздрібної інтернет-торгівлі в умовах швидкої діджиталізації світової економіки.

Формулювання цілей статті. Мета полягає в теоретичному та методичному обґрунтуванні досліджень стратегічних пріоритетів розвитку роздрібної інтернет-торгівлі в умовах переходу до цифрової економіки.

Виклад основного матеріалу дослідження. Розвиток сфери інтернет-торгівлі насправді демонструє вражаючий темп, залучаючи все більше зацікавлених осіб. Грошові потоки та обсяги товарів постійно зростають, при цьому з'являються нові компанії та проекти, що підвищує конкурентоспроможність цього сегменту завдяки успіхам деяких його гігантів. Зацікавленість участю в інтернет-торгівлі також помітно збільшується. Ринок електронної комерції вже став багатомільярдним і виходить за межі контролю.

Розвиток електронної взаємодії є суттєвою частиною стратегії країни в умовах сучасної глобалізації та інтеграції. Сучасні економічні процеси і системи піддані впливу двох ключових тенденцій: діджиталізації та глобалізації.

Діджиталізація набуває все більшого значення для всіх сфер економіки, зокрема електронна торгівля демонструє високі темпи росту в останні роки. У контексті діджиталізації в економіці підвищується технологічний компонент сегменту торгівлі: впроваджуються нові інструменти, що використовують штучний інтелект, аналіз великих даних та автоматизацію бізнес-процесів, розвиваються платформні рішення. Одночасно процеси інтеграції та глобалізації економіки сприяють появі нових форм продажів та каналів розподілу товарів на світовому ринку, а роздрібна електронна торгівля виявляється однією з таких форм торгівлі.

Однією з основних переваг електронної торгівлі є широкі можливості для покупців вивчати, вибирати та придбавати товари у будь-який час, незалежно від їхнього місця знаходження. Крім того, інтернет-торгівля має інші важливі переваги, зокрема:

- можливість отримання клієнтами актуальної та достовірної інформації про товар безпосередньо від виробника та можливість порівняння цього товару з продукцією конкуруючих підприємств;

- швидкість інформування клієнтів про нові продукти від підприємства;

- зменшення витрат виробників на тестування нових товарів;

- розширення доступу до нових ринків збуту;

- глибше вивчення індивідуальних потреб кожного клієнта для створення довгострокових та взаємовигідних відносин;

- можливість сплатити рахунок за покупку за допомогою будь-якої системи електронних платежів.

На поточному етапі формування нового бізнес-середовища вже спостерігається значне перевершення можливостей електронних систем над людиною, особливо в сфері швидкості передачі та обробки інформації, і вони стають самостійним фактором у ринкових процесах. Замість конкуренції з технологіями, головною задачею людини стає розумне їх використання там, де вони діють ефективніше, швидше і точніше, ніж людина [1].

Наочною ілюстрацією цього є високий рівень капіталізації компаній, які надають послуги та створюють бізнес-платформи, порівняно з компаніями, які постачають їм технічне обладнання, навіть якщо останнє є високотехнологічним. Це свідчить про зростання цінності самого бізнес-середовища і його впливу на ринкові процеси. Очевидно, що цінність все частіше визначається не матеріальними благами, а субстанціями, які не підлягають матеріальному опису, такими як людські відносини, репутація, довіра та компетентність причетних осіб. Ця тенденція до дематеріалізації багатства відображається в соціальних зрушеннях на ринку праці та поза його межами. Цифрова економіка сьогодні стає віртуальним середовищем, що доповнює реальність, а Інтернет стає невід'ємною частиною життя для більшості населення. Хоча досягнення діджиталізації вивільнюють значні ресурси, оптимізують бізнес-процеси та державне управління, підвищують прозорість та керованість, використання цих технологій може призвести до серйозних загроз і ризиків. Перед їх впровадженням слід уважно оцінити ймовірність виникнення та можливі наслідки, проектуючи будь-яку цифрову систему [4].

В сучасних умовах розвитку інтернет-торгівлі можна виділити численні переваги, які її розвиток приніс у різні сфери. Однією з першочергових переваг є широкі можливості для покупців вивчати, обирати та придбавати товари у будь-який час доби, незалежно від їх географічного розташування. Окрім цього, інтернет-торгівля надає такі переваги:

- Забезпечення клієнтів новою та достовірною інформацією про товари безпосередньо від виробників, а також можливість порівняння товару з аналогічними від конкурентів.

