

— послідовне узгодження національного законодавства з європейськими стандартами [4, С. 126].

Університети, володіючи експертизою в освітній, науковій і аналітичній площинах, можуть виступати координуючими центрами таких змін, а впровадження спеціалізованих модулів з електронної комерції – одним із найбільш практичних і швидких кроків у цьому напрямі.

Отже, цифрове підприємництво через розвиток електронної комерції має суттєвий потенціал для підтримки інклюзивного регіонального розвитку в Україні, особливо в контексті повоєнної відбудови та євроінтеграції. Реалізація цього потенціалу можлива за умови, що освітня система, бізнес-середовище та державна політика будуть діяти синхронно: формуючи компетентних суб'єктів цифрової економіки, забезпечуючи для них прозорі й передбачувані принципи та створюючи умови, за яких переваги цифровізації стають доступними для широкого кола громадян і територій, а не лише для великих центрів зосередження капіталу й технологій.

#### Список використаних джерел

1. Стендер С.В., Лисак О.І., Лук'яненко Н.Е. Розвиток електронної комерції та її вплив на цифрову економіку. *Академічні візії*. 2023. Випуск 24. С. 1-13. <http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.8420621>
2. Цимбалюк, І., Хомюк, Н., Цимбалюк, С. Інклюзивний розвиток ІТ-сфери в Україні як можливість залучення соціально-вразливих груп до цифрової економіки. *Економіка та суспільство*. 2025. № 75. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-75-36>
3. Коноваленко А. С. Напрями підвищення ефективності управління проектами. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного (економічні науки)*. 2023. № 2(48). С. 140-147.
4. Болтянська Л. О., Лисак О. І. Практичні аспекти бізнес-проекування в повоєнний період. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного (економічні науки)*. 2023. № 2(48). С. 122-134.

УДК 339.9:004.738.5

### КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПОДОЛАННЯ БАР'ЄРІВ У МІЖНАРОДНІЙ ЕКОНОМІЧНІЙ ІНТЕГРАЦІЇ

**Куцевол О. А.**

студент бакалаврату,

Державний торговельно-економічний університет, м. Київ, Україна.

**Ружинська О. В.**

доктор філософії, асистент кафедри світової економіки,

Державний торговельно-економічний університет, м. Київ, Україна.

ORCID: 0000-0001-5787-8103

В умовах глобалізації світової економіки та поглиблення міжнародної економічної інтеграції ключовими залишаються не лише традиційні економічні фактори такі як тарифи, квоти, а й культурні та комунікаційні аспекти взаємодії. Розвиток інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) трансформує взаємодію міжнародної торгівлі, особливо в секторі послуг, знижуючи географічні та часові бар'єри. Теоретичні дослідження, зокрема модель культурних вимірів Г. Хофстеде [5], вказує на те, що велика «культурна дистанція» між країнами діє як додатковий податок, збільшуючи трансакційні витрати на адаптацію менеджменту та маркетингу.

Сучасні цифрові інструменти перестали бути допоміжними засобами зв'язку і перетворилися на фундаментальні умови конкурентоспроможності на міжнародній арені. Можна виділити кілька ключових напрямів, що сприяють інтеграції:

1. Генеративний Штучний Інтелект (AI) як засіб локалізації. Впровадження AI у сферу ділової комунікації дозволяє приборати вплив «культурного шуму» — непорозумінь, викликаних мовними чи контекстуальними відмінностями. Технології ШІ створені не лише для перекладу, а й для глибокої адаптації контенту до культурних відмінностей. Згідно з опитуваннями, використання генеративного ШІ забезпечує загальну ефективність комунікації на 38%, полегшує генерацію ідей на 34% та знижує операційні витрати на 33% [1]. Для експортерів це може стати важливим інструментом для збереження ресурсів та підвищення ефективності.

2. Блокчейн-технології та смарт-контракти. У міжнародній інтеграції залишається нематеріальним активом є довіра, що переважає в ринках, що розвиваються. Використання блокчейну для документообігу дозволяє замінити необхідність міжособистісної довіри на гарантію прозорості. Порівняльний аналіз показує, що транскордонні розрахунки по блокчейну проходять менше ніж за 1 годину (проти 3–5 днів у системі SWIFT), а витрати на перевірку документів за допомогою автоматизації знижуються на 90% [2]. Це також дозволяє знизити ризики шахрайства на 70%, що є критичним для безпеки торговельних умов.

3. VR-технології в освіті та підготовці кадрів. Традиційні методи навчання часто не здатні підготувати фахівців до стресових умов реальних міжнародних переговорів. Зміна підходу до підготовки кадрів через віртуальну реальність (VR) дозволяє моделювати бізнес-ситуації та вивчати культурні нюанси партнерів на практиці. Дослідження демонструють, що навчання у VR відбувається в 4 рази швидше, а впевненість співробітників у своїх навичках після таких тренінгів зростає на 275% [3] порівняно з традиційним навчанням, що є критичним для успішних переговорів. Це дозволяє уникати помилок, які могли б коштувати компанії розрив контрактів.

4. Інфраструктура 5G та оптимізація мережі. Високошвидкісні мережі є критично важливою базою для транскордонного аутсорсингу та управління логістикою в реальному часі. Важливо зазначити, що 68% телекомунікаційних провайдерів вже використовують ШІ для автоматизації та оптимізації таких мереж [4], що забезпечує мінімальну затримку передачі даних для транскордонного аутсорсингу та управління логістикою в реальному часі.

5. Окрему увагу слід приділити перспективам України. Інтеграція до Єдиного цифрового ринку ЄС вимагає від України не лише гармонізації законодавства (GDPR), а й подолання цифрових відмінностей. Впровадження технологій, зокрема блокчейну в митних та штучному інтелекті в експортному маркетингу, дозволить українському бізнесу компенсувати стереотипи щодо інституційних ризиків та стати надійним партнером для європейських країн.

Отже, успішна міжнародна економічна інтеграція вимагає поєднання економічних рішень з інвестиціями у цифрову інфраструктуру. Штучний інтелект може стерти мовні бар'єри, 5G та хмарні технології здатні об'єднати ринки, а блокчейн виступає гарантом чесності. За умов розвитку та використання цих технологій інтеграція країн для світогосподарських зв'язків стане значно ефективнішою та стійкішою до криз.

#### Список використаних джерел:

1. Generative artificial intelligence (AI) in business : Statistics report on generative artificial intelligence (AI) in business worldwide 2025. Statista. 2025. URL: <https://www.statista.com/study/144941/generative-artificial-intelligence-in-business/> (дата звернення 24.11.2025).
2. Blockchain Technology and Its Applications in International Trade Documentation. ResearchGate. URL: [https://www.researchgate.net/publication/397170100\\_Blockchain\\_Technology\\_and\\_Its\\_Applications\\_in\\_International\\_Trade\\_Documentation](https://www.researchgate.net/publication/397170100_Blockchain_Technology_and_Its_Applications_in_International_Trade_Documentation) (дата звернення 24.11.2025).
3. VR Stats for Training and Education. VirtualSpeech. URL: <https://virtualspeech.com/blog/vr-stats-training-education> (дата звернення 24.11.2025).

4. Mobile communications : Statistics report on mobile communications. Statista. 2025. URL: <https://www.statista.com/study/12327/mobile-communications-industry-statista-dossier/> (дата звернення 24.11.2025).

**УДК 658.8:338.439:004**

## **МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА РИНКУ ОВОЧІВ І КАРТОПЛІ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ**

**Лавріненко С. І.**

аспірант кафедри маркетингу

Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного,  
м. Запоріжжя, Україна

ORCID: 0009-0006-6713-3053

Сучасні аграрні підприємства функціонують у середовищі, що характеризується високою динамічністю, зростанням конкуренції та підвищенням ролі споживача у формуванні ринкового попиту. Ринок овочів і картоплі, який тривалий час розвивався переважно за рахунок обсягів виробництва та цінової конкуренції, нині зазнає суттєвих трансформацій під впливом цифрової трансформації економіки. У цих умовах зростає значення маркетингових стратегій як головного інструменту підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств.

Цифрова трансформація змінює логіку управління маркетинговою діяльністю, перетворюючи її з допоміжної функції на стратегічний елемент розвитку аграрного бізнесу [3, с. 523]. У міжнародній практиці цифрові рішення дедалі активніше використовуються не лише для оптимізації виробничих процесів, а й для формування клієнтоорієнтованих маркетингових стратегій, заснованих на аналітиці даних, персоналізації пропозицій та інтеграції цифрових каналів комунікації [2, с. 15]. Це особливо важливо для аграрних підприємств, що працюють у сегменті швидкопсувної продукції, де своєчасність управлінських рішень і точність прогнозування попиту мають визначальне значення.

Для кращого розуміння змін, що відбуваються у маркетинговій діяльності аграрних підприємств під впливом цифрової трансформації, доцільно узагальнити відмінності між традиційними та цифровими маркетинговими стратегіями, що представлено в табл. 1.

У міжнародній практиці аграрного бізнесу цифрові маркетингові стратегії демонструють стійку тенденцію до підвищення конкурентоспроможності підприємств. Так, у Нідерландах підприємства овочевого сектора активно використовують цифрові платформи для збору й аналізу даних про споживчий попит, логістичні потоки та динаміку цін. Інтеграція маркетингових рішень із цифровими інформаційними системами роздрібних мереж дозволяє виробникам адаптувати асортимент і ціноутворення до конкретних сегментів ринку, що підвищує ефективність їхньої ринкової присутності [1, с. 99].

У Німеччині та Польщі розвиток цифрових маркетингових стратегій аграрних підприємств на ринку картоплі супроводжується впровадження систем управління взаємовідносинами з клієнтами, які забезпечують довгострокову співпрацю з оптовими покупцями та переробними підприємствами.