

Перелік використаних джерел:

1. «*Contemporary Military Strategy and the Global War on Terror: US and UK Armed Forces in Afghanistan and Iraq 2001–2012*» by Alastair Finlan (2020).
2. «*Russian Political Warfare: Origins, Tools, and Responses*» by Michael Kofman (2020).
3. «*The Future of Information Operations: Deep Fakes and the Changing Character of War*» by G. Alexander Crowther (2021).
4. «*New Media and Conflict After the Arab Spring*» edited by Richard Davis and Ibrahim Saleh (2021).
5. «*Hybrid Warfare: Combating Complex Opponents from the Ancient World to the Present*» by Frank Hoffman (2021).

Войтенко Олексій
Палій Володимир

Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль

ОФЛАЙН ТА ІНТЕРНЕТ-БІЗНЕС: ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ВЕДЕННЯ

Інтернет-бізнес – це спосіб займатися підприємницькою діяльністю через мережу Інтернет. З появою Інтернету з'явилися нові можливості для підприємців, які можуть займатися бізнесом без необхідності відкривати фізичний магазин [2].

Однією з найбільших переваг онлайн-бізнесу є можливість охопити велику кількість клієнтів. У традиційному бізнесі ви обмежені клієнтами, які відвідують ваш магазин або знаходяться поруч з вами.

У бізнесі, який діє в Інтернеті, клієнтом може стати будь-хто з будь-якої точки світу. Немає жодних обмежень щодо того, хто побачить ваш товар чи послугу та захоче її придбати.

Ваш бізнес може запропонувати кращу підтримку клієнтів. Існує багато причин, чому обслуговування клієнтів є важливим для бізнесу. Це зміцнює довіру клієнтів, гарантує, що ваші клієнти будуть задоволені, і може стати чудовим інструментом для маркетингу «з вуст в уста» [1]. Хоча традиційний бізнес може запропонувати своїм клієнтам підтримку та надійне обслуговування, це просто не в тій мірі, в якій це може зробити інтернет-бізнес.

Онлайн-бізнесу набагато простіше підтримувати зв'язок з клієнтами через соціальні мережі, електронну пошту та за допомогою онлайн-оглядів. Дуже ефективно отримувати зворотний зв'язок, допомагати людям у вирішенні їхніх проблем та відповідати на їхні запитання. Інтернет надає багато можливостей, коли мова йде про зміцнення відносин та більш ефективне ведення бізнесу [3].

Інтернет-бізнес також буде більш доступним для започаткування та ведення, ніж традиційний бізнес

Перелік використаних джерел:

1. Основні недоліки створення інтернет. ЗІТ. URL: <https://fatjob.biz/2018/05/25/основні-недоліки-створення-інтернет>.
2. Курташова І. В. Переваги та недоліки сучасної електронної комерції. *Education and Science*. URL: http://www.rusnauka.com/25_DN_2008/Economics/28931.doc.htm.
3. Переваги переходу від традиційного бізнесу до онлайн. Ranktracker. URL: <https://www.ranktracker.com/uk/blog/4-benefits-of-moving-from-traditional-to-online-business>.

Деркач Валерія

Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В СВІТОВІЙ ЕКОНОМІЦІ

З кожним роком електронна комерція стає все вагомішою частиною світової економіки, а у певних галузях її домінуючою складовою. Можливість бізнесу здійснювати купівлю та продаж товарів і послуг онлайн дає змогу суттєво розширити географію продажів, знизити витрати на офлайн-представництва, зберігання та транспортування товарів, та суттєво підвищити швидкість та ефективність платіжних транзакцій.

За даними Statista [1], загальний обсяг глобальних продажів у електронній комерції зріс з \$1,3 трильйона у 2014 році до \$5,7 трильйона у 2022 році, тобто більше ніж у чотири рази, а до 2026 року за прогнозами обсяги продажів сягнуть \$8 трильйонів. Це свідчить про те, що електронна комерція продовжує стрімке зростання, та з кожним роком займає все більш значущу роль у світовій економіці завдяки неперервному росту інноваційних технологій.

Основними тенденціями та перспективами розвитку в електронній комерції можна вважати:

– Збільшення кількості користувачів, які роблять покупки з мобільних телефонів. Зі збільшенням технологічності мобільних пристроїв та розширенням їх функціоналу користувачі все частіше користуються мобільними пристроями для побутових справ, зокрема і покупок онлайн. За даними Techjury [2] частка мобільної електронної комерції наразі складає 72,9% – це майже 3/4 усіх продажів у електронній комерції. Ця цифра ще більше вражає, враховуючи той факт, що впродовж 2016–2021 рр. частка мобільного ринку збільшилася більш ніж у 3,5 рази [3, 4].

– Поширення інтернету речей. За даними Statista [5], в 2022 році більше 13 мільярдів пристроїв було під'єднано до інтернету речей. Інтернет речей покращує процеси логістики та доставки товарів, забезпечує більш персоналізований досвід для покупців. Опитування великих гравців індустрії підтверд-