

14. Кононенко В.П. Становлення принципу поваги прав людини в Європі, його зв'язок з міжнародною та національною безпекою. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія Право. 2023. № 75. ч. 1. С. 104–109.

Шило А. А., здобувач освіти,
науковий керівник: **Змійвська І. В.**, викладач,
ВСП «Харківський торговельно-економічний фаховий коледж ДТЕУ»

ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИН ЯК ІНФОРМАЦІЙНИЙ РЕСУРС ПІДПРИЄМСТВА ТА ЗАСІБ КОМУНІКАЦІЇ З ШИРОКИМ КОЛОМ КЛІЄНТІВ

Процес цифровізації все більше впливає на соціально-економічний розвиток країн майже в усьому світі, змінюючи підходи до вирішення проблем на різних рівнях і в різних сферах життя. Розвиток інформаційних технологій стає передумовою забезпечення конкурентоспроможності окремих компаній і країни в цілому, що веде до реструктуризації всіх економічних і виробничих процесів, підвищення якості товарів і послуг, зниження витрат.

Завдяки цифровізації з'являються принципово нові можливості для покращення торговельного бізнесу. Цифровізація стимулює зростання е-commerce, збільшує обсяги виробництва в промисловості, та продуктивність торговельного бізнесу. Зараз цифрові технології розвиваються швидше, ніж будь-які інновації в світовій історії. Всього за кілька десятиліть вони стали доступні майже половині населення розвинутих країн [1] При цьому цифровізація також допомагає поліпшити якість життя та перейти на новий рівень розвитку. Завдяки технологіям і новим розробкам людство досягло четвертої промислової революції. Згідно із статистикою [3], 80 % людей хоча б один раз здійснювали покупки онлайн, а 50 % робили це більше одного разу. Близько 71 % населення переконані, що вони можуть купити чи замовити товари чи послуги вигідніше через Інтернет, а ніж, наприклад, в магазині. Безумовно, ринок електронної комерції сьогодні є одним із найбільш стрімко зростаючих. Тому дуже швидко набули популярності різні інтернет-магазини, маркетплейси, торговельні платформи, де можна ознайомитись з інформацією про товар та з відгуками попередніх покупців. Отже, торговельним організаціям, щоб бути у руслі часу, треба йти на компроміси, змінювати власні правила, перебудовувати принципи ведення бізнесу та освоювати нові шляхи реалізації товарів і послуг. Для розвитку бізнесу в сфері продажу товарів або надання послуг, важливо знайти ресурс в мережі Інтернет, за допомогою якого було б можливо налагодити ефективну комунікацію з широким колом клієнтів, здійснювати он-лайн платежі тощо. Сучасним методом такої взаємодії з клієнтами є інтернет-магазини, маркетплейси, торговельні платформи.

В наш час стає поширеним купівля будь-яких товарів в інтернет-магазинах. Шопінг – заняття корисне, іноді захоплююче, що приносить як позитивні емоції, так і розчарування. Ідуть у минуле ті часи, коли для того, щоб стати власником бажаного предмету, потрібно було тривалий час мандрувати офлайн-торговими місцями. Тепер в наше життя активно входять інтернет-магазини, ми все частіше робимо покупки, залишаючись на робочому місці або вдома, шляхом кількох кліків мишею. Інтернет-магазин – веб-сайт, що рекламує товар чи послугу, приймає замовлення на покупку, пропонує користувачу вибір варіантів розрахунку, способу отримання замовлення та видає рахунок на оплату. Сьогодні об'єднання інформаційно-комунікаційних технологій та сфери торгівлі вимога сучасності.

Інструментом для створення інтернет-магазину є веб-сайт – це своєрідний інтерфейс між підприємством та його оточенням – партнерами, постачальниками, клієнтами. Тому створення веб-сайту є одним з головних завдань підприємницької діяльності, в тому числі і в мережі Internet. Створення інтернет-магазину, як правило, є досить складним творчим

процесом, що вимагає як технічних знань та навиків, так і креативних зусиль. Структурована інформація веб-сайту дає змогу клієнтам отримати уявлення про підприємство і його діяльність. Інтернет-магазини створюються із застосуванням систем управління контентом сайту, які оснащені необхідними модулями. Відомі інтернет-магазини працюють на спеціально розроблених або адаптованих для них системах управління. Середні та малі магазини використовують типові комерційні або вільні програмні забезпечення. Система управління контентом сайту інтернет-магазину може бути коробочним продуктом, що самостійно встановлюється на хостинг-майданчик, може бути приватною розробкою веб-студії, що нею і обслуговується або може бути програмним сервісом з абонентською платою. Вибравши необхідні товари або послуги, користувач має змогу на сайті вибрати метод оплати та доставки. Сукупність відібраних товарів, спосіб оплати та доставки представляє собою кінцеве замовлення, що оформляється на сайті шляхом повідомлення мінімально необхідної інформації про користувача (покупця). Сучасні інтернет-магазини часто завантажують свої товарні пропозиції в системи порівняння та підбору товарів, що дозволяє заохотити додатковий потік покупців.