- Зниження часу, необхідного виробникам для інформування клієнтів про нові продукти, тестування нового товару та зменшення фінансових витрат на цей процес.

- Розширення доступу до нових ринків збуту та глибше вивчення індивідуальних потреб кожного клієнта, що сприяє створенню довгострокових та взаємовигідних відносин.

- Здійснення покупцями оплати рахунків через будь-які системи електронних платежів.

З іншого боку, разом із позитивними аспектами розвитку інтернет-торгівлі, виникають і загрози та ризики. Наприклад, цифрова трансформація може призвести до втрати робочих місць у традиційних секторах економіки, а зростання обсягів електронної комерції може посилити проблеми з кібербезпекою та захистом особистих даних. Також важливо враховувати соціальні та етичні аспекти розвитку інтернет-торгівлі, зокрема, вплив на малий бізнес, конкурентність та споживчі практики. У цьому контексті важливо вдосконалювати законодавство та стандарти, які регулюють інтернет-торгівлю, з метою забезпечення чесності та безпеки для всіх сторін учасниць цього процесу. Також необхідно розвивати системи кіберзахисту та забезпечення конфіденційності даних, щоб мінімізувати ризики кібератак та недобросовісного використання особистої інформації.

Таким чином, розвиток інтернет-торгівлі створює безліч можливостей, проте вимагає уважного вирішення виникаючих викликів та прагнення до балансу між технологічними досягненнями та соціальною відповідальністю.

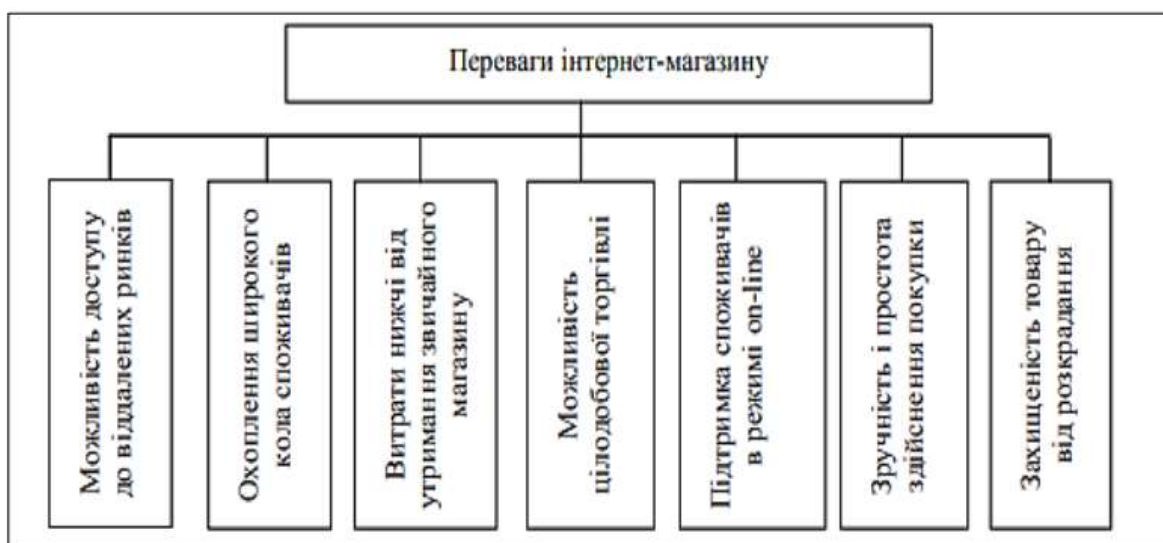


Рис. 1. Переваги реалізації продукції через інтернет-магазин
Джерело: [14].

Цифрова трансформація економіки представляє собою важливий аспект економічного прогресу багатьох країн і може слугувати інституційною основою для сталого зростання виробництва та підвищення рівня життя в майбутньому. Процес цифровізації охоплює практично всі галузі економіки, і хоча він виявляється найбільше в сферах фінансових послуг та торгівлі, виробнича сфера також відчуває позитивний вплив, зокрема за рахунок зменшення витрат та підвищення продуктивності. Цей процес широко поширений у всіх регіонах світу, і Україна не є винятком, відстаючи від передових країн лише у незначній мірі в ряді напрямків цифровізації.

