

можливості. Для успіху необхідно гармонізувати законодавство, модернізувати біржі, розвивати посередників і підвищувати фінансову грамотність. Адаптація міжнародного досвіду та залучення іноземного капіталу сприятимуть економічній стабільності та добробуту громадян.

Список використаних джерел

1. Закон України “Про депозитарну систему України” від 06.07.2012 р. № 5178-VI.
2. НКЦПФР. Інформаційна довідка щодо ринків капіталу України, 2023.
3. Селіванова К.В., Ключко Л.А. Фондовий ринок в Україні: проблеми та основні напрями їх вирішення. Молодий вчений, 2020.
4. Мацелюх Н.П. Індикатори розвитку фондових ринків та виклики для України. Економічний вісник, 2019.
5. Національний банк України. Рішення про запровадження е-лімітів, 2017.
6. Інтерфакс-Україна. Статистика використання е-лімітів українцями, 2023.
7. Securities and Exchange Commission (SEC). Regulatory Framework, 2023.
8. Верховна Рада України. Проект закону “Про ринки капіталу” № 5865, 2021.
9. Національний банк України. Звіт про фінансову грамотність, 2023.
10. Warsaw Stock Exchange. Listing of Ukrainian Companies, 2023.
11. Європейський банк реконструкції та розвитку (ЄБРР). Звіт про підтримку депозитарної системи України, 2023.

Бондаренко М.В.,

студентка ОПП «Економіка», 4 курс

Національний університет «Києво-Могиллянська академія»

ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ В ГЛОБАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ

Електронна комерція є важливим рушієм глобальних економічних змін в Інтернет просторі, що пропонує нові можливості для підприємств по всьому світу. Розвиток електронної комерції в умовах сучасної глобалізації змінює як внутрішньо економічні процеси, так і міжнародні торговельні відносини. Підприємства можуть ефективно виходити на міжнародні ринки, знижувати витрати та покращувати обслуговування клієнтів, що забезпечує їм конкурентні переваги, дозволяючи адаптуватися до змін на ринку та вдосконалювати стратегії для залучення нових клієнтів [3, с. 469].

Одним із головних аспектів, що визначає розвиток е-комерції, є можливість значно розширювати ринки збуту продукції для всіх суб'єктів господарювання. Онлайн-торгівля дозволяє бізнесам виходити на міжнародні ринки без необхідності фізичної присутності на ринку іншої країни. Це значно зменшує бар'єри доступу до глобальних ринків для малих та середніх підприємств, скорочуючи потребу у великих інвестиціях у традиційну інфраструктуру. Завдяки платформам, таким як Amazon чи Alibaba, підприємства можуть продавати свої товари в різних країнах, не витрачаючи при цьому гроші на маркетинг, логістику та інші складові традиційного бізнесу [1, с. 140].

За допомогою цифрових технологій е-комерції можна також автоматизувати численні бізнес-процеси. Завдяки цьому підприємства знижують свої операційні витрати, оптимізують процеси виробництва та постачання, інвестують в інновації та швидше реагують на зміни попиту [2].

На сьогодні зміни в трендах та вподобаннях людей відбуваються неймовірно швидко. Електронна комерція надає підприємствам нові можливості для адаптації до вимог споживачів. Оскільки покупці стають все більш вимогливими і інформованими завдяки швидкому доступу до інформації в Інтернеті, підприємства мають змогу створювати маркетингові стратегії, проводити персоналізовані кампанії, пропонуючи продукти та послуги, що відповідають індивідуальним

потребам їх клієнтів. Ці можливості значно полегшують пошук та задоволення потреб різноманітних груп споживачів, які раніше були обмежені через географічні або економічні бар'єри [4, с. 286-287].

