

**Додаток до матеріалів
Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції**

**«КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТА ІННОВАЦІЇ:
ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ»**

присвячена видатному вченому-економісту О. Г. Ліберману

Тези доповідей

**22 листопада 2024 року
м. Харків, Україна**

**Харків
2024**

Рекомендовано на засіданні вченої ради Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця (протокол №12 від 29.10.2024 р.), вченої ради Науково-дослідного центру індустріальних проблем розвитку НАН України (протокол № 10 від 28.10.2024 р.)

Рецензенти: **Кизим Микола Олександрович**, доктор економічних наук, професор, член-кореспондент НАН України, керівник відділення досліджень людського капіталу, завідувач відділу досліджень людського розвитку Інституту демографії та проблем якості життя НАН України (Київ, Україна);
Криворучко Оксана Миколаївна, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри менеджменту Харківського національного автомобільно-дорожнього університету (Харків, Україна);
Назарова Галина Валентинівна, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри соціальної економіки Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця (Харків, Україна)

Конкурентоспроможність та інновації: проблеми науки та практики : матеріали Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, 22 листопада 2024 р. Харків : ФОП Лібуркіна Л. М., 2024. мова, англ. мова

Наведено результати наукових досліджень учасників Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Конкурентоспроможність та інновації: проблеми науки і практики», присвяченої видатному вченому-економісту О. Г. Ліберману. Розглянуто проблеми та перспективи розбудови економіки України, стратегічного управління конкурентоспроможністю підчас війни та повоєнної розбудови економіки України на основі інновацій, зокрема питання: сучасного стану використання пропозицій Овсія Лібермана щодо планування, зростання прибутку підприємств; управління розвитком міжнародної діяльності підприємств в умовах цифрової трансформації; розглянуто сучасні детермінанти забезпечення конкурентоспроможності та національної безпеки України; інноваційної трансформації промисловості України за різними галузями; перспективних напрямів розвитку циркулярної економіки в Україні.

Видання складається зі збірки тез доповідей учасників конференції.

Представлений матеріал може бути корисним для використання у подальших наукових дослідженнях, практичній діяльності підприємств і організацій для підвищення конкурентоспроможності й інноваційного розвитку. Рекомендовано фахівцям різних галузей економіки, державним службовцям, представникам бізнесу, наукових, освітніх і громадських організацій.

досить позитивний. Найбільшими регіональними центрами світового ринку електронної комерції є китайські онлайн-платформи «Alibaba», «JD.com» і «Pinduoduo», загальна частка яких у 2022 р. становила 41 % [1]. Американські маркетплейси займають набагато меншу частку (18 %), але вони також роблять значний внесок у розвиток світової електронної комерції [1]. Рейтинг ефективності електронної комерції складає аналітичне агентство Statista на основі чотирьох показників: розміру онлайн-ринку країни; поведінки споживачів, пов'язаної з електронною комерцією; потенціалу розвитку електронної комерції та інфраструктури електронної комерції. За показником розміру онлайн-ринку лідируючими країнами є США, Китай, Велика Британія, що пояснюють наявністю в цих країнах провідних інтернет-магазинів, таких як Amazon, Alibaba, AliExpress, Taobao та ін. Відповідно до рейтингу споживчої поведінки, Велика Британія, Південна Корея та Німеччина приділяють більше уваги соціально-демографічним факторам та частіше вивчають психологічне і соціальне становище споживачів на ринку. З точки зору потенціалу зростання ринку електронної комерції Німеччина та Австралія є країнами, які активно використовують нові технології та методи для збільшення використання електронної комерції. Розвинену інфраструктуру електронної комерції, основними елементами якої є забезпечення автоматизації, швидкості, смарт-технологій та інноваційних технологій для задоволення потреб споживачів, мають Японія, Сполучені Штати та Південна Корея [2].