Розвиток інформаційних технологій та глибоке проникнення Інтернету у всі сфери економічного життя призводять до переосмислення ринків товарів та послуг, впливаючи на споживачів і бізнес. Змінюються підходи до маркетингу, де ключову роль відіграє взаємодія зі споживачами та побудова взаємовигідних стосунків з ними. Для успішної маркетингової стратегії важливо активно залучати споживачів до взаємодії з брендами, особливо в онлайн-середовищі, для максимального залучення їх до процесу створення цінності. Врахування різниці між онлайн та офлайн середовищами вимагає розробки різних інструментів впливу на споживачів. Особливу увагу слід приділити електронній комерції, яка розвивається у двох напрямках: веб-сайти та інтернет-магазини (рис. 2).

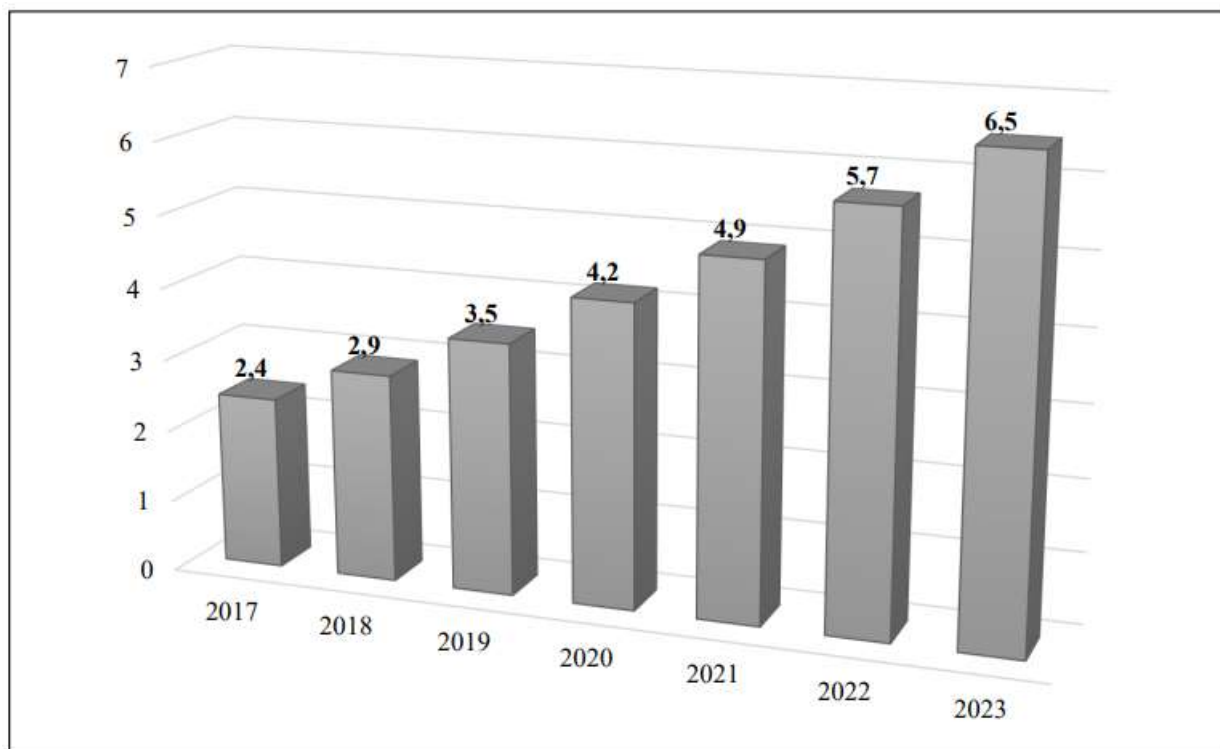


Рис. 2. Динаміка обсягів доходів від інтернет-торгівлі у світі за період 2017-2023 рр.
(трлн. дол. США).

Джерело: складено за даними компанії GTM Plus

Світовий ринок електронної комерції продемонстрував значне зростання, досягаючи обсягу у 4,9 трлн. доларів США у 2021 році.