Тож через стрімкий розвиток електронної комерції і завдяки можливостям, що вона надає, рівень конкуренції на міжнародній арені значно зростає. Кожен підприємець чи компанія, що виходить на онлайн-ринок, стикається з конкуренцією від тисяч інших постачальників. Для виробників цей аспект є більше викликом, адже це не тільки зменшує маржинальність бізнесу, але й ускладнює процес виділення товарів чи послуг на тлі величезної кількості аналогічних пропозицій. Споживачі можуть миттєво порівнювати ціни, умови доставки, якість продукції і навіть відгуки про постачальників, що робить цей ринок надзвичайно конкурентним [6, с. 15-16]. Саме тому для споживачів це скоріше перевага ніж недолік. Адже в умовах такої розвиненої конкуренції підприємства вимушені удосконалювати не лише свій продукт чи послугу, але й методи просування товару, способи взаємодії з клієнтом та маркетингові стратегії. Методи та підходи, що працювали в умовах традиційної торгівлі, вже не можуть забезпечити успіх на онлайн-ринку. Тому компанії потребують гнучких і інноваційних підходів, що дозволяють їм не лише виживати в умовах великої конкуренції, але й досягати зростання і розвитку [4, с. 287].

Вплив електронної комерції відзначається також з більш глобальної точки зору, а саме з огляду на конкурентоспроможність країн і на розвиток їх економік. Е-комерція стимулює економічне зростання, збільшуючи обсяги торгівлі та створюючи нові робочі місця, особливо в сферах ІТ та цифрових технологій. Інвестиції в цифрові технології та інновації є основними рушіями розвитку е-комерції. За даними Рейтингу світової цифрової конкурентоспроможності IMD (Institute for Management Development), країни, що активно інвестують у цифрову інфраструктуру, займають високі позиції у глобальному рейтингу конкурентоспроможності (рис. 1). Країни, що є лідерами в даному рейтингу часто мають одні з найкращих показників по розвитку е-комерції, оскільки цифровізація бізнес-процесів дозволяє не лише знижувати витрати, але й підвищувати продуктивність праці, розширювати ринки збуту та вдосконалювати обслуговування клієнтів.

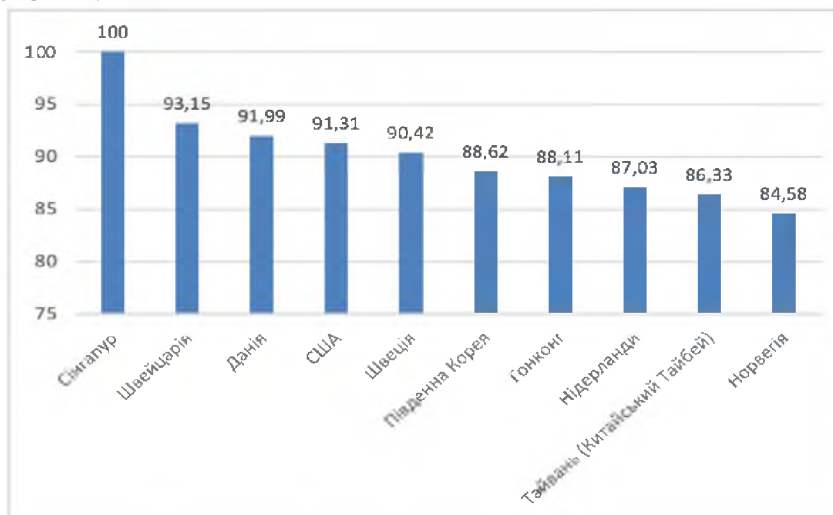


Рис. 1. Топ-10 країн за рейтингом світової цифрової конкурентоспроможності IMD, 2024 рік, од. вим. бали

Джерело: створено автором на основі [5]

Рейтинг світової цифрової конкурентоспроможності IMD представляє загальний рейтинг за 2024 рік для 67 економік, охоплених дослідженням Центру. На рисунку 1 вказано топ-10 країн за даним показником. Оцінки, показані праворуч, є індексами, що генеруються з унікальною метою побудови діаграм і графіків. У 2024 році за версією IMD, лідерами серед найбільш конкурентоспроможних країн стали Сінгапур, Швейцарія та Данія. Ці країни активно інвестують у розвиток е-комерції, технологічні стартапи та інновації, що дозволяє їм зберігати лідерство на міжнародній арені. Наприклад, у Сінгапурі реалізована національна стратегія, що сприяє

розвитку цифрових платформ, в той час як Швейцарія залишається привабливою для інвесторів завдяки високому рівню захисту даних і довірі до цифрових фінансових інструментів [5].

