

УДК 339.5:004.738.5:658

DOI: 10.31673/2415-8089.2026.019905

Нікульнікова Ганна Володимирівна
кандидат економічних наук, доцент,
Криворізький національний університет
Астаф'єва Катерина Олександрівна
кандидат економічних наук, доцент,
Криворізький національний університет

МАКРО- ТА МІКРОЕКОНОМІЧНІ ЕФЕКТИ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ У ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

У статті досліджено вплив електронної комерції на зовнішньоекономічну діяльність підприємств у територіальному вимірі. Актуальність теми зумовлена прискоренням цифровізації міжнародної торгівлі, зростанням ролі цифрових платформ та необхідністю адаптації підприємств і державної політики до нових умов глобальної конкуренції.

Метою дослідження є теоретичне обґрунтування та систематизація макро- і мікроекономічних ефектів розвитку електронної комерції, а також визначення напрямів підвищення ефективності її використання у зовнішньоекономічній діяльності підприємств.

У результаті дослідження уточнено економічну сутність електронної комерції в системі міжнародної торгівлі, розкрито трансформацію моделей зовнішньоекономічної діяльності під впливом цифровізації та обґрунтовано взаємозв'язок змін на рівні підприємств і територій. Виявлено, що впровадження електронних каналів збуту змінює структуру витрат і доходів підприємств, підвищує їх конкурентоспроможність та розширює доступ до зовнішніх ринків. На макроекономічному рівні розвиток електронної комерції сприяє диверсифікації експорту, інтеграції у глобальні ланцюги вартості та посиленню економічної активності території.

Основні висновки полягають у тому, що ефективність розвитку електронної комерції залежить від узгодженості державної політики та стратегій підприємств, а також від рівня розвитку цифрової інфраструктури й інституційного середовища. Системний підхід до використання електронної комерції забезпечує формування синергетичного ефекту та підвищення конкурентоспроможності у сфері зовнішньоекономічної діяльності.

Ключові слова: електронна комерція, зовнішньоекономічна діяльність, цифровізація, міжнародна торгівля, конкурентоспроможність підприємств, макроекономічні ефекти, цифрова інфраструктура.

Постановка проблеми. Сучасний етап розвитку світової економіки характеризується глибокою цифровою трансформацією господарських процесів. Одним із найбільш динамічних проявів цієї трансформації є розвиток електронної комерції, яка поступово змінює не лише форми взаємодії між продавцем і споживачем, а й саму логіку здійснення зовнішньоекономічної діяльності підприємств. Цифрові платформи, транснаціональні маркетплейси, електронні платіжні системи та інструменти онлайн-маркетингу формують нову інфраструктуру міжнародної торгівлі, що виходить за межі традиційних каналів експорту й імпорту.

Для національної економіки це означає не просто зростання обсягів транскордонних операцій, а структурні зміни у механізмах формування доданої вартості, зайнятості та податкових надходжень. Електронна комерція створює передумови для розширення участі малих і середніх підприємств у міжнародних ринках, знижує бар'єри входу на зовнішні ринки та трансформує конкурентне середовище. Водночас вона породжує нові виклики для державного регулювання, валютної політики, митного адміністрування та забезпечення економічної безпеки.

На макроекономічному рівні постає питання оцінки впливу електронної комерції на структуру зовнішньої торгівлі, платіжний баланс, рівень цифровізації економіки та динаміку ВВП. Однак ці ефекти не є однозначними. Поряд із позитивними результатами, такими як розширення експортного потенціалу та інтеграція у глобальні ланцюги створення вартості, спостерігаються ризики посилення імпоротної залежності, витоку капіталу через глобальні платформи та нерівномірного розподілу доходів.

На мікроекономічному рівні електронна комерція змінює модель функціонування підприємств. Вона впливає на структуру витрат, систему збуту, формування цінової політики, організацію логістики та управління клієнтськими відносинами. Для підприємств, що здійснюють зовнішньоекономічну діяльність, цифрові канали продажу стають не лише додатковим інструментом просування, а стратегічним чинником конкурентоспроможності. Проте адаптація до цифрового середовища потребує інвестицій, зміни організаційної культури та підвищення цифрових компетенцій персоналу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема розвитку електронної комерції у зовнішньоекономічній діяльності активно обговорюється в сучасній науковій літературі. У зарубіжних публікаціях зосереджено увагу на загальних механізмах впливу цифрової торгівлі на міжнародну економіку. Так, автори Хань і Вейці Чжу розглядали трансформацію традиційної міжнародної торгівлі під впливом електронної комерції, вказуючи на зміни у ринковій структурі і ролі посередників у торгівлі між країнами [4]. Важливим внеском у розуміння місця електронної торгівлі у глобальній економіці є огляд літератури Г. Вей, який аналізує, як онлайн-продажі змінюють традиційні торговельні патерни, а також звертає увагу на нерозв'язані регуляторні проблеми, пов'язані з оподаткуванням та захистом даних [5].