У 2022 році світова виручка від онлайн-торгівлі досягла 5,7 трлн. дол. США, а до 2023 року зросла до 6,5 трлн. дол. США.

Це збільшення обсягів світового ринку електронної комерції свідчить про швидкий розвиток цього сегменту та його значущий внесок у глобальну економіку. Однією з ключових переваг цифрової економіки є необмежений доступ споживачів до товарів та послуг у будь-який час та незалежно від їхнього місця перебування. Це робить інтернет-торгівлю привабливою та зручною для сучасного споживача.

Значна роль в цьому процесі належить інформаційним технологіям, які не тільки полегшують доступ до товарів, але й забезпечують споживачів новою та достовірною інформацією. Вірогідно, що у майбутньому цифрові технології будуть ще ширше впроваджені в бізнес-процеси, покращуючи якість обслуговування та розширюючи можливості споживачів.

Зокрема, деякі тенденції розвитку електронної комерції включають в себе розвиток інноваційних технологій, таких як розпізнавання обличчя, використання штучного інтелекту для персоналізації послуг та підвищення безпеки операцій. Такі напрямки дозволяють створити більш ефективне та безпечне інтернет-торговельне середовище.

У світлі цих змін, питання кібербезпеки та захисту персональних даних набувають особливого значення. Розвиток електронної комерції повинен супроводжуватися вдосконаленням заходів безпеки для запобігання можливим загрозам та забезпечення довіри споживачів.

Україна, яка активно приймає участь у цьому процесі, має можливість вдосконалити свої технологічні рішення та підвищити конкурентоспроможність свого електронного бізнесу в глобальному масштабі. З цим пов'язані і виклики, такі як підготовка кваліфікованих кадрів, створення сприятливого законодавчого середовища та вирішення питань кібербезпеки.

Загалом, розвиток електронної комерції є не лише свідченням великого успіху цифрової трансформації, але й важливим чинником для подальшого росту економіки та задоволення потреб сучасного суспільства.

У період з 2019 по 2021 роки ключовими учасниками на ринку електронної комерції, крім Китаю та США, були інші країни, такі як Японія, Великобританія, Німеччина, Республіка Корея, Франція, Індія, Росія та Канада. Варто відзначити, що лідерами у цьому сегменті є Китай та США, які разом складають 40% ринку [7].

Отже, розвиток інтернет-торгівлі взаємодіє з процесом цифровізації та піддатний впливу різноманітних чинників, які можуть сприяти збільшенню обсягів продажів. Це, в свою чергу, може вплинути на задоволення попиту споживачів та, загалом, мати важливі наслідки для соціально-економічного розвитку країн. Очікуваними наслідками розширення інтернет-торгівлі може бути зростання експорту товарів та послуг на міжнародні ринки, підвищення цифрових активів та інші позитивні впливи [5,6].

Аналіз глобальної електронної торгівлі виявив основні тенденції її розвитку на світовому рівні, включаючи:

1. Вплив пандемії COVID-19, що став визначальним фактором у розвитку електронної торгівлі у 2020 році. За час карантинних обмежень, які були введені в більшості країн, зросла популярність інтернет-магазинів, оскільки люди все частіше зверталися до онлайн-покупок. Зручність електронного ритейлу розширила коло прихильників цієї форми шопінгу. За даними MarketWatch, рівень проникнення електронної торгівлі, який наразі становить 15%, очікується зросте до 25% до 2025 року [4].

2. Використання технологій доповненої реальності для максимальної візуалізації товарів та поліпшення віртуального досвіду покупки. Ці технології дозволять споживачам детально оглядати товари під час онлайн-замовлень, що надає можливість вивчати їх на рівні, аналогічному офлайн-магазинам.

3. Використання візуальної комерції для подолання відсутності фізичної взаємодії з продуктом в електронних магазинах. Інтернет-ритейлери активно використовують інтерактивний контент, відгуки користувачів та технології доповненої реальності для підняття рівня маркетингової ефективності. За очікуваннями експертів MarketWatch, цей тренд буде тривати, а попит на технології розпізнавання зображень зросте до 81,89 млн. доларів США до 2026 року.

4. Використання технологій штучного інтелекту електронними магазинами для підвищення якості обслуговування клієнтів та персоналізації. Автоматичні маркетингові платформи дозволяють обробляти великі обсяги даних, оптимізувати асортимент товарів, коригувати ціни, прогнозувати попит та покращувати комунікативну частину за допомогою чат-ботів.

