

УДК 339.137.2:004

ВПЛИВ ЦИФРОВІЗАЦІЇ НА МІЖНАРОДНУ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Свідлер М. М.

перший (бакалаврський) рівень освіти, 4 рік навчання
освітня програма «Міжнародний менеджмент»,
Державний торговельно-економічний університет, Україна

Туніцька Ю. М.

кандидат економічних наук, доцент кафедри міжнародного менеджменту,
Державний торговельно-економічний університет, Україна

Цифрова трансформація світової економіки створює нові виклики та можливості для українських підприємств у міжнародному економічному просторі. Впровадження цифрових технологій у бізнес-процеси, розвиток електронної комерції та використання інноваційних інструментів просування продукції на зовнішні ринки стають критичними чинниками підвищення конкурентоспроможності [1, с. 15]. В умовах глобалізації та інтенсивної міжнародної конкуренції цифровізація бізнесу перестала бути опцією, перетворившись на необхідну умову виживання та розвитку підприємств. Особливо актуальним це питання стало для України в контексті євроінтеграції та необхідності відповідати високим стандартам європейського бізнес-середовища [2]. Повномасштабна війна створила безпрецедентні виклики для українського бізнесу, проте водночас стала каталізатором прискореної цифровізації.

Дослідження показує, що українські підприємства демонструють позитивну динаміку цифровізації, незважаючи на складні умови воєнного стану. Великі експортоорієнтовані компанії активніше впроваджують цифрові рішення порівняно з малим та середнім бізнесом, що створює диспропорції в міжнародній конкурентоспроможності різних сегментів економіки [3]. Особливої уваги заслуговує розвиток електронної комерції в Україні, яка стала одним з найдинамічніших сегментів економіки. За даними аналітичних досліджень, український ринок e-commerce демонструє стійке зростання навіть в умовах війни, що свідчить про фундаментальні зміни в споживчій поведінці та бізнес-моделях підприємств [4].

Аналіз рівня цифровізації українських підприємств-експортерів за різними показниками представлено у таблиці 1.

Таблиця 1

Показники цифровізації українських підприємств у 2022-2024 роках

Показник	2022 рік	2023 рік	2024 рік
Обсяг ринку електронної комерції, млрд.грн..	150	182	210
Частка онлайн-покупок у роздрібній торгівлі, %	9	11	12
Використання електронних платежів в e-commerce, %	75	80	85
Покупки через мобільні пристрої, %	55	60	65
Підприємства з активною онлайн-присутністю, %	68	75	82
Середній чек онлайн-покупки, грн.	1350	1225	1180*

Джерело: складено авторами за даними [4; 5; 6]

Представлені дані демонструють стійку позитивну динаміку ключових показників цифровізації українських підприємств. Обсяг ринку електронної комерції зріс зі 150 млрд. грн. у 2022 р. до 182 млрд. грн. у 2023 р., що становить приріст на 21%. Прогнозується подальше зростання до 210 млрд. грн. у 2024 р., що підтверджує стійкість тренду на цифровізацію торгівлі. Це свідчить про активну адаптацію бізнесу до онлайн-форматів торгівлі, незважаючи на військові виклики та економічну нестабільність.

Частка онлайн-покупок у загальному обсязі роздрібно́ї торгівлі демонструє стабільне зростання з 9% у 2022 р. до 11% у 2023 р. та прогнозовано досягне 12% у 2024 р. Для порівняння, у розвинених європейських країнах цей показник становить 13-15%, що означає, що Україна поступово наближається до європейських стандартів цифровізації роздрібно́ї торгівлі [4].

Особливо помітним є зростання використання електронних платежів в електронній комерції – з 75% у 2022 р. до 80% у 2023 р. з прогнозом 85% у 2024 р.

Понад 80% транзакцій в e-commerce у 2023 р. оплачувались електронним шляхом, зокрема за допомогою кредитних карток, мобільних банківських додатків та електронних гаманців, таких як Apple Pay та Google Pay. Це свідчить про зростання довіри споживачів до цифрових платіжних систем та покращення інфраструктури електронних платежів в Україні. Розвиток таких сервісів, як Monobank та Privat24, значно спростив процес онлайн-оплати та зробив його більш доступним для широкого кола споживачів [5].