Дослідження в міжнародному контексті також приділяють увагу практичним аспектам участі підприємств у зовнішньоекономічній діяльності через цифрові канали. Наприклад, стаття, присвячена впливу електронної комерції на міжнародну торгівлю в Євросоні авторів N. Gezgın та Ç. Başarır, виявляє позитивні тенденції в розширенні доступу до ринку для компаній через інтернет-торгівлю, що підкреслює роль електронної комерції у підтримці глобального обміну товарами та послугами [3].

Вітчизняні наукові праці також розкривають важливі аспекти проблеми. Так, робота О. Згурської, М. Мартиненка та Н. Ільющенка описує сучасні тренди розвитку електронної комерції в умовах цифровізації, звертаючи увагу на необхідність інтеграції українських підприємств у глобальний інтернет-простір та подолання цифрового розриву [6]. Аналітичне дослідження Л. Давидюка та І. Шварца розглядає електронну комерцію як фактор розвитку зовнішньоекономічної діяльності та пропонує кількісні підходи для оцінки споживчого попиту на міжнародних ринках, приділяючи увагу міжнародним маркетплейсам як інструментам розширення експортних можливостей [1]. Ця робота дозволяє глибше зрозуміти поведінкові чинники та ринкові сили, що визначають ефективність використання електронної комерції у зовнішньоекономічній діяльності.

Незважаючи на наявність значної кількості праць, деякі аспекти залишаються недостатньо висвітленими. У більшості досліджень аналізується загальний вплив електронної комерції на міжнародні ринки або розглядаються окремі механізми торгівлі, не завжди пов'язуючи їх із конкретними мікроекономічними наслідками для підприємств у зовнішньоекономічній діяльності. Менше уваги приділено систематичній оцінці взаємозв'язку між стратегічними рішеннями окремих підприємств щодо цифрових каналів збуту та їхніми довгостроковими економічними результатами на зовнішніх ринках. Також недостатньо всебічно досліджено, яким чином державна політика та інституційне середовище впливають на здатність підприємств скористатися можливостями, що створюються електронною комерцією, у міжнародному контексті. Таким чином, проведені дослідження підтверджують важливість електронної комерції в міжнародній торгівлі і пропонують різні підходи до її аналізу, але недосконалість комплексної оцінки як макро-, так і мікроекономічних ефектів зумовлює необхідність додаткового наукового осмислення цих аспектів.

Мета статті. Мета статті полягає у теоретичному обґрунтуванні та системному аналізі макроекономічних і мікроекономічних ефектів розвитку електронної комерції у зовнішньоекономічній діяльності підприємств, а також у виявленні їх взаємозв'язку з метою визначення напрямів підвищення ефективності участі суб'єктів господарювання в міжнародній торгівлі в умовах цифровізації економіки.

Методи дослідження. Методологічну основу дослідження становить поєднання загальнонаукових і спеціальних економічних підходів, що забезпечують комплексне осмислення впливу електронної комерції на зовнішньоекономічну діяльність підприємств у територіальному вимірі. Вибір методів зумовлений необхідністю одночасного аналізу процесів на макро- та мікроекономічному рівнях і виявлення їх взаємозв'язку.

Теоретичне узагальнення базується на використанні абстрактно-логічного методу, який дозволив уточнити економічну сутність електронної комерції в системі міжнародної торгівлі та розкрити трансформацію моделей зовнішньоекономічної діяльності під впливом цифровізації. Застосування системного підходу дало змогу розглядати електронну комерцію як елемент ширшої економічної структури, де інституційне середовище, цифрова інфраструктура та стратегічна поведінка підприємств формують єдиний механізм розвитку.