5. Звернення уваги до екологічних аспектів у електронному бізнесі. У зв'язку із зростаючими негативними тенденціями в соціально-економічному розвитку, споживачі все більше орієнтуються на екологічно чисті продукти та матеріали. Електронні ритейлери впроваджують екологічні термінали та екокарти, а також використовують фільтри для

полегшення пошуку екологічно безпечних товарів. Це сприятиме гармонізації складових сталого розвитку (екологічної, економічної і соціальної) суспільства.

6. Злиття роботи веб-сайтів і мобільних додатків. З метою подолання цього завдання була розроблена технологія Progressive Web App, яка об'єднала переваги звичайних веб-сайтів і мобільних додатків, а також уникнула їхніх характерних обмежень. До переваг Progressive Web App слід віднести той факт, що їхня продуктивність не залежить від браузера, типу пристрою чи якості з'єднання.

7. Використання технології синдикації контенту для одночасного розповсюдження однакової інформації на кількох веб-сайтах. Синдикація контенту дозволяє виробникам і посередникам об'єднувати та доповнювати інформацію, підвищуючи рівень пошукової оптимізації та конверсії. Це також дозволяє залучити більше потенційних споживачів і підвищити рейтинг сайту з можливою монетизацією трафіку. Однак важливо забезпечити відповідність формату контенту технічним характеристикам платформи, на яку передається інформація.

8. Використання технології маркування продукції QR-кодом для підтримки продажів товарів в Інтернеті після їхнього огляду в офлайн-магазині. Зчитаний QR-код автоматично перенаправляє покупця на відповідну сторінку сайту виробника або продавця, обійшовши конкурентів з вищим рейтингом в Інтернеті.

9. Використання моделі дропшипінгу для організації роботи електронного магазину. Дропшипінг включає посередництво між покупцем і виробником або оптовиком, дозволяючи електронному продавцеві опрацьовувати замовлення та відправляти їх виконання, при цьому товар доставляється безпосередньо від виробника або оптовика. Ця модель дозволяє мінімізувати ризики, витрати і швидко масштабувати бізнес, особливо для початківців з обмеженим капіталом.

10. Впровадження стратегії "шукай онлайн, купи оффлайн" (ROPO). Ця модель передбачає попереднє дослідження товарів в Інтернеті з подальшою покупкою в офлайн-магазині, що дозволяє клієнтам взаємодіяти з товаром фізично перед покупкою та зменшити кількість повернень товарів в онлайн-магазини.

11. Інтеграція соціальних мереж у сферу електронної комерції. Під час періоду карантинних обмежень, багато малих підприємств звернулися до соціальних мереж як до ефективної торговельної платформи. Технологія "Social Commerce" дозволяє онлайн-продавцям керувати покупками через соціальні мережі та месенджери, такі як Facebook, Instagram, Telegram, WhatsApp, Twitter та інші. Це також підтримується ініціативами

Instagram та Facebook для підтримки бізнесу, спрямованими на поширення інформації про підприємців у соціальних мережах.

Багато дослідників вважають, що нова парадигма розвитку економічних систем в умовах цифровізації виникла ще до кризового періоду. Масове впровадження інформаційно-комунікаційних технологій, яке розпочалося до початку пандемії, призвело до позитивних змін у економічній діяльності, як в соціально-економічних системах, так і в окремих особах [5, 6].

Так, досліджуючи наукове розуміння економічної парадигми, принципи її трансформації та умови переходу зі стану традиційної до модерної в процесі динамічних змін умов функціонування та чинників формування бізнес-простору, адаптації до нових умов і тенденцій розвитку соціально-економічних процесів, спричинених кризовими явищами на рівні національних систем господарств, регіонів і підприємств, деякі з науковців наголошують на актуалізації побудови «адекватного механізму антикризового управління і його ефективного застосування в періоди виникнення фінансово-економічних криз, дія якого спрямовується на подолання негативного впливу на економічну активність основного елемента, який забезпечує функціонування ринкової економіки та її сталий розвиток, - підприємницького сектору» [11, с. 26]. При цьому, на їх думку, кризові явища мають розглядатися як «динамічний процес, що характеризується періодами інтенсивної економічної нестабільності та невизначеності функціонування підприємницького сектору, під час яких ключові економічні показники значно відхиляються від норми або очікуваного рівня результативності господарської діяльності підприємств, ініціюючи тим самим еволюцію і прогрес в економіці, що стимулює учасників ринкових відносин до адаптації та пошуку нових стратегій для виходу на інноваційні шляхи розвитку в сучасній екосистемі» [12, с. 113].

