

8. Denmark 2025 Digital Decade Country Report. European Commission. 2025. URL: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/factpages/denmark-2025-digital-decade-country-report>.
9. Digital Decade 2025: Country reports. Germany. European Commission. 2025. URL: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/digital-decade-2025-country-reports>.
10. Digital Decade 2025: Country reports. Netherlands. European Commission. 2025. URL: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/digital-decade-2025-country-reports>.
11. GovTech Maturity Index 2022. World Bank. 2022. URL: [https://data360.worldbank.org/en/dataset/WB\\_GTMI](https://data360.worldbank.org/en/dataset/WB_GTMI).
12. Digital Government Review of Korea. Harnessing Digital and Data to Transform Government. OECD. 2025. URL: [https://www.oecd.org/en/publications/digital-government-review-of-korea\\_9defc197-en/full-report/korea-s-journey-to-becoming-a-global-leader-in-digital-government\\_f078cb67.html](https://www.oecd.org/en/publications/digital-government-review-of-korea_9defc197-en/full-report/korea-s-journey-to-becoming-a-global-leader-in-digital-government_f078cb67.html).
13. The Path to Becoming a Data-Driven Public Sector. OECD. 2019. URL: [https://www.oecd.org/en/publications/the-path-to-becoming-a-data-driven-public-sector\\_059814a7-en.html](https://www.oecd.org/en/publications/the-path-to-becoming-a-data-driven-public-sector_059814a7-en.html).

**Гордєєва-Герасимова Л. Ю., Нікіфорова Р. Т.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**БЕЗПЕКА ТА КОНФІДЕНЦІЙНІСТЬ  
У ГЛОБАЛЬНИХ Е-COMMERCE ЕКОСИСТЕМАХ**

Розвиток цифрових технологій, поширення високошвидкісного Інтернету та активне впровадження інформаційно-комунікаційних систем суттєво змінили традиційні підходи до ведення підприємницької діяльності [1; 2]. Цифровізація бізнес-процесів сьогодні виступає не лише інструментом підвищення ефективності, а й чинником формування нових ринкових можливостей. Вона дозволяє підприємствам створювати інноваційні моделі взаємодії між усіма учасниками економічних відносин, оптимізувати управлінські та операційні процеси та швидко реагувати на зміни зовнішнього середовища.

В умовах зростаючої конкуренції та динамічності ринку цифрові рішення стають не просто опцією, а стратегічною необхідністю для забезпечення стабільного розвитку бізнесу. Особливе значення у цьому контексті має електронна комерція, яка перетворилася на один із найбільш активних і динамічних сегментів цифрової економіки. Вона забезпечує нові способи організації продажів, комунікації з клієнтами та управління бізнес-процесами. На відміну від традиційної торгівлі, електронна комерція дозволяє підприємствам оперативного масштабувати діяльність, розширювати географію продажів та залучати нові сегменти споживачів без значного збільшення витрат [1].

Високий рівень автоматизації операцій, інтеграція сучасних цифрових платформ та можливість швидкого адаптування до змін у ринкових умовах роблять онлайн-бізнес більш гнучким і конкурентоспроможним.

Сутність електронної комерції полягає у здійсненні комерційних операцій за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій і мережі Інтернет. Вона інтегрує різні функціональні напрямки діяльності підприємства, створюючи єдине цифрове середовище. До основних функцій електронної комерції належать онлайн-продажі товарів і послуг, організація маркетингових комунікацій, управління взаємовідносинами з клієнтами, координація логістики, обробка платежів, аналітика споживчої поведінки та забезпечення інформаційної безпеки. Ця комплексність дозволяє не лише підвищувати ефективність операцій, а й формувати довгострокові взаємовідносини з клієнтами, створюючи умови для персоналізованого обслуговування та підвищення лояльності [1].

Важливим чинником розвитку електронної комерції є її тісний взаємозв'язок із сучасними цифровими платформами, які фактично формують інфраструктурну основу функціонування онлайн-торгівлі. Саме завдяки таким платформам створюється технологічне середовище, у межах якого відбувається взаємодія між продавцями, покупцями та іншими учасниками електронного ринку. Вони забезпечують не лише можливість здійснення купівлі-продажу товарів і послуг у цифровому середовищі, але й виконують низку важливих функцій, зокрема організацію комунікації між сторонами, обробку платежів, управління замовленнями, логістику, маркетингове просування та аналіз поведінки споживачів.

До основних різновидів цифрових платформ, що використовуються в електронній комерції, належать інтернет-магазини, маркетплейси, мобільні додатки, соціальні мережі та спеціалізовані торговельні онлайн-майданчики. Інтернет-магазини створюються окремими компаніями для продажу власної продукції або послуг і забезпечують прямий контакт між бізнесом і споживачем. Маркетплейси, своєю чергою, об'єднують на одному цифровому просторі велику кількість продавців і покупців, виступаючи посередником у здійсненні торговельних операцій та створюючи конкурентне середовище [1].