Оцінювання мікроекономічних ефектів ґрунтувалося на методах структурного аналізу та логічного моделювання. Це забезпечило можливість дослідити зміни у витратах і доходах підприємств, визначити вплив цифрових платформ на конкурентоспроможність та розкрити механізми формування економічної результативності в умовах цифрового торговельного середовища.

Узагальнення отриманих результатів здійснено на основі методу наукової абстракції та графічного моделювання, що дозволило сформулювати концептуальну схему взаємодії макро- та мікроекономічних ефектів. Такий підхід забезпечив цілісність дослідження та обґрунтованість висновків щодо напрямів підвищення ефективності використання електронної комерції у зовнішньоекономічній діяльності підприємств.

Виклад основного матеріалу. Електронна комерція сьогодні є не просто альтернативним каналом продажу, а повноцінним сегментом міжнародної торгівлі. Її економічна сутність полягає у здійсненні торговельних операцій через цифрові платформи, які забезпечують укладення угод, оплату, інформаційний супровід і комунікацію між контрагентами незалежно від їх географічного розташування. У системі міжнародної торгівлі електронна комерція знижує трансакційні витрати. Підприємства отримують можливість виходити на зовнішні ринки без створення розгалуженої мережі представництв або залучення численних посередників, водночас споживачі отримують ширший вибір і доступ до товарів з інших країн у більш стислий час.

Особливістю електронної комерції є те, що вона поєднує матеріальні та нематеріальні потоки, фізичний товар може перетинати кордон, але сам процес укладання угоди, маркетинг і платіж відбуваються в цифровому середовищі. Це змінює логіку формування вартості та впливає на структуру доходів підприємств, що здійснюють зовнішньоекономічну діяльність.

Електронна комерція стає складовою глобального торговельного механізму, де ключову роль відіграють швидкість обміну інформацією, рівень цифрової довіри та доступ. Цифровізація змінює традиційні моделі зовнішньоекономічної діяльності, якщо раніше вихід на міжнародний ринок вимагав значних ресурсів і тривалих підготовчих процедур, то сьогодні підприємство може інтегруватися у глобальний простір через електронні платформи. Змінюється структура витрат: частка витрат на фізичну присутність за кордоном зменшується, натомість зростає роль інвестицій у цифровий маркетинг, аналітику даних і логістичні сервіси. Конкуренція стає більш інтенсивною, оскільки на одному цифровому майданчику одночасно присутні виробники з різних країн. Також відбувається переорієнтація стратегій. Підприємства більше уваги приділяють персоналізації пропозиції, швидкості реагування на запити клієнтів та формуванню довіри в онлайн-середовищі. Зовнішньоекономічна діяльність перестає бути окремим напрямом і дедалі більше інтегрується у загальну цифрову стратегію компанії. У територіальному вимірі це означає, що регіони з вищим рівнем цифрового

розвитку отримують додаткові можливості для розширення міжнародної присутності своїх підприємств. Водночас території з недостатньо розвинутою інфраструктурою стикаються з обмеженнями у використанні потенціалу електронної торгівлі.

Макро- і мікроекономічні ефекти розвитку електронної комерції тісно взаємопов'язані. З одного боку, рішення окремих підприємств щодо впровадження цифрових каналів збуту формують загальну динаміку зовнішньої торгівлі. З іншого боку, стан національної цифрової інфраструктури та регуляторного середовища впливає на можливості підприємств реалізувати свій потенціал. Якщо підприємства активно використовують електронні платформи для експорту, це сприяє зростанню обсягів зовнішньої торгівлі та диверсифікації ринків збуту. У свою чергу, позитивна макроекономічна динаміка створює сприятливі умови для подальших інвестицій у цифрові рішення. Водночас існує і зворотний ефект. Недостатній розвиток цифрової інфраструктури або регуляторні бар'єри можуть стримувати активність підприємств, навіть якщо вони мають конкурентні продукти. Отже, макроекономічні та мікроекономічні результати розвитку електронної комерції формують єдину систему, в якій кожен рівень підсилює або обмежує інший.