Очевидно, що функціонування економічних систем повинно відповідати викликам нових умов сучасного економічного розвитку, що включають пріоритетні умови для інтелектуальних, технологічних, інституційних та організаційних компонентів системи [7].

Отже, трансформація соціально-економічних систем та технологічні зміни, які розширюють взаємозв'язки, ставлять під сумнів традиційні стратегічні підходи. З урахуванням багаторічного досвіду створення зовсім нових галузей економіки, пов'язаних з наукою, технологіями та інноваціями, виникло стале розуміння цифрової економіки як діяльності з створення, розповсюдження та використання цифрових технологій та пов'язаних із ними товарів та послуг, які проникають практично у всі галузі економічної діяльності [3].

Для держави, суспільства і науки стоїть важливе завдання розробки системи ключових визначень, статистичних класифікацій та групувань, включаючи класифікації цифрових технологій та пов'язаних з ними продуктів і послуг. Також потрібно визначити методологічні підходи до оцінки цифрової трансформації галузей економіки та соціальної сфери, а також внесок цифрової економіки у економічне зростання. Ефективність цього завдання залежить від узгодженості дій та консолідації зусиль державного апарату, наукового і бізнес-співтовариства.

На сьогодні ринкова ситуація в значній мірі стабілізувалася, але все ще далека від стабільності. Існує об'єктивна потреба в розробці адаптивних заходів для нової економічної реальності в умовах прискорення розвитку всеосяжної цифровізації [8].

Це завдання вимагає не лише визначення та класифікації цифрових технологій, але й розробки ефективних методів оцінки впливу цифрової трансформації на економіку та соціальні сфери. Важливо враховувати динамічний характер цього процесу та забезпечити актуальність визначень та класифікацій у контексті швидко мінливого цифрового середовища.

Успішність цього завдання також залежить від ефективної координації дій між державним сектором, науковими установами та підприємствами. Комунікація та обмін інформацією між цими суб'єктами гратиме ключову роль у формуванні структурних рішень та стратегій, які сприятимуть розвитку цифрової економіки.

Сучасна ситуація на ринку свідчить про необхідність оперативного реагування на зміни у викликах і можливостях, які принесла цифрова трансформація. Адаптивні заходи повинні бути спрямовані на підтримку інновацій, підвищення конкурентоспроможності та підготовку кадрів для цифрового суспільства.

Однак важливо не лише реагувати на зміни, але й активно сприяти їх формуванню, створюючи стійкі, гнучкі та інклюзивні умови для розвитку цифрової економіки, яка враховує інтереси всіх суб'єктів, включаючи державу, бізнес та суспільство в цілому.

ВИСНОВКИ. Отже, сучасні глобальні економічні тенденції вказують на ключові аспекти розвитку цифрової економіки та електронної торгівлі, які спричиняють значні трансформації в соціальному житті, ринковій кон'юнктурі та науковій сфері. Цей вплив призводить до збільшення попиту на висококваліфікованих працівників. Завдяки глибокому та масштабному впливу цифрових технологій змінюються концепції розвитку бізнесу та соціальної комунікації, і змінюється роль держави в новому цифровому середовищі. Ці

трансформації вимагають від учасників високого рівня адаптивності та розвитку нових навичок та компетенцій, а також готовності використовувати переваги цифровизації.

Одночасно з цим існують ризики негативного впливу процесів цифровизації, що виявляються, перш за все, в необхідності пристосування до нових реалій: невідворотного витіснення застарілих професій новими технологіями чи системами штучного інтелекту, зникнення традиційних ринків, а також існування загрози витоку особистих даних та порушення авторських прав. У цьому контексті виникає особлива необхідність у вирішенні завдань державного та правового регулювання цифрової економіки та електронної торгівлі [9,10].

