

3. Колешня Я. О. Сучасні цифрові бізнес-моделі: сутність, огляд та особливості. *Підприємництво та інновації*. 2022. № 24. С. 87-91.
4. Литовченко О. Ю., Дячек В. В., Мітін М. О. Трансформація бізнес-моделей підприємств в умовах цифровізації економіки. *Економіка та суспільство*. 2024. № 69. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-69-36>.

Грицик О. Ю., д-р екон. наук Гринько Т. В.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИН ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Інтернет-магазин є важливим інструментом підвищення конкурентоспроможності підприємства, оскільки дозволяє розширити канали збуту та забезпечити доступ до ширшої аудиторії споживачів. У сучасних умовах цифрової трансформації бізнесу компанії, які використовують електронну комерцію, отримують переваги у вигляді збільшення обсягів продажів, оптимізації витрат та підвищення рівня клієнтського сервісу. Конкурентоспроможність підприємства значною мірою визначається його здатністю адаптуватися до змін ринкового середовища та впроваджувати інноваційні рішення, зокрема цифрові інструменти торгівлі [2].

Інтернет-магазин дозволяє підприємству працювати 24/7, що створює додаткові можливості для залучення клієнтів, адже покупці можуть здійснювати замовлення у будь-який зручний час. Це особливо важливо в умовах зростаючих очікувань споживачів щодо швидкості та доступності сервісу. Окрім того, електронна комерція сприяє географічному розширенню ринку, оскільки підприємство може продавати товари не лише у межах локального регіону, а й на національному чи навіть міжнародному рівні. Таким чином, інтернет-магазин стає інструментом масштабування бізнесу без значних інвестицій у фізичну інфраструктуру [1].

Важливо також враховувати, що інтернет-магазин підвищує ефективність маркетингових комунікацій підприємства. Цифрові платформи дозволяють збирати дані про поведінку споживачів, аналізувати їхні вподобання та формувати персоналізовані пропозиції. Це сприяє підвищенню рівня лояльності клієнтів і збільшенню конверсії продажів. Використання інструментів аналітики дає

можливість підприємству краще розуміти ринкові тенденції та оперативно реагувати на зміни попиту. Наприклад, аналіз популярності певних товарів дозволяє оптимізувати асортимент і зосередитися на продукції, яка користується найбільшим попитом. Як підкреслюють Г. Маршал та М. Джонсон, сучасний маркетинг базується на орієнтації на потреби споживача, а цифрові інструменти забезпечують можливість глибшого розуміння цих потреб [4, с. 412]. Отже, інтернет-магазин не лише виконує функцію каналу збуту, а й стає джерелом цінної інформації для прийняття управлінських рішень.

Крім того, електронна комерція дозволяє знизити операційні витрати підприємства. У традиційній роздрібній торгівлі значні ресурси спрямовуються на оренду торговельних площ, оплату персоналу та утримання інфраструктури. Інтернет-магазин частково або повністю усуває ці витрати, що підвищує рентабельність бізнесу. Автоматизація процесів обробки замовлень, інтеграція платіжних систем та використання CRM-рішень сприяють оптимізації бізнес-процесів і зменшенню ймовірності помилок. Підприємство може спрямувати зекономлені ресурси на розвиток продукту, маркетинг та інновації. У конкурентному середовищі це забезпечує додаткові переваги, оскільки компанія здатна пропонувати більш вигідні умови для споживачів, зберігаючи при цьому високий рівень прибутковості.

Проте впровадження інтернет-магазину супроводжується певними викликами. Одним із ключових є питання кібербезпеки та захисту персональних даних клієнтів. У сучасних умовах споживачі очікують, що їхня інформація буде надійно захищена, а будь-які транзакції – безпечними. Недостатня увага до цих аспектів може негативно вплинути на репутацію підприємства та знизити рівень довіри з боку клієнтів. Окрім того, конкуренція у сфері електронної комерції є надзвичайно високою, оскільки на ринку представлені як великі маркетплейси, так і численні спеціалізовані інтернет-магазини. Для досягнення успіху підприємству необхідно розробити ефективну маркетингову стратегію, забезпечити зручність користування платформою та високий рівень сервісу [3, с. 307]. Доставка товарів також є важливим елементом конкурентоспроможності, адже споживачі очікують швидкого та надійного виконання замовлень. Оптимізація логістичних процесів і співпраця з надійними партнерами дозволяють підвищити рівень задоволеності клієнтів та зміцнити конкурентні позиції підприємства.

Отже, інтернет-магазин є ефективним інструментом підвищення конкурентоспроможності підприємства, оскільки сприяє розширенню ринків збуту, оптимізації витрат та покращенню взаємодії з клієнтами. Використання цифрових технологій дозволяє підприємству краще адаптуватися до змін ринкового середовища та забезпечувати стійкий розвиток. Конкурентні переваги формуються не лише за рахунок традиційних факторів, але й завдяки інноваціям та цифровізації бізнесу. Тому підприємствам, які прагнуть підвищити свою конкурентоспроможність, доцільно інвестувати у розвиток електронної комерції та інтеграцію сучасних інформаційних технологій у бізнес-процеси. Це забезпечить їм можливість ефективно конкурувати на ринку та відповідати вимогам сучасних споживачів.

Список використаних джерел:

1. Крилов Д. В. Розвиток електронної комерції в Україні в сучасних умовах. *Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління*. 2024. № 12. <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2024-12-03-02>.
2. Мохненко А., Кінка І. Механізм підвищення конкурентоспроможності електронного підприємства в контексті євроінтеграції. *Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління*. 2025. № 22. <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2025-22-04-02>.
3. Шостак Л., Ліпич Л., Павлова С. Вплив електронної е-комерції на інновації бізнес-моделей та нові технології продажу на ринку. *Київський економічний науковий журнал*. 2025. № 9. С. 302-309.
4. Marshall G. W., Johnston M. W. *Marketing Management: 2025 Release*. [Place of publication if known]: McGraw-Hill Education, 2025. 912 p.
5. Гринько Т. В., Гвініашвілі Т. З., Каліберда М. С. Стратегічне управління підприємством в умовах цифрової економіки. *Економіка та суспільство*. 2023. № 50. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-50-71>.

Дежкіна С. А., канд. екон. наук Скрипник Н. Є.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ І ЙОГО ВПЛИВ НА ТРАНСФОРМАЦІЮ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ

Стрімкий розвиток цифрових технологій у XXI столітті суттєво змінює характер функціонування світової економіки. Одним із ключових факторів цих змін виступає штучний інтелект (ШІ), який дедалі активніше інтегрується у різні сфери господарської діяльності. Його використання відкриває нові можливості для підвищення ефективності бізнес-процесів, оптимізації управління