Сучасний етап розвитку електронної комерції пов'язаний з технологічним прогресом і цифровими технологіями. Сучасні технології роблять онлайн-продажі більш ефективними, безпечними та екологічними. Основними тенденціями в галузі електронної комерції в умовах цифрової економіки є такі:

1. Функції голосового пошуку для замовлення товарів та послуг, зокрема використання таких голосових помічників, як Alexa, Siri та Google Assistant. Експерти прогнозують, що до 2025 р.

- обсяг транзакцій за допомогою голосового пошуку в електронній комерції перевищить 164 млрд дол. США [3].
2. Новітні можливості генеративного штучного інтелекту та великих мовних моделей, які відкривають перспективи для індустрії онлайн-комерції: автоматизовані чат-боти, які розуміють природну мову, генерацію контенту та вебсторінок, нові можливості продажу, нові послуги тощо. За даними DataHorizon, очікують зростання ринку генеративних рішень штучного інтелекту для електронної комерції до 2032 р. понад у чотири рази [3].
 3. Технології доповненої (AR) і віртуальної (VR) реальності, завдяки яким клієнти можуть досліджувати продукти віртуально, наприклад, «розмістити» меблі в кімнаті свого будинку тощо. Такі можливості у своїх мобільних додатках пропонують бренди світового рівня IKEA, Nike, Walmart та інші [3].
 4. Використання передплатних моделей для покупки товарів і послуг онлайн. Прикладом є сервіс Amazon Prime, який пропонує своїм передплатникам багато переваг і сервісів: від прискореної доставки до стримінгових сервісів. Аналітики прогнозують зростання ринку моделей підписки в середньому на 60–70 % щорічно [3].
 5. Омніканальна підтримка клієнтів, яка передбачає надання споживачам найповнішого, безперебійного досвіду взаємодії з брендом через усі можливі канали зв'язку як єдину систему – вебсайти, мобільні додатки, соціальні мережі, месенджери, текстові та телефонні комунікації, електронні листи та навіть звичайні магазини.
 6. Новий рівень цифрового маркетингу під назвою «гіперперсоналізація», що базується на застосуванні інструментів Data Science для аналізу поведінки та вподобань кожного користувача в реальному часі. У результаті формують можливість

створювати персоналізований маркетинг для кожного покупця. Схожі алгоритми рекомендацій вже використовують світові компанії електронної комерції Alibaba та Starbucks.

7. Оптимізація вебсайтів відповідно до сучасних потреб на основі нових цифрових рішень.
8. Застосування ігрових елементів і принципів в онлайн-продажах (гейміфікація), що в кінцевому підсумку позитивно позначається на продажах і лояльності аудиторії. У найближчі роки кар'єра геймдизайнера, ймовірно, стане надзвичайно актуальною та затребуваною для електронної комерції.
9. Використання машинного навчання в аналітиці для оптимізації продажів, що надає роздрібним торговцям електронної комерції можливості для прогнозування попиту, динамічного ціноутворення, планування закупівель, побудови ланцюга постачання та зменшення ризиків.
10. Створення автоматизованих B2B-платформ та маркетплейсів в оптовій торгівлі з використанням інструментів онлайн-банкінгу, смарт-контрактів на основі блокчейну, моніторингу шахрайства транзакцій за допомогою штучного інтелекту, роботизації процесів з метою спрощення транзакцій між бізнесами на базі сучасних технологій.

Таким чином, сучасний ринок формують такі тенденції розвитку електронної комерції, як поширення генеративного ШІ, впровадження методів Data Science в аналітику продажів та попиту, гіперперсоналізація маркетингу і пропозицій, передплатні моделі для послуг eCommerce, гейміфікація тощо.

Література

1. Стежко Н., Шевчук О. Тенденції розвитку світової електронної комерції в умовах діджиталізації бізнесу. *Цифрова економіка та економічна безпека*. 2023. № 5 (05). С. 20–25.

DOI: <https://doi.org/10.32782/dees.5-3>

.....



ДОДАТОК до матеріалів
Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції

**КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ
ТА ІННОВАЦІЇ:
ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ**

присвячена видатному
вченому-економісту О. Г. Ліберману

Тези доповідей
Міжнародної науково-практичної конференції

22 листопада 2024 року
м. Харків, Україна