Враховуючи високий темп розвитку цифрової економіки та електронної торгівлі, необхідно активно реагувати на зазначені виклики і виявляти гнучкість та інноваційний підхід. Особливу увагу слід звертати на розвиток навичок, які відповідають новим вимогам цифрової епохи, таких як компетенції в сфері інформаційних технологій, аналітики даних, кібербезпеки та інших аспектів цифрової трансформації [13].

Однак, на додаток до переваг, існують серйозні ризики, такі як можливе використання цифрових технологій для негативних цілей, включаючи порушення приватності, кіберзлочинність та інші аспекти цифрової безпеки. Таким чином, у контексті цифрової трансформації важливо розробляти та впроваджувати ефективні механізми захисту інформації та забезпечення прав та свобод громадян.

Державне та правове регулювання в цьому контексті має вирішувати завдання створення сприятливого середовища для цифрового розвитку, забезпечення конкурентоспроможності бізнесу, захисту прав споживачів та забезпечення відповідального використання цифрових технологій.

Таким чином, в умовах швидкого розвитку цифрової економіки та електронної торгівлі, важливо забезпечувати баланс між інноваціями, ефективністю та забезпеченням прав та інтересів всіх учасників цього процесу.

Список використаних джерел

1. Побоченко, Л. & Сабатін, О. (2017). Розвиток e-commerce на прикладі інтернет-крамниці Amazon. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки»*, 2 (24), 38-46.
2. Сидоренко, К. (2019). Електронна логістика: роль та перспективи розвитку в Україні. *Сучасні проблеми глобалізаційних процесів у світовій економіці: XII міжнар. наук.-практ. конф.*, 11 листопада 2019 р.: тези доп. К., 182-184.

3. Сак, Т. & Ховхалюк, Д. (2020). Електронна торгівля в Україні: стан, тенденції, перспективи розвитку. *Маркетинг і цифрові технології*, 4 (3), 73-85.
4. Скрипник, Н. (2018). Особливості розвитку інтернет-торгівлі у світовому просторі. *Східна Європа: Економіка, бізнес та управління*, 6 (17), 310-316.
5. Семенов, А. (2020). Аналіз світових рейтингів оцінки формування та розвитку цифрової економіки та місце України в них. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія Економіка і менеджмент*, (43), 38-43.
6. Cater-Steel, A. & Grist, S. (2005). The Definition Dilemma of E-Commerce. DOI 10.4018/978-1-59140-575-7.CH027
7. Coppola D. Statistics and facts about global e-commerce – 2021. Available at: <https://www.statista.com/topics/871/online-shopping/#dossierchapter1>
8. Zaitsev, Y & Ponomariov, O. Krasnorutskiy O.O., Slobodanyk A.M., Guley A.I. (2020). Analysis of the Modern Monitoring Implementation Methods as the Main Stage of Digitalization of the Agrarian Enterprises. *International Journal of Advanced Science and Technology*, 29(6s), 1014-1021. Available at: <http://sersc.org/journals/index.php/IJAST/article/view/9098>
9. Слободяник А.М., Плотник П.А., Зазимко С.А. Проблема впровадження сучасного управління агрохолдингом в умовах діджиталізації. *Ефективна економіка*. 2020. № 4. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7808>
10. Могилевська, О., Слободяник, А., & Сідак, І. (2023). ВПЛИВ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ НА УКРАЇНСЬКУ І МІЖНАРОДНУ ЕКОНОМІКУ. *Київський економічний науковий журнал*, (1), 45-52. DOI: 10.32782/2786-765X/2023-1-6
11. Намлієв, Є., & Каціцка, Г. (2023). ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО СЕКТОРУ В УМОВАХ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ ТА ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ. *Київський економічний науковий журнал*, (2), 26-33. DOI: 10.32782/2786-765X/2023-2-4
12. Каціцка, Г., & Намлієв, Є. (2023). КРИЗОВІ ЯВИЩА ЯК ОСНОВА ВИНИКНЕННЯ ДЕСТАБІЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В ЕКОНОМІЦІ: АКТУАЛЬНІСТЬ ТЕОРІЙ ТА РОЗВИТОК КРИЗИСОЛОГІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ. *Київський економічний науковий журнал*, (1), 103-116. DOI: 10.32782/2786-765X/2023-1-13
13. Слободяник А.М., Могилевська О.Ю., Романова Л.В., Салькова І.Ю. (2022). Digital-маркетинг: теорія і практика: навчальний посібник. К.: КиМУ. 228 с.

