

# **ЕЛЕКТРОННА ТОРГІВЛЯ ЯК ЗАСІБ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

**Возняк І.Ю.**

**Науковий керівник – доц. каф. «Менеджменту зовнішньоекономічної та  
інноваційної діяльності», канд. екон. наук. Продіус О.І.**

Актуальність обраної теми пов'язана з тим, що нині виникла негайна потреба у вивченні та впровадженні усіма учасниками ринкових відносин механізмів функціонування електронної економічної діяльності. Підприємства у процесі своєї діяльності стають конкурентами у боротьбі за споживача і їх виживання залежить від ефективного використання своїх переваг.

Перед підприємствами стоїть головна проблема – проблема ефективного ведення торгівельної діяльності. Електронна торгівля є новим засобом розширення торгової мережі в Україні та більшість людей не достатньо з ним ознайомлені [1].

Електронна торгівля є новим засобом проведення торгівельних операцій, вона відкриває нові можливості, які надаються Інтернет-технологіями, для збільшення ефективності за рахунок зниження вартості, розширення потенціалу ринку, а також для більш повного задоволення потреб споживачів [2]. Перш за все необхідно ознайомити потенційних клієнтів з даною системою та її перевагами. Варіант електронної крамниці повинен мати: по-перше, те, що вона інтегрована із внутрішньою системою складського обліку підприємства таким чином, що на її вітрині автоматично відображається актуальний стан: асортимент, ціни, наявність товару на складі тощо. По-друге всі операції стосовно товару здійснюються у режимі «on-line». Отже, весь цикл комерційної операції проводиться безпосередньо в електронній крамниці без участі людини-посередника. Таким чином, отримуємо значну економію затрат на збільшенні кількості клієнтів, що сприяє підвищенню конкурентоспроможності підприємства.

1. Электронная коммерция: Учеб. пособ. / Под ред. Пирогова С.В., 2003 – 428 с.
2. Ярова І.І. Електронна торгівля як перспективний напрямок інноваційного розвитку торгівлі // Вісник Львівської комерційної академії. – 2005. - № 19. – С.421-425