

Отже, знаючи, які алгоритми використовує Google Пошук та як вони впливають на пошукову видачу, персоналізуючи її, можна зменшити цей вплив. Застосування нескладних технік та урізноманітнення пошукових систем та інструментів дасть змогу тримати різноманітні точки зору на одні й ті ж запити, зробити результати пошуку якомога точнішими та позбутися ефекту «бульбашки» фільтрів.

І. Побіженко

ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ В УКРАЇНІ ПІД ЧАС ВІЙНИ З РОСІЄЮ

I. Pobizhenko

ELECTRONIC COMMERCE IN UKRAINE DURING THE WAR AGAINST RUSSIA

У 2021 р. до початку повномасштабного нападу росії на Україну електронна комерція в Україні показувала небувале зростання. Головними вимогами у 2021 р. були клієнтоорієнтованість, асортимент, коректна реклама, різні канали комунікацій, продуманість та цільний образ. Головними інструментами були соціальні мережі, нативна реклама, контекстна та таргетована реклама, онлайн-заходи, візуальний контент, цифровий маркетинг, перформанс-маркетинг, контентний маркетинг, робота з інфлюенсерами. На той момент було 7 трендів в електронній комерції: правильна ідентифікація компанії на ринку, актуальне прогнозування, автоматизація бізнес-процесів, розвиток оптимальних моделей на ринку, постійна оптимізація клієнтоорієнтованого сервісу та онлайн присутність, як додаткова можливість, впровадження нових технологій, постійне навчання персоналу, обґрунтоване просування компанії та вимірність результату. Всі показники бізнесу зростали в електронній комерції.

На початку вторгнення росії в Україну українська електронна комерція призупинила свою діяльність. Але вже в др. пол. 2022 р. вона почала зростати за підрахунками prom.ua. Вже в серпні 2022 р. проводилось дослідження стану українського бізнесу, що показувало у відсотках, що серед індустрій найкраще працювали звичайно ІТ — 40% без змін, 46% — з обмеженнями, у e-commerce 29% — як і до війни, 49% — обмежили діяльність. У 84% — e-commerce бізнес залишився, де був. Тільки 58% — e-commerce почали працювати онлайн- офлайн, віддалено. Переважно залишились в Україні — 11%, 24% e-commerce компаній зазнали значних втрат. Змінили свої бізнес-процеси з наступних індустрій — 42% e-commerce-компаній. 42% e-commerce організації до жовтня 2022 р. вже адаптували свої стратегії до сучасних умов. Наприклад, з початку війни деякі бізнеси, які працювали в e-commerce, але займалися виробництвом в Україні, вимушені були переїхати на Західну Україну. Деякі організації перевезли весь штат — менеджмент чи call-центр, а саме виробництво продовжило працювати в м. Харкові під обстрілами. І так дуже багато бізнесів. Деякі бізнеси просто закрились. Інші перезапустились де були або вже на новому місці. Причому, якщо ці виробництва релокувались (або залишились де були), то вони за першої можливості поновили виробництво (якщо, звичайно, їх обладнання та приміщення були не пошкоджені військовими діями росії в Україні або змогли бути поновлені).

Український бізнес кожен день працює зі сподіванням на те, що російські ракети не зруйнують саме їх приміщення. По-іншому неможливо зараз працювати не тільки в м. Харкові, а й в усій Україні. 44% e-commerce компаній адаптувались свої пропозиції щодо актуальних проблем українського та закордонного ринків.

У таких умовах пошук нових клієнтів залишається проблемою 55% компаній e-commerce. З початком війни дуже багато клієнтів різних бізнесів виїхало з України або зараз в окупації, чи були, а хтось не може бути клієнтом e-commerce з причин погіршення матеріального становища. Також багато хто втратив бізнес, роботу, житло, близьких, здоров'я.

Ті компанії електронної комерції, які відкривались та відкриваються під час війни, вимушені зосереджуватись на головному. Наприклад, McDonalds оновив свій сайт і додаток після відкриття ресторанів вже під час війни, залишив у додатку головне меню й головні акції. Маленькі українські виробники e-commerce вимушені урізати свої асортименти, вибираючи одну чи декілька моделей. Щоб залишитись у своєму сегменті чи категорії, дехто вимушений змінювати постачальників матеріалів на інших, тому що інфляція зачепила, звичайно, всі товари, які ввозяться з-за кордону чи виробляються в Україні під час війни. Пошук нових клієнтів для своїх товарів — це найголовніше питання як електронного, так і традиційного бізнесу під час війни для того, щоб залишитись на українському ринку.

E-commerce на початку 2023 р. вже продовжує свій ріст у зв'язку з визволенням окупованих територій Збройними Силами України і віри українського бізнесу в перемогу, хоча за все це Україна платить найвищу ціну життями найкращих синів та дочок України, які помирають і в боях за Україну, за її майбутнє існування, також і в цивільному житті. У майбутньому української e-commerce вже не буде ніякого зв'язку з російською e-commerce. Український ринок буде розвиватись і вже досягати вершин в європейському e-commerce як частина Європейського Союзу та НАТО.

В. Брусенцев, О. Коноваленко

**ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ КУРСУ «ІНТЕЛЕКТУАЛЬНІ СИСТЕМИ»
ДЛЯ ЗДОБУВАЧІВ ГУМАНІТАРНИХ СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ**

V. Brusentsev, O. Konovalenko

**APPLIED ASPECTS OF THE "INTELLIGENT SYSTEMS" COURSE
FOR STUDENTS OF HUMANITARIAN SPECIALTIES**

Стрімке технологічне зростання в усіх сферах діяльності призвело до збільшення обсягів інформації, сформувалося інформаційне суспільство, у якому головними складовими є інформація та знання. У житті суспільства збільшилася роль та важливість інформації і знань, збільшилася доля інформаційних комунікацій, продуктів та послуг. З появою електронних обчислювальних машин почали розвиватися методи та способи обробки інформації і її подання в автоматизованих інформаційних системах, системах управління, системах аналізу та підтримки ухвалення рішень, що сприяло розвитку методів інтелектуалізації. Було встановлено, що інтелектуалізація розроблюваних систем є перспективним напрямом вдосконалення і робить автоматизовані системи затребуванішими та конкурентоздатнішими.

Зважаючи на темпи розвитку сучасних інформаційно-комунікаційних технологій та значного поширення комп'ютерної і мобільної техніки, можна зазначити, що роль курсу «Інтелектуальні системи» є важливою для кожного здобувача, особливо гуманітарних спеціальностей, які безпосередньо є учасниками інформаційно-комунікативного процесу в інформаційному суспільстві. Використання мережі «Інтернет» значно полегшило доступ та обмін інформацією, а методи пошуку в інформаційно-пошукових системах стали більш інтелектуальними, що дозволило їм