Отже, електронна комерція стала важливим фактором підвищення конкурентоспроможності як окремих підприємств, так і національних економік у глобальному контексті. Вона дозволила малим та середнім підприємствам виходити на міжнародні ринки без значних інвестицій у фізичну інфраструктуру, а всім гравцям ринку оптимізувати свої бізнес-процеси, знижувати витрати, підвищувати продуктивність праці та швидше реагувати на зміни споживчих потреб. Власне, ці аспекти дозволяють не тільки збільшити обсяги торгівлі, а й створювати нові робочі місця в таких галузях, як інформаційні технології та цифровий маркетинг.

Проаналізувавши вплив е-комерції на більш масштабному рівні економік країн світу, варто відзначити, що держави, які активно інвестують у розвиток е-комерції та цифрових інфраструктур, займають високі позиції у глобальних рейтингах конкурентоспроможності. Вони використовують цифровізацію для підвищення економічної ефективності, розширення ринків збуту та поліпшення обслуговування клієнтів. Таким чином, е-комерція є важливим інструментом не лише для підвищення конкурентоспроможності окремих підприємств, але й для зміцнення економічної позиції країн на світовій арені.

Список використаних джерел

1. Плотнікова Л. І. Сутність електронної торгівлі у світовій економіці. *Бізнес інформ*. 2019. № 1. С. 139–144. (дата звернення: 03.04.2025).
2. Соколова Н. Оцінка впливу ефективності бізнес-процесів на конкурентостійкість підприємств електронного бізнесу. *Економіка та суспільство*. 2023. № 53. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-53-47> (дата звернення: 03.04.2025).
3. Afiat M. N., Rijal S. Analysis of the use of e-commerce in improving entrepreneurial business competitiveness. *Jurnal minfo polgan*. 2023. Т. 12, № 1. С. 468–479. URL: <https://doi.org/10.33395/jmp.v12i1.12439> (дата звернення: 03.04.2025).
4. Baula O., Liutak O., Fedyshyn V. Development of electronic commerce and its impact on the domestic and international business environment. *Economic scope*. 2024. URL: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/191-47> (дата звернення: 03.04.2025).
5. IMD World Digital Competitiveness Ranking 2024. Switzerland : IMD: Institute for Management Development, 2024. 214 p. (дата звернення: 03.04.2025).
6. Sahin C. Competitiveness of e-commerce companies: an integrated approach. *International journal of E-business and E-government studies*. 2012. Т. 4, № 1. С. 13–22. (дата звернення: 03.04.2025).

Борисовська Е.О. Роменець Б.Є.,
студенти ОПП «Маркетинг», 3 курс,
Національний університет «Києво-Могилянська академія»
Науковий керівник: Палієнко Т.П.,
PhD з економіки, старший викладач

ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ НА СТРУКТУРУ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ: ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ УКРАЇНИ

Процеси глобалізації докорінно змінюють структуру світової економіки, зокрема впливають на динаміку та напрямки міжнародної торгівлі. В умовах зростаючої взаємозалежності національних економік, розвиток глобальних ланцюгів доданої вартості, цифровізація торгівлі, а також зрушення в геополітичному ландшафті – усе це трансформує міжнародну торгівлю, відкриваючи нові можливості для економік, що розвиваються, таких як Україна [1, с.18]. Водночас глобалізація створює нові виклики, зокрема пов'язані із нерівномірним доступом до ринків, нестабільністю цін, регуляторними бар'єрами, логістичними ризиками та конкуренцією з