Водночас важливу роль у розвитку електронної комерції відіграють мобільні додатки та соціальні мережі, які значно розширюють можливості комунікації

**« ЕКОНОМІКА І МЕНЕДЖМЕНТ 2026 :  
 ПЕРСПЕКТИВИ ІНТЕГРАЦІЇ ТА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ »**

з клієнтами та сприяють формуванню нових моделей електронної торгівлі. Завдяки використанню соціальних мереж компанії можуть просувати товари, формувати лояльність споживачів та безпосередньо здійснювати продажі через інтегровані інструменти онлайн-замовлень. Спеціалізовані торговельні платформи, у свою чергу, орієнтовані на окремі ринки або види продукції, що дозволяє ефективніше задовольняти потреби конкретних сегментів споживачів.

Використання цих платформ забезпечує не лише організацію продажів, але й можливість ефективної взаємодії з клієнтами, аналізу їхніх вподобань та формування персоналізованих пропозицій.

Особлива увага приділяється питанням безпеки та конфіденційності в електронній комерції. Проведення фінансових операцій у цифровому середовищі передбачає значні ризики, включаючи кібератаки, шахрайство з платіжними даними, витік персональної інформації та несанкціонований доступ до баз даних [1; 2]. Ефективна система безпеки повинна охоплювати технічні, організаційні та правові аспекти, поєднувати сучасні технології захисту, постійний моніторинг і дотримання міжнародних стандартів, таких як PCI DSS та GDPR.

*Таблиця 1*

**Технологічні інструменти захисту**

<b>Інструмент</b>	<b>Функція</b>	<b>Приклади застосування</b>
SSL-сертифікати	Шифрування даних між сервером і браузером	Amazon для всіх транзакцій
Двофакторна автентифікація (2FA)	Додатковий рівень підтвердження особи	PayPal, Google Authenticator
Антивірусні та антишкідливі системи	Захист від вірусів, троянів та шпигунських програм	eBay, корпоративні антивірусні рішення
Системи моніторингу та аналізу кіберзагроз	Виявлення атак на ранніх стадіях, аудит доступу	Shopify, моніторинг серверів
Web Application Firewall (WAF)	Захист веб-додатків від SQL-ін'єкцій, XSS, CSRF	Etsy, захист веб-сервісу
IDS/IPS	Виявлення та запобігання вторгнень у мережу	Shopify, блокування несанкціонованого доступу
Криптографічний захист транзакцій	Шифрування, цифрові підписи, токенизація платіжних даних	Stripe, PayPal
Системи резервного копіювання та відновлення даних	Захист від втрати даних через атаки або збої	Magento Commerce, хмарні резервні копії

*Джерело: побудовано за [2-4]*

Лише використання комплексного підходу дозволяє забезпечити надійний захист даних, стабільність роботи онлайн-платформ і підтримку довіри споживачів, що є досить критичним фактором для розвитку електронної комерції.

В табл. 1 наведено систематизований перелік інструментів захисту в електронній комерції, їхні основні функції, а також наочні приклади застосування.

Таким чином, електронна комерція є не лише інструментом збільшення продажів, але й механізмом трансформації бізнесу, що інтегрує технології, маркетинг і управління в єдину систему. Вона відкриває нові можливості для масштабування, адаптації до динамічного ринку та створення довгострокової цінності для всіх учасників економічних процесів, забезпечуючи стабільний та ефективний розвиток підприємств у глобальному цифровому просторі.

#### **Список використаних джерел:**

1. Виноградова О. В., Євтушенко Н. О., Крючок І. С. Електронна комерція в епоху диджиталізації. Причорноморські економічні студії. 2020. Вип. 53. С. 55-61. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/bses\\_2020\\_53\\_10](http://nbuv.gov.ua/UJRN/bses_2020_53_10).
2. Електронна комерція та безпека. SSL.ORG.UA. URL: [https://ssl.org.ua/org\\_e\\_commerce.html#gsc.tab=0](https://ssl.org.ua/org_e_commerce.html#gsc.tab=0).
3. Яремик М., Черненко А. Забезпечення економічної безпеки підприємств електронної торгівлі в умовах впливу сучасних загроз. *Економіка та суспільство*. 2024. №60. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-60-9>.
4. Pavlov R., Pavlova T., Grynko T., Levkovich O., Hordieieva-Herasymova L. From Bitcoin to Ethereum: Ethics and antifragility of decentralization. *International Journal of Ethics and Systems*. 2026. Ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/IJOES-03-2025-0144>.

**Д-р екон. наук Гринько Т. В., Кириченко А. О.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

### **ЦИФРОВА ЗРІЛІСТЬ ЯК ФАКТОР УСПІШНОЇ ЦИФРОВІЗАЦІЇ МАЛОГО БІЗНЕСУ**

Цифровізація в сучасних умовах нестабільного зовнішнього середовища і прискорення технологічних змін виступає не просто технологічним трендом й конкурентною перевагою, а перетворюється на стратегічну передумову виживання та розвитку малого бізнесу. Інтеграція цифрових технологій у діяльність підприємств, «тягне за собою у подальшому зміни у бізнес процесах; перехід