Поширення електронної комерції супроводжується змінами у структурі зовнішньої торгівлі: зростає частка малих і середніх підприємств серед експортерів, оскільки цифрові канали знижують бар'єри входу на міжнародні ринки, що сприяє більшій диверсифікації товарної та географічної структури експорту. У територіальному розрізі можна спостерігати, що регіони з розвинутою цифровою інфраструктурою демонструють більш високі темпи зростання транскордонних операцій. Поступово формується нова модель торговельної активності, де обсяги операцій залежать не лише від виробничого потенціалу, а й від рівня цифрової готовності території. Крім того, електронна комерція впливає на структуру імпорту – споживачі отримують прямий доступ до іноземних виробників, що підвищує конкуренцію на внутрішньому ринку, що стимулює національні підприємства до підвищення якості продукції та вдосконалення сервісу [2]. Електронна торгівля розширює експортний потенціал території, підприємства можуть тестувати попит на нових ринках без значних витрат, що зменшує ризики виходу за кордон, що особливо важливо для малих компаній, які раніше не мали доступу до міжнародних каналів збуту.

Інтеграція у глобальні ринки відбувається швидше завдяки цифровим платформам, які забезпечують стандартизовані умови співпраці та спрощують логістику. У результаті територія стає більш відкритою до міжнародної кооперації, а її підприємства отримують можливість брати участь у глобальних ланцюгах створення вартості. Проте ефект не є автоматичним. Для його реалізації необхідна узгоджена політика підтримки цифрового розвитку та стимулювання експорту. Лише за таких умов електронна комерція може стати стабільним фактором зростання. Цифрова інфраструктура є основою розвитку електронної комерції. Якість інтернет-з'єднання, доступність платіжних систем, ефективність логістики визначають можливості підприємств працювати на зовнішніх ринках і якщо ці елементи розвинені недостатньо, масштаби електронної торгівлі залишаються обмеженими.

Не менш важливим є інституційне середовище. Прозорі правила ведення бізнесу, захист прав інтелектуальної власності, спрощені митні процедури формують довіру учасників ринку, а саме довіра є ключовою умовою функціонування цифрової торгівлі. У територіальному вимірі поєднання розвинутої інфраструктури та ефективного регулювання створює передумови для зростання обсягів зовнішньої торгівлі та посилення конкурентоспроможності підприємств. Саме тому макроекономічні результати розвитку електронної комерції значною мірою залежать від здатності території забезпечити сприятливе цифрове середовище.

Впровадження електронних каналів збуту істотно змінює внутрішню економіку підприємства. Передусім трансформується структура витрат: частина витрат, пов'язаних із фізичною присутністю на зовнішньому ринку, поступово зменшується, натомість зростають витрати на цифровий маркетинг, просування в онлайн-середовищі, обслуговування електронних платформ та аналітику даних. Водночас відбувається перерозподіл постійних і змінних витрат. Для багатьох підприємств цифрові інструменти дозволяють знизити витрати

на посередників і прискорити оборот капіталу. Швидкість обробки замовлень і здійснення платежів підвищує ліквідність, що особливо важливо у зовнішньоекономічній діяльності, де часовий фактор має суттєве значення.

Структура доходів також зазнає змін. Електронна комерція відкриває доступ до ширшої клієнтської бази, що може забезпечити зростання обсягів реалізації, разом із тим посилюється цінова конкуренція, тому маржинальність окремих товарів може знижуватися. У результаті підприємство вимушене шукати баланс між обсягом продажів і рівнем рентабельності. Цифрове середовище формує нові правила конкуренції: підприємства, що активно використовують електронні канали, отримують можливість швидко реагувати на зміни попиту та адаптувати асортимент до вимог іноземних споживачів, що підвищує їх гнучкість і зміцнює позиції на зовнішніх ринках [5].

Конкурентоспроможність дедалі більше залежить не лише від ціни чи якості продукції, а й від рівня сервісу, швидкості доставки та репутації в онлайн-просторі. Формування довіри стає стратегічним завданням. Відгуки клієнтів, прозорість умов співпраці та безпека розрахунків безпосередньо впливають на обсяги продажів. Ринкова поведінка підприємств також змінюється – вони переходять від пасивної моделі експорту до активного управління присутністю на цифрових платформах. Це передбачає постійний моніторинг ринкових трендів, аналіз конкурентів і використання інструментів персоналізації. Таким чином, електронна комерція стимулює стратегічне переосмислення зовнішньоекономічної діяльності.

