﻿ **Булах Олександр Віталійович**

аспірант кафедра міжнародних економічних відносин і бізнесу, Національний Авіаційний Університет, Київ, Україна, <https://orcid.org/0009-0009-1610-0384>

**ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК МІЖ РОЗВИТКОМ ГЛОБАЛЬНИХ МОБІЛЬНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ЕЛЕКТРОННОЮ КОМЕРЦІЄЮ В ІНФОРМАЦІЙНО-ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНИХ СЕКТОРАХ**

***Актуальність.*** Зростання глобальної економіки та впровадження інформаційних технологій в сучасному світі сприяє активному розвитку електронної комерції та мобільних технологій. Взаємодія між цими двома секторами має значущий вплив на їхній подальший розвиток та взаємозв'язок. Розуміння та аналіз цього взаємозв'язку є важливим завданням для практиків, дослідників та регуляторів.

***Вступ.*** Електронна комерція, або електронний бізнес, стала неодмінною частиною сучасної економіки. Електронна комерція – це сфера цифрової економіки, що включає всі фінансові та торгові транзакції, які проводяться за допомогою комп'ютерних мереж, та бізнес-процеси, пов'язані з проведенням цих транзакцій [4, с. 120-122]. Цей важливий аспект сучасного господарського середовища розкриває нові горизонти для покупців і продавців, дозволяючи здійснювати торгівлю через електронні платформи зі зручністю та доступністю, які раніше були неможливі. Онлайн-торгівля перетворилася на динамічну і впливову індустрію, яка надає можливість здійснювати покупки та продажі товарів та послуг за допомогою Інтернету, без обмежень щодо географічного розташування.

Водночас, глобальний розвиток мобільних технологій додає нове визначення зручності та доступності. Смартфони та планшети стали невід'ємною частиною повсякденного життя, а їхні можливості забезпечують з'єднання з світом навіть у руху. Це відкриває нові перспективи для електронної комерції, дозволяючи споживачам здійснювати покупки в будь-який час і в будь-якому місці. Такий підхід ставлення до електронної комерції відкриває шлях до неймовірної зручності та швидкості, сприяючи зростанню популярності мобільної електронної комерції.

Глобальний розвиток мобільних технологій не тільки сприяє зростанню використання смартфонів та планшетів для доступу до Інтернету, але й змінює спосіб, яким споживачі взаємодіють з електронною комерцією. За допомогою мобільних пристроїв, споживачі можуть швидко шукати продукти, порівнювати ціни, читати відгуки та здійснювати покупки, незалежно від місця перебування.

***Основні частина.*** Розвиток мобільних технологій відкриває нові можливості для електронної комерції. Смартфони дозволяють споживачам здійснювати покупки в будь-який час та в будь-якому місці. Також, додатки для мобільних пристроїв створюють зручний та інтуїтивно зрозумілий інтерфейс для користувачів, що сприяє зростанню популярності мобільної електронної комерції.

Мобільні технології змінюють спосіб, яким споживачі шукають, вибирають та купують товари. Вони дозволяють отримати доступ до інформації про товари, порівнювати ціни та читати відгуки в режимі реального часу. Це сприяє зростанню конкуренції серед продавців та створює нові можливості для розширення ринків.

З ростом використання смартфонів та планшетів все більше підприємств створюють мобільні додатки для своїх онлайн-магазинів. Наприклад, Amazon та eBay мають мобільні додатки, які дозволяють користувачам зручно шукати, вибирати та купувати товари за допомогою своїх мобільних пристроїв.

Глобальні світові процеси цифровізації сприяли світовому переходу до цифрових платежів. Платіжні системи продемонстрували, що вони надійні та довговічні, і продовжують користуватися високим рівнем довіри з боку населення. Розвиток мобільних технологій сприяє розширенню можливостей мобільних платежів. Платіжні системи, такі як Apple Pay, Google Pay, дозволяють споживачам здійснювати покупки, просто прикладаючи свій смартфон до платіжного термінала [1, с. 18-22.].

Мобільні технології і соціальні мережі взаємодіють одна з одною, створюючи платформу для споживачів та компаній взаємодіяти. Рекламні кампанії та промо-акції на платформах соціальних мереж допомагають компаніям залучати нових клієнтів. Мобільні технології дозволяють збирати дані про поведінку користувачів та їхній географічний контекст. Ця інформація може бути використана для створення персоналізованих пропозицій та рекламних повідомлень. Наприклад, магазини можуть відправляти спеціальні пропозиції користувачам на основі їхньої локації та попередніх покупок.Аналіз даних про покупки та поведінку споживачів дозволяє компаніям вдосконалювати свою стратегію продажів та персоналізувати пропозиції.

Соціальні мережі і мобільні технології взаємодіють, дозволяючи компаніям прямо взаємодіяти зі своїми клієнтами через платформи, як Facebook, Instagram та Twitter. Користувачі можуть переходити з рекламних оголошень до сторінок продуктів і здійснювати покупки безпосередньо через ці платформи. Мобільні додатки дозволяють замовляти товари та послуги, сплачувати рахунки, отримувати повідомлення про знижки та пропозиції від компаній, а також отримувати швидку підтримку клієнтів. Бізнеси, що використовують мобільні технології, можуть покращити свої сервіси та збільшити лояльність клієнтів [2].

Великі корпорації та торговельні мережі України переймають досвід зарубіжних компаній та активно використовують мобільні додатки, які є в абсолютній більшості безкоштовними і направлені на збільшення можливостей клієнтів щодо взаємодії з продуктами компаній [3, с. 161-164].

Мобільні пристрої дозволяють споживачам швидко шукати та порівнювати товари в Інтернеті, навіть коли вони перебувають у магазині. Це може вплинути на рішення про покупку, адже споживачі можуть легко знайти найкращу ціну або альтернативні товари.

***Висновки.*** Таким чином, взаємозв'язок між розвитком глобальних мобільних технологій та електронною комерцією має значущий вплив на інформаційно-телекомунікаційні сектори. Мобільні технології не лише розширюють можливості для електронної комерції, а й змінюють спосіб взаємодії між споживачами та компаніями. Використання аналітики даних та соціальних мереж сприяє створенню більш ефективних стратегій продажів та рекламних кампаній.

**Список використаних джерел:**

1. Баришевська І. В., Мельник О. І., Кугляр А. А. Cвітовий ринок цифрових платежів. Modern Economics. 2022. № 35(2022). С. 18-22.
2. Корпанюк Т. М., Мулик Я. І. Застосування мобільних додатків в бізнесі та їх облік. Ефективна економіка. 2018. № 3. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6181.
3. Пішняк В. П. Застосування сучасних інформаційних технологій в бізнесі В. П. Пішняк, науковий керівник І. Я. Іпполітова Економіка підприємства: теорія та практика: матеріали ХІІ Всеукраїнської студентської науково-практичної Інтернет-конференції, 20-21 квітня 2023 р. : тези допов. Луцьк, 2023. С. 161-164.
4. Телкова Д.Г. Вавдійчик І.М. Тренди розвитку електронної комерції в Україні та світі. Конкурентні стратегії розвитку економіки в умовах глобальних викликів: Матеріали ІV Міжнародної наукової конференції (18 травня 2022 р.) Відповідальні за формування та випуск: Л.Г. Смоляр, О.І. Іляш, О.М. Михайлик. Київ: ЗВО «Міжнародний університет фінансів», 2022. С.120-122.