14. Ілляшенко, С. & Іванова? Т. (2014). Перспективи та основні проблеми розвитку інтернет-торгівлі в Україні. Механізм регулювання економіки, (3), 72-81. Available at: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/45250>

References

1. Pobochenko, L. & Sabatin, O. (2017). Rozvitok e-commerce na prikladi internet-kramnici Amazon. *Naukovij visnik Hersonsjkiego derzhavnogo universitetu. Serija «Ekonomichni nauki»*. 2(24). 38-46.
2. Sidorenko, K. (2019). Elektronna logistika: rolj ta perspektivi rozvitku v Ukraïni. *Suchasni problemi globalizacijnih procesiv u svitovij ekonomici: III mizhnar. nauk.-prakt. konf.*, 11 listopada 2019 r.: tezi dop. K., 182-184.
3. Sak, T. & Hovhaljuk, D. (2020). Elektronna torgivlja v Ukraïni: stan, tendencii, perspektivi rozvitku. *Marketing i cifrovi tehnologii*, 4(3), 73-85.
4. Skripnik, N. (2018). Osoblivosti rozvitku internet-torgivli u svitovomu prostori. *Sxidna Evropa: Ekonomika, biznes ta upravlinnja*, 6 (17), 310-316.
5. Semenog, A. (2020). Analiz svitovih rejtingiv ocinki formuvannja ta rozvitku cifrovoi ekonomiki ta misce Ukraïni v nih. *Naukovij visnik Mizhnarodnogo gumanitarnogo universitetu. Serija Ekonomika i menedzhment*, (43), 38-43.
6. Cater-Steel, A. & Grist, S. (2005). The Definition Dilemma of E-Commerce. DOI 10.4018/978-1-59140-575-7.CH027
7. Coppola D. Statistics and facts about global e-commerce - 2021. URL: <https://www.statista.com/topics/871/online-shopping/#dossierchapter1>.
8. Zaitsev Y.O., Ponomariov O.S., Krasnorutskiy O.O., Slobodianyuk A.M., Guley A.I. (2020). Analysis of the Modern Monitoring Implementation Methods as the Main Stage of Digitalization of the Agrarian Enterprises. *International Journal of Advanced Science and Technology*, 29(6s). P. 1014 - 1021. URL: <http://sersc.org/journals/index.php/IJAST/article/view/9098>.
9. Slobodjanik A.M., Plotnik P.A., Zazimko S.A. Problema vprovadzhennja suchasnogo upravlinnja agroholdingom v umovah didzhitalizacii. *Efektivna ekonomika*. 2020. № 4. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7808>
10. Mohylevska O., Slobodianyuk A., Sidak I. 2023. The impact of artificial intelligence on the Ukrainian and international economy. *Kyiv Economic Scientific Journal*. №1. C.45-52. DOI: 10.32782/2786-765X/2023-1-6

11. Namliiev, Y., & Kacicka, G. (2023). FEATURES OF THE FUNCTIONING OF THE BUSINESS SECTOR IN THE CONDITIONS OF THE FINANCIAL AND ECONOMIC CRISIS AND THE FORMATION OF THE ANTI-CRISIS MANAGEMENT MECHANISM. *Kyiv Economic Scientific Journal*, (2), 26-33. DOI10.32782/2786-765X/2023-2-4
12. Kacicka, G., & Namliiev, Y. (2023). CRISIS PHENOMENA AS THE BASIS FOR THE EMERGENCE OF DESTABILIZING PROCESSES IN THE ECONOMY: THE RELEVANCE OF THEORIES AND DEVELOPMENT OF CRISISOLOGY RESEARCH. *Kyiv Economic Scientific Journal*, (1), 103-116. DOI 10.32782/2786-765X/2023-1-13
13. Slobodianyuk A.M., Mohylevska O.Y., Romanova L.V., Salkova I.Y. 2022. Digital marketing: theory and practice: a textbook. K.: KIMU. 228 c.
14. Illjashenko, S. & Ivanova? T. (2014). Perspektivi ta osnovni problemi rozvitku internet-torgivli v Ukraïni. *Mehanizm reguljuvannja ekonomiki*, (3), 72-81. Available at: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/45250>