Економічна результативність використання цифрових платформ проявляється у зростанні обсягів експорту, розширенні географії продажів та підвищенні швидкості виходу на нові ринки. Для підприємства це означає зменшення бар'єрів міжнародної експансії та можливість тестувати нові напрями без значних інвестицій, проте позитивний ефект не є гарантованим. Результативність залежить від якості управління цифровими каналами, правильного позиціонування товару та здатності адаптувати пропозицію до специфіки зовнішнього ринку. За відсутності чіткої стратегії цифрові платформи можуть стати лише додатковим витратним елементом.

У цілому мікроекономічні ефекти розвитку електронної комерції визначаються здатністю підприємства інтегрувати цифрові інструменти у свою бізнес-модель та забезпечити узгодженість між виробничими, логістичними й маркетинговими процесами. Результати розвитку електронної комерції формуються на перетині державної політики та корпоративних стратегій. Якщо на рівні території створено сприятливе регуляторне середовище, підприємства активніше впроваджують цифрові інструменти у зовнішньоекономічну діяльність. Спрощені митні процедури, підтримка експорту та розвиток цифрової інфраструктури стимулюють підприємницьку ініціативу.

У свою чергу, активність бізнесу впливає на макроекономічні показники, а зростання обсягів електронного експорту сприяє розширенню податкової бази та зміцненню позицій території на міжнародному ринку. Таким чином, формується взаємопосилюючий ефект, у межах якого державна політика і корпоративні рішення взаємодіють (рис. 1).

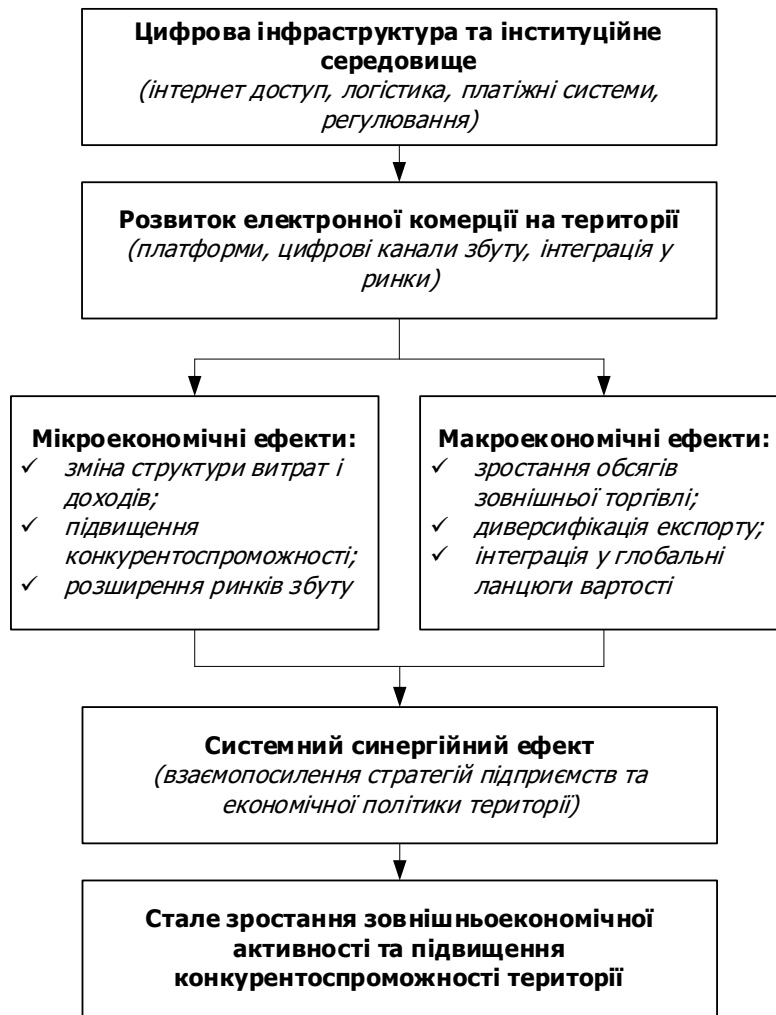


Рис. 1. Концептуальна модель макро- та мікроекономічних ефектів розвитку електронної комерції у зовнішній діяльності підприємств

Джерело: сформовано авторами

Рисунок 1 відображає логіку дослідження та демонструє причинно-наслідкові зв'язки між ключовими елементами. Вихідною умовою виступає стан цифрової інфраструктури та інституційного середовища території, тому вони визначають масштаби й темпи розвитку електронної комерції. Розвиток електронної комерції генерує мікроекономічні ефекти на рівні підприємств та макроекономічні ефекти на рівні території. Ці ефекти не існують ізольовано, вони взаємодіють і формують синергетичний результат.

