

смарт-контрактів з технологіями генеративного штучного інтелекту для зниження технічного бар'єру входу.

Список використаних джерел:

1. Culot, G., Podrecca, M., & Nassimbeni, G. (2024). Blockchain adoption and operational performance: A secondary data analysis on effects and contingencies. *International Journal of Operations & Production Management*, 44(13), 69-99. <https://doi.org/10.1108/IJOPM-05-2023-0346>.
2. Kumar, D., Phani, B. V., Chilamkurti, N., Saurabh, S., & Ratten, V. (2023). Filling the SME credit gap: A systematic review of blockchain-based SME finance literature. *Journal of Trade Science*, 11(2-3), 45-72. <https://doi.org/10.1108/JTS-06-2023-0003>.
3. Tanveer, U., Ishaq, S., & Hoang, T. G. (2025). Tokenized assets in a decentralized economy: Balancing efficiency, value, and risks. *International Journal of Production Economics*, 282, Article 109554. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2025.109554>.
4. Xiong, Y., Ding, L., Guo, S., Choi, T.-M., & Lam, H. K. S. (2025). The impact of blockchain-enabled smart contracts on firms' operational efficiency. *Journal of Operations Management*, 71(7), 939-963. <https://doi.org/10.1002/joom.70006>.
5. Zirar, A., Jabbar, A., & Mahdiraji, H. A. (2026). Smart contracts and SME resilience: Business model adaptation and international considerations. *Canadian Journal of Administrative Sciences / Revue Canadienne des Sciences de l'Administration*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1002/cjas.70046>.
6. Pavlov R., Zarutskya O., Pavlova T., Grynko T., Levkovich O., Sokol P. Solana as a high-frequency governance model: Temporal antifragility and microtransaction business models. *Financial and Credit Activity: Problems of Theory and Practice*. 2025. Vol. 5, No. 64. P. 287-301. <https://doi.org/10.55643/fcapt.5.64.2025.4848>.

Лантух І. Є.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

РОЗВИТОК ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ У СУЧАСНОМУ БІЗНЕСІ

Електронна комерція сьогодні виступає одним із ключових і найбільш динамічних напрямів розвитку глобального бізнесу. Протягом останніх років сфера онлайн-торгівлі демонструє стійку позитивну динаміку, що пояснюється активним розвитком цифрових технологій, поглибленням процесів глобалізації та суттєвими змінами у поведінці споживачів. За сучасними аналітичними оцінками, обсяг світового ринку електронної комерції вже перевищив кілька трильйонів доларів США і продовжує швидко зростати, відкриваючи нові можливості для бізнесу різних масштабів.

У сучасному суспільстві онлайн-покупки стали звичною складовою повсякденного життя. Споживачі дедалі частіше обирають електронну комерцію завдяки її доступності, зручності та швидкості здійснення операцій. Важливою перевагою є можливість отримання доступу до широкого асортименту товарів незалежно від географічного розташування. Крім того, інтернет надає змогу порівнювати ціни, ознайомлюватися з відгуками інших користувачів, аналізувати характеристики продукції та приймати обґрунтовані рішення без необхідності відвідування фізичних торгових точок. Це значно економить час і ресурси споживачів.

Одним із визначальних факторів розвитку електронної комерції є процес цифровізації бізнесу. Сучасні компанії активно впроваджують інноваційні технології з метою оптимізації бізнес-процесів, підвищення продуктивності та покращення якості обслуговування клієнтів. Особливу роль відіграє штучний інтелект, який дозволяє здійснювати глибокий аналіз поведінки споживачів, прогнозувати попит, сегментувати аудиторію та формувати персоналізовані комерційні пропозиції. Це, у свою чергу, сприяє зростанню рівня продажів та підвищенню лояльності клієнтів.

Крім аналітичних можливостей, технології штучного інтелекту активно використовуються для автоматизації процесів обслуговування. Зокрема, чат-боти та віртуальні асистенти забезпечують оперативну комунікацію з клієнтами, надають консультації, допомагають у виборі товарів та супроводжують процес оформлення замовлення. Такий підхід дозволяє підприємствам підвищити швидкість обслуговування, зменшити навантаження на персонал і водночас скоротити операційні витрати.

Важливим напрямом розвитку електронної комерції є інтеграція новітніх технологій, таких як доповнена реальність (AR) та 3D-візуалізація. Використання цих інструментів дає змогу споживачам більш детально ознайомитися з продукцією перед її придбанням, «приміряти» товари або оцінити їх у реальному середовищі. Це суттєво знижує ймовірність помилкового вибору та кількість повернень, а також підвищує загальний рівень задоволеності покупців. Дослідження свідчать, що впровадження таких технологій позитивно впливає на конверсію продажів і покращує користувацький досвід.

