

УДК 004.056

Литвишко Л. О., к.е.н., доцент,
Смітюх Ю.Є., здобувачка
бакалаврського рівня вищої освіти,
Національний транспортний університет,
м. Київ, Україна

ВПЛИВ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ НА РОЗШИРЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ В УМОВАХ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ

За останні десятиліття, в умовах діджиталізації економіки, відбулась трансформація світової торгівлі, все більше споживачів роблять покупки онлайн. Використовуючи інтернет-платформи та цифрові технології, компанії можуть легко здійснювати торговельні операції з клієнтами по всьому світу, не сплачуючи значні витрати. Електронна комерція – це технологія, яка забезпечує повний замкнений цикл бізнес-процесів, яка включає замовлення товару/послуги, проведення платежів з використанням цифрових технологій.

Загалом «система електронної комерції» надає певну Інтернет-технологію, яка пропонує учасникам системи наступні можливості:

– виробникам і постачальникам товарів і послуг різних категорій – представити в мережі Інтернет товари і послуги (зокрема он-лайн послуги і доступ до інформаційних ресурсів), приймати через Інтернет і обробляти замовлення клієнтів;

– покупцям (клієнтам) – переглядати каталоги і прайс-листи за допомогою стандартних Інтернет-браузерів [1].

Компанії шукають способи використання електронної комерції для розширення своїх горизонтів і залучення нових партнерів на шляху до розвитку підприємницької діяльності. Діджиталізація, сучасні інформаційні технології в бізнесі сприяють підвищенню конкурентоспроможності підприємств, збільшенню онлайн-продаж і позитивному впливу на потенційних клієнтів [2].

Основними перевагами, які створює електронна комерція, для сучасних

фірм є [3]: доступ до ринків по всьому світу, що дозволяє збільшити продаж товарів і залучити нових клієнтів; зменшення витрат, пов'язаних з експлуатацією та орендою фізичних вітрин, що дозволяє їм встановлювати нижчі ціни на свої товари та послуги; широкі маркетингові інструменти (соціальні мережі, пошукова оптимізація), що сприяє залученню клієнтів та збільшенню доходів; клієнти хочуть зручності, що включає можливість порівнювати ціни та характеристики товарів, а також здійснювати покупки у зручний час і місці, за наявності Інтернету; функції персоналізації, які допомагають компаніям краще задовольняти потреби клієнтів; підвищення лояльності клієнтів за допомогою ексклюзивних акцій та програм винагород; автоматизація процедур, пов'язаних з продажем, що дозволяє компаніям ефективно використовувати свій час і ресурси.

Отже, електронна комерція сприяє зростанню експорту та розвитку міжнародної торгівлі. Зокрема, використання соціальних мереж, SEO та інших стратегій може збільшити доходи від експорту, спрощує для українських компаній вихід на нові міжнародні ринки, дозволяє розширити клієнтуру за межами національних кордонів. У сучасній глобалізованій економіці електронна комерція є важливим інструментом для зростання міжнародної торгівлі та розвитку підприємництва та експорту.

Література

1. Карпенко М. Ю. Електронна комерція: конспект лекцій для студентів спеціальності 073 – Менеджмент / М. Ю. Карпенко ; ХНУМГ ім. О.М. Бекетова.– Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2021. – 146 с.
2. Литвишко Л.О., Безугла К.А. Цифрова трансформація бізнесу в сучасних умовах та в після воєнний період в Україні. *Управління бізнес-процесами та технолог. інновац. в сучасних умовах : Зб. матер. міжнар. наук. конф.* 10-11.11. 2023 року. Ч.1- К: НТУ, 2023. С. 151-154. URL: <http://surl.li/ntctv>
3. О.Г. Пустовіт *Можливості та переваги електронної комерції в підприємницькій діяльності // Одеський національний морський університет – 2023*