Узгодженість державної політики та стратегій підприємств забезпечує перехід від окремих позитивних змін до системного зростання зовнішньоекономічної активності, саме ця взаємодія є ключовим науковим результатом проведеного дослідження.

Розвиток електронної комерції створює системні ефекти, що виходять за межі окремих підприємств. Зростає прозорість ринку, посилюється конкуренція, підвищується швидкість обміну інформацією, що стимулює підвищення якості продукції та удосконалення сервісу. Разом із тим існують і ризики: підприємства стають більш залежними від глобальних цифрових платформ та зовнішніх технологічних рішень, посилюється конкуренція з боку іноземних виробників, що може ускладнити становище менш підготовлених компаній, а також виникають загрози, пов'язані з кібербезпекою та захистом комерційної інформації [1].

Системний характер цих процесів вимагає комплексного підходу до управління розвитком електронної комерції як на рівні підприємства, так і на рівні території. Підвищення ефективності використання електронної комерції передбачає узгодження цифрової стратегії підприємства із загальною моделлю його розвитку. Важливо, щоб електронні канали збуту

були інтегровані у виробничі та логістичні процеси, а не функціонували ізольовано. На територіальному рівні необхідно забезпечити стабільне цифрове середовище, яке підтримує інноваційну активність підприємств. Інвестиції в інфраструктуру, розвиток професійних компетенцій та формування довіри у цифровому просторі створюють умови для стійкого зростання.

Отже, ефективність розвитку електронної комерції визначається не лише технологічними можливостями, а й узгодженістю дій усіх учасників економічного процесу. Саме така узгодженість забезпечує синергію макро- та мікроекономічних результатів і сприяє зміцненню позицій підприємств у міжнародному середовищі.

Висновки та перспективи подальших досліджень. У статті здійснено комплексне осмислення впливу електронної комерції на зовнішньоекономічну діяльність підприємств у територіальному вимірі. Доведено, що цифровізація міжнародної торгівлі формує нову логіку економічної взаємодії, у межах якої електронні платформи, цифрові канали збуту та інформаційні технології стають ключовими інструментами інтеграції у глобальні ринки. Електронна комерція розглядається не як допоміжний механізм реалізації продукції, а як структурний елемент сучасної зовнішньоекономічної системи.

Встановлено, що на мікроекономічному рівні впровадження електронних каналів збуту змінює структуру витрат і доходів підприємств, підвищує гнучкість їх ринкової поведінки та посилює конкурентні позиції на зовнішніх ринках. Зростає роль цифрових компетенцій, управління даними та швидкості прийняття управлінських рішень. Водночас на макроекономічному рівні розвиток електронної комерції сприяє активізації зовнішньоторговельної діяльності, розширенню географії експорту та глибшій інтеграції територій у глобальні ланцюги створення вартості.

Обґрунтовано, що результативність цих процесів визначається якістю цифрової інфраструктури, рівнем розвитку інституційного середовища та узгодженістю державної політики з бізнес-стратегіями підприємств. Взаємодія мікро- та макроекономічних ефектів має взаємопосилювальний характер і формує системний результат, який проявляється у зростанні зовнішньоекономічної активності та підвищенні конкурентоспроможності територій.

Перспективи подальших досліджень доцільно пов'язувати з поглибленим кількісним оцінюванням впливу електронної комерції на показники зовнішньої торгівлі, аналізом галузевих особливостей цифрової трансформації, а також із дослідженням регіональних диспропорцій у рівні цифрового розвитку. Окремої уваги потребує вивчення ризиків цифрової залежності, трансформації глобальних ланцюгів вартості та впливу новітніх технологій на структуру міжнародної конкуренції. Подальший розвиток цієї проблематики сприятиме формуванню більш обґрунтованих управлінських рішень у сфері зовнішньоекономічної діяльності в умовах цифрової економіки.