Окрему увагу слід приділити розвитку мобільної комерції, яка стрімко набирає популярності. Значна частина користувачів здійснює покупки саме за допомогою смартфонів, що зумовлює необхідність адаптації вебсайтів і онлайн-сервісів під мобільні пристрої. Ключовими факторами успіху стають зручний інтерфейс, швидке завантаження сторінок, інтуїтивно зрозуміла навігація та безперебійна робота платіжних систем.

Вагомий вплив на розвиток електронної комерції мають соціальні мережі, які трансформувалися з інструментів комунікації у потужні канали продажів. Платформи на кшталт Instagram, TikTok та інших активно використовуються компаніями для просування продукції, взаємодії з аудиторією та формування позитивного іміджу бренду. Соціальна комерція (social commerce) стає важливим елементом маркетингових стратегій сучасних підприємств.

Разом із тим електронна комерція стикається з низкою суттєвих викликів. Одним із головних є високий рівень конкуренції, оскільки кількість онлайн-магазинів постійно зростає. Це ускладнює вихід на ринок нових гравців та вимагає від компаній постійного вдосконалення продуктів, сервісу та маркетингових підходів. Для досягнення конкурентних переваг необхідно впроваджувати інновації, аналізувати поведінку споживачів та швидко реагувати на зміни ринку.

Не менш важливою проблемою є забезпечення кібербезпеки та захисту персональних даних користувачів. У процесі здійснення онлайн-покупок клієнти передають конфіденційну інформацію, тому підприємства повинні впроваджувати надійні системи захисту. Порушення безпеки або витік даних може призвести до втрати довіри з боку споживачів, фінансових збитків і погіршення репутації компанії.

Ще одним викликом є необхідність постійного технологічного оновлення. Ринок електронної комерції характеризується високою швидкістю змін, тому підприємства змушені регулярно адаптуватися до нових умов, впроваджувати сучасні рішення та інвестувати у розвиток цифрової інфраструктури. Для малого та середнього бізнесу це може бути складним завданням через обмежені фінансові та кадрові ресурси.

Незважаючи на зазначені труднощі, електронна комерція має значний потенціал подальшого розвитку. Очікується, що в майбутньому роль штучного

інтелекту ще більше посилиться, а процеси купівлі-продажу стануть максимально автоматизованими та персоналізованими. Також продовжить розвиватися мобільна комерція, а інтеграція торговельних функцій у соціальні мережі стане ще більш глибокою. Крім того, спостерігається стабільне зростання кількості користувачів, які надають перевагу онлайн-покупкам. Це свідчить про подальше зміцнення позицій електронної комерції у світовій економіці та її трансформацію в один із провідних каналів реалізації товарів і послуг у майбутньому.

Список використаних джерел:

1. WEZOM: IT-компанія повного циклу розробки програмних продуктів: вебсайт. URL: <https://wezom.com.ua>.
2. Mas Agency: комунікаційне діджитал-агентство: вебсайт. URL: <https://mas-agency.com.ua>.
3. UAATEAM: агенція діджитал-маркетингу в Україні: вебсайт. URL: <https://uaateam.agency>.
4. Блог про CRM, продажі та автоматизацію бізнесу: вебсайт компанії KeyCRM. URL: <https://blog.keycrm.app>.
5. Школа бізнесу Нова пошта: платформа онлайн-навчання: вебсайт. URL: <https://online.novaposhta.education>.
6. EDGELAB: діджитал-студія комплексного інтернет-просування: вебсайт. URL: <https://edgelab.com.ua>.

Малашук І. І., канд. екон. наук Скрипник Н. Є.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ТРАНСФОРМАЦІЯ АРХІТЕКТУРИ СВІТОВОГО РИНКУ В УМОВАХ ДОМІНУВАННЯ ГЛОБАЛЬНИХ ЦИФРОВИХ ПЛАТФОРМ

Трансформація світового господарства позначена остаточним переходом електронної торгівлі (e-commerce) зі статусу допоміжного каналу збуту до ролі фундаментального драйвера глобальних економічних процесів. Динамічне зростання транскордонних цифрових операцій, інтеграція штучного інтелекту в системи управління клієнтським досвідом (CRM) та розвиток децентралізованих фінансових технологій радикально змінили архітектуру міжнародного обміну.

Актуальність дослідження зумовлена тим, що електронна торгівля сьогодні виступає не лише як сукупність технологічних рішень, а як системний чинник структурних змін у світовому господарстві. Вона впливає на глобальні ланцюги