Структурована інформація на сайті інтернет-магазину дає партнерам і клієнтам повне уявлення про компанію та її діяльність. Через рекламні банери на веб-сайтах і в комерційних і ділових виданнях споживачі отримують низку зручних веб-адрес, за якими можна дізнатися ціни та замовити товари. Цей тип обміну повідомленнями потенційним клієнтам є більш ефективним, ніж звичайні методи спілкування, такі як електронна пошта, телефон і факс. Такі основні елементи, як інтерфейс і навігація, дозволяють клієнтам самостійно вибирати інформацію, яку вони потребують для вивчення. Веб-сайт є доповненням до рекламної кампанії, забезпечуючи можливість зворотнього зв'язку й інтерактивної взаємодії. Веб-сайт зазвичай має систему управління контентом (Content Management System (CMS)). Основною функціональністю сайту можна вважати управління контентом і функціональність інтерактивних модулів, які підтримують взаємодію та обмін інформацією з відвідувачами сайту. Ключові особливості – це управління та аналіз відвідуваності, управління рекламою, а також наявність системи замовлення та електронного магазину. Основні функціональні можливості, якими можна управляти за допомогою вбудованого інтерфейсу веб-сайту: управління структурою, редагування змісту, інтерактивні сторінки, електронний магазин, статистика відвідування, управління рекламою, оптимізація під пошукові машини, управління дизайном [4]. Якісно зроблений сайт інтернет-магазину в мережі Інтернет забезпечить: нових користувачів, оскільки його буде досить просто знайти за допомогою пошукових систем; швидке реагування на побажання користувачів та внесення змін в роботу сайту; зниження витрат на рекламу.

Отже, інтернет-магазин дозволяє підвищити ефективність управління електронним бізнесом та інтерактивної взаємодії за рахунок швидкого доступу до інформації в будь який час. Інтернет-магазин розроблений із застосуванням сучасних технологій, можна розглядати як інформаційний ресурс підприємства та засіб комунікації, за допомогою чого можна здійснювати: передачу всієї необхідної інформації і новин для користувачів про бізнес; безпосередній контакт з користувачем; інформаційну підтримку клієнта; рекламу компанії.

Список використаних джерел

1. Вплив цифрових технологій. ООН. URL: <https://www.un.org/en/un75/impact-digital-technologies/> (дата звернення: 14.03.2024).
2. Електронна комерція та Інтернет-торгівля : навчально-методичний посібник / К. М. Краус та інші. Київ : Аграр Медіа Груп, 2021. 454 с.
3. Зростання e-commerce на 77% та збільшення виробництва. Як технології змінюють світову економіку. *Forbes Україна*. URL: <https://forbes.ua/company/zrostannya-e-commerce-na-77-ta-zbilshennya-virobnitstva-yak-tekhnologii-zminyuyut-svitovu-ekonomiku-12052021-1562> (дата звернення: 14.03.2024).

4. Інформаційні технології в бізнесі. Частина 1: Навчальний посібник / Шевчук І. Б. та інші [за заг. ред. І. Б. Шевчук]. Львів : Видавництво ННВК «АТБ», 2020. 455 с.

Кунічева Т. П., викладач,
ВСП «Харківський торговельно-економічний фаховий коледж ДТЕУ»

ЦИФРОВА КУЛЬТУРА – СУТТЄВИЙ ЧИННИК МОДЕРНІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Останніми десятиліттями ми спостерігаємо, як інформаційні технології проникають у різні сфери діяльності людини. Використання цифрових технологій є базою для цифрової трансформації, що зараз відбувається в суспільстві [1] та проникає в усі сфери життєдіяльності людства. Цифрова трансформація дозволяє змінити процес ведення бізнесу завдяки використанню автоматизації, механізації та роботизації. Все це є основними факторами, які дозволяють бізнесу бути більш конкурентоспроможним, створювати нові послуги та продукцію більш високої якості й цінності тощо.

Цифрова трансформація бізнесу, яка відбувається внаслідок використання цифрових технологій, дозволяє удосконалювати вже існуючі бізнес-процеси та створювати абсолютно нові. Як результат, відбувається набуття нового досвіду спілкування з клієнтами в цифровій культурі. Таким чином, відбувається перехід бізнесу на новий рівень.

В процесі цифрової трансформації компанії спочатку роблять крок назад і переглядають усе, що вони роблять, – від внутрішніх систем до взаємодії з клієнтами як онлайн, так і особисто. Вони розглядають серйозні питання типу «Чи можемо ми змінити нашу роботу таким чином, щоб ми змогли підвищити ефективність роботи, приймати більш зважені рішення або покращити взаємодію з клієнтами завдяки більшій персоналізації?».

Але цифрова трансформація неможлива без цифрової культури. Пояснимо це розглянувши її більш детально. Цифрова культура формується під час навчання та професійної діяльності. Провідну роль у цьому процесі відіграє навчальне та професійне середовище. Для коректного висвітлення процесу набуття цифрової культури необхідно перш за все показати її місце в ланцюжку професійного зростання людини [2], який виглядає так:

грамотність → освіченість → професійна компетентність →
→ культура → менталітет

Звернемо увагу на те, що в цій послідовності культура стоїть не на першому етапі. Тобто вона не є елементарною навичкою, як іноді, нажаль, її трактують. Для ефективного набуття культури людина має пройти три важливих етапи: грамотність, освіченість та професійну компетентність, які є підґрунтям культури (в нашому випадку – цифрової). Обґрунтуємо це.

Грамотність. Це фундамент для подальшого розвитку людини, її стартові можливості. Людина вже отримала певні знання та здатна використовувати їх, як основу для подальшого особистого розвитку. Вона усвідомлено нарощує свій потенціал.

Освіченість. Для її набуття потрібен час. Вона приходить до людини протягом та внаслідок практичної діяльності. Освічена людина – це не просто людина, яка володіє набором формальних знань, а й може їх застосовувати на практиці, коли ці знання стали частиною її світогляду. Лише таку людину можна вважати освіченою.

Таким чином, освіченість – це показник, який характеризує особистісні освітні надбання (але можна говорити й про загальний рівень освіченості всього суспільства – він є невід’ємним компонентом інтегрального показника ООН «Рівень людського розвитку»).

Професійна компетентність. Цифрові грамотність та освіченість – це лише основа майбутньої професійної діяльності. Вони не є самоціллю. Людина самостійно обирає певну