References:

1. Davydiuk, L. P. & Shvarts, I. V. (2026). Elektronna komertsiiia u rozvytku zovnishnoekonomichnoi diialnosti pidpriemstva : analitychni pidkhody ta kilkisna otsinka spozhyvchoho popytu [E-commerce in the Development of a Company's Foreign Economic Activity: Analytical Approaches and Quantitative Assessment of Consumer Demand]. Investytsii : praktyka ta dosvid. 1. 105–112. <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2026.1.105>.
2. Dubel, M. V. & Barvichenko, O. O. (2023). Osoblyvosti elektronnoi komertsii v Ukraini v umovakh viiny [Specific Features of E-commerce in Ukraine under Wartime Conditions]. Pidpriemnytstvo ta innovatsii. 2023. 27. 16–22. <https://doi.org/10.32782/2415-3583/27.2>.
3. *Gezgin, N. & Başarır, Ç. (2024). The impact of e-commerce on international trade : a research for the eurozone. International Journal of Management Economics and Business. <https://doi.org/10.17130/ijmeh.1473457>.*
4. Han, J. & Zhu, W. (2024). Research on the change and development of international trade under the environment of electronic commerce. Academic Journal of Business & Management. 6(4). <https://dx.doi.org/10.25236/AJBM.2024.060426/>.

5. Wei, H. (2025). Impact of Cross-Border E-commerce on Traditional Trade Patterns: A Literature Review. *Advances in Economics, Management and Political Sciences*. <https://doi.org/10.54254/2754-1169/2024.19279>.

6. Zghurska, O. M. & Martynenko, M. O. (2023). Iliushchenko N. V. Suchasni trendy rozvytku elektronnoi komertsii v umovakh didzhytalizatsii suspilstva. *Ekonomika [Contemporary Trends in the Development of E-commerce under the Conditions of Societal Digitalization]*. *Menedzhment. Biznes*. 2023. 1-2(41). 32–39. <https://doi.org/10.31673/2415-8089.2023.120660>.

NIKULNIKOVA HANNA, ASTAFIEVA KATERYNA. MACRO- AND MICROECONOMIC EFFECTS OF THE DEVELOPMENT OF E-COMMERCE IN THE FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY OF ENTERPRISES. *The relevance of studying the impact of e-commerce on the foreign economic activity of enterprises is driven by profound structural shifts in the global economy occurring under the influence of digital technologies. The digitalization of trade processes is transforming traditional mechanisms for entering foreign markets, reshaping distribution channels, methods of communication with partners, and approaches to building competitive advantages. Under these conditions, e-commerce is no longer merely an alternative sales instrument but is becoming a system-forming element of international economic interaction. This necessitates a deeper theoretical understanding of its role in shaping a new architecture of foreign economic relations.*

Particular attention should be paid to the issue of aligning processes taking place at the level of individual enterprises with broader macroeconomic trends in territorial development. The expansion of digital platforms affects the cost and revenue structures of business entities, alters the nature of competition, and opens new opportunities for integration into global markets. At the same time, new challenges are emerging at the level of states and regions, related to the need to develop digital infrastructure, improve regulatory frameworks, and ensure an appropriate institutional environment. Thus, e-commerce acts as a factor that simultaneously generates microeconomic incentives and macroeconomic consequences.

The article focuses on the economic essence of e-commerce in the context of international trade, the transformation of foreign economic activity models under the influence of digitalization, and the interconnection between enterprise performance and the development of territorial economic systems. Special emphasis is placed on the role of digital infrastructure and public policy as determinants of the scale and quality of integration into the global digital environment. The issue of generating a systemic effect from the use of electronic sales channels and digital platforms is examined, along with the potential risks accompanying these processes.

The generalization of these aspects makes it possible to consider e-commerce not only as a technological phenomenon but as a multidimensional economic phenomenon that influences the dynamics of foreign trade, enterprise competitiveness, and the strategic orientations of territorial development. The growing role of digital tools in international economic interaction underscores the need for a comprehensive approach to studying their impact and for developing scientifically grounded foundations for the further advancement of foreign economic activity under conditions of digital transformation.

Keywords: *e-commerce, foreign economic activity, digitalization, international trade, enterprise competitiveness, macroeconomic effects, digital infrastructure.*

Надійшла до редакції: 20.02.2026

Прийнято до друку: 03.03.2026

Опубліковано: 27.03.2026

© 2026 Нікульнікова Г.В., Астаф'єва К. О.

Цей матеріал ліцензовано за умовами CC BY 4.0. <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>