Покупки через мобільні пристрої демонструють стабільне зростання з 55% у 2022 р. до 60% у 2023 р. та прогнозованих 65% у 2024 р.. У 2023 р. понад 60% онлайн-покупок було здійснено через смартфони, що підтверджує домінування мобільної комерції як провідного тренду. Мобільна комерція стала одним з головних драйверів зростання українського ринку електронної комерції завдяки зростанню проникнення мобільного інтернету, який за прогнозами досягне 75% у 2024 р. [6].

Частка підприємств з активною онлайн-присутністю зросла з 68% у 2022 р. до 75% у 2023 р. з прогнозом 82% у 2024 р. Це свідчить про розуміння бізнесом важливості цифрових каналів для підтримання конкурентоспроможності на міжнародних ринках. Онлайн-присутність включає не лише власний веб-сайт або інтернет-магазин, а й активність у соціальних мережах, присутність на маркетплейсах та використання цифрових інструментів маркетингу [7].

Цікавою тенденцією є зменшення середнього чека онлайн-покупки з 1350 грн. у 2022 р. до 1225 грн. у 2023 р. та прогнозованих 1180 грн. у 2024 р.. Це пов'язано зі зростанням частотності покупок – споживачі почали частіше купувати дрібні товари повсякденного попиту онлайн, що знижує середній чек, але збільшує загальний обсяг ринку. Головна тенденція українського e-commerce останніх років – це саме збільшення частотності покупок та цінності кожного окремого покупця для бізнесу [4].

Важливим аспектом цифровізації українського бізнесу є розвиток інфраструктури цифрових послуг. Протягом 2023 року Міністерство цифрової трансформації України реалізувало численні проекти з розвитку цифрової економіки, включаючи підтримку стартапів, створення цифрових центрів у регіонах та інтеграцію України до європейських цифрових ініціатив. Зокрема, Україна стала однією з 14 країн, які увійшли до GovTech-інкубатору Європейського Союзу Govtech4all, що відкриває нові можливості для розвитку цифрових державних послуг та їх інтеграції з бізнес-процесами [3].

Значний внесок у цифровізацію українського бізнесу зробили програми міжнародної підтримки. У 2023 р. український проєкт UkraineReady4EU переміг на європейському грантовому конкурсі Business Bridge, залучивши 3,75 млн. євро для 1500 українських підприємств, що постраждали через повномасштабну війну. Це надало змогу українському малому й середньому бізнесові та стартапам вийти на Єдиний європейський ринок та розпочати успішну співпрацю з діловими партнерами ЄС [8].

Серед викликів, з якими стикається український бізнес у процесі цифровізації, можна виділити високу вартість залучення клієнтів в онлайн-середовищі, необхідність постійного вдосконалення рівня сервісу для конкуренції з міжнародними платформами, потребу в кваліфікованих кадрах з цифровими компетенціями, виклики кібербезпеки в умовах війни та необхідність адаптації логістичних систем до особливостей електронної комерції в умовах воєнного стану. Водночас, цифровізація відкриває нові можливості для українського бізнесу на міжнародних ринках, дозволяючи малим та середнім підприємствам конкурувати з великими транснаціональними корпораціями.

Цифровізація є ключовим драйвером підвищення міжнародної конкурентоспроможності українських підприємств, забезпечуючи доступ до глобальних ринків, оптимізацію бізнес-процесів та ефективну комунікацію з міжнародними партнерами в умовах сучасних викликів. Для подальшого підвищення міжнародної конкурентоспроможності українських підприємств через цифровізацію необхідно розвивати державну підтримку цифрової трансформації експортоорієнтованих підприємств, забезпечити доступність освітніх програм з цифрових компетенцій, стимулювати інтеграцію українських підприємств до міжнародних цифрових платформ та маркетплейсів, розвивати цифрову інфраструктуру для безперебійної роботи бізнесу в умовах воєнного стану. У міру розвитку цифрового середовища, електронна комерція та цифрові технології продовжать відігравати ключову роль у формуванні