

2. Про електронні документи та електронний документообіг: Закон України від 22.05.2003 р. No 851-IV / Верховна Рада України [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/851-15#Text>.
3. Про електронні довірчі послуги: Закон України від 05.10.2017 р. No 2155-VIII/ Верховна Рада України. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2155-19#Text>.
4. Про захист прав споживачів: Закону України від 12.05.1991 р. No1023-XII/ Верховна Рада України. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12#Text>.
5. E-commerce України: підсумки 2018 року та прогнози на 2019-й [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.statista.com/statistics/379046/worldwide-retail-e-commerce-sales/>.
6. Прес-служба МОЗ. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [https://m.facebook.com/story.php?story\\_fbid=1488700544626379%20&id=261889753974137](https://m.facebook.com/story.php?story_fbid=1488700544626379%20&id=261889753974137).
7. 23 млн. українців регулярно користуються Інтернетом. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://mind.ua/news/20204323-majzhe-23-mln-ukrayinciv-regulyarno-koristuyutsya-internetom-doslidzhennya>.
8. Кондрус Л.Л., Дзивицька О.А. Проблеми розвитку електронної комерції в Україні. [Електронний ресурс]. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.spilnota.net.ua/ua/article/id-1885/>.

*Олександр Дима*

*д.е.н., професор кафедри комерційної діяльності та логістики  
dyma@kneu.edu.ua*

*Артем Ткач*

*Магістр*

*ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана»*

*Pro100art0101@gmail.com*

## **ВПЛИВ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ НА КОМЕРЦІЙНУ ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ТА РОЗВИТОК ХМАРНИХ СЕРВІСІВ ТА МАГАЗИНІВ.**

### **ВЛИЯНИЕ ДИДЖИТАЛИЗАЦИИ НА КОММЕРЧЕСКУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ И РАЗВИТИЕ ОБЛАЧНЫХ СЕРВИСОВ И МАГАЗИНОВ.**

### **THE IMPACT OF DIGITALIZATION ON THE COMMERCIAL ACTIVITIES OF ENTERPRISES AND THE DEVELOPMENT OF CLOUD SERVICES AND STORES.**

**Аннотація.** Загальна тенденція та розвиток цифрових мереж, а також їх постійний розвиток та розширення можливостей дозволяють купувати та продавати, а також організувати ведення комерційної діяльності незалежно від місця знаходження, та додаткових адміністративних витрат, адже всі документи створюються автоматично та зберігаються на електронному носії. Зараз через пандемію поведінка покупців дещо змінилася і це підвищило попит на інтернет-покупки.

**Аннотация.** Общая тенденция и развитие цифровых сетей, а также их постоянное развитие и расширение позволяют производить покупки, продажи, а также организовывать коммерческую деятельность вне зависимости от местонахождения и минимизировать дополнительных административных затрат, поскольку все документы создаются автоматически и хранятся в электронном виде. Теперь из-за пандемии поведение потребителей несколько изменилось, и это увеличило спрос на покупки в Интернете.

**Abstract.** The general trend and development of digital networks, as well as their constant development and expansion allow you to buy and sell, as well as organize business activities regardless of location, and additional administrative costs,

because all documents are created automatically and stored electronically. Now, due to the pandemic, consumer behavior has changed somewhat and this has increased the demand for online shopping.

За умов швидкої діджиталізації та переходу ринків від аналогових торгових майданчиків до онлайн магазинів, проведення покупок в мережі інтернет стало більш зручним способом придбання товарів та замовлення послуг, адже основною перевагою покупок в мережі інтернет є можливість придбати або замовити будь-що незалежно від часу та місця. Найбільше ця можливість розкрила себе під час пандемії COVID-19 у 2020 році, адже тоді влада багатьох країн тимчасово ввела карантинні обмеження, що зачиняли на період карантину фізичні магазини на точки продажів, але свою роботу продовжили саме інтернет-магазини і логістичні компанії, що встигли швидко перелаштуватись до нових умов.

Саме через пандемію збільшилась кількість замовлень через всесвітню мережу інтернет та масовий орієнтир на саме на онлайн-майданчики. Вже існуючі компанії, що ведуть свою комерційну діяльність саме через мережу інтернет зараз намагаються не тільки закріпитися на власних позиціях, але й не втратити потенційних клієнтів через велику кількість таких самих компаній, що вийшли на онлайн-платформи, або створили власні сервіси для замовлень та реалізації продукції.

Таким чином, на сьогодні інформаційні технології є невід'ємною частиною ведення будь-якого виду комерційної діяльності що забезпечує стабільний приріст як потенційних клієнтів, так і інформаційну підтримку для просування власних товарів та послуг на ринку.

Беручи до уваги цитату відомого спеціаліста у сфері маркетингу та менеджменту Теодора Левіта: «Що галузей послуг як таких немає. В деяких галузях сервісної складової більше, ніж в інших» [1, с 41-42]. Підприємства надають послуги у будь-якому вигляді і це залежить від можливостей, політики підприємств. Крім всього наведеного вище, потрібно враховувати не тільки бажання й вимоги споживачів, але і мотивацію, організацію та психологічний стан персоналу.

Окрім поступового розвитку цифрових торговельних майданчиків та витіснення ними аналогових (фізичних) магазинів що в реаліях пандемії 2020 закріпило їх позиції на загальному ринку та дало сильний поштовх для розвитку як сфери торгівлі, так і сфери послуг. Враховуючи всі вище перераховані відомості слід вважати, що тема розвитку «хмарних» сервісів є актуальною та затребуваною до розгляду і детального вивчення можливостей даних сервісів, а також їх переваг та недоліків.

### **Література:**

- 1) Levitt T. Production-Line Approach to Services / T. Levitt. — Harvard Business Review. — 1972. — September–October. — P. 41–52.
- 1) Levitt T. (1972) Production-Line Approach to Services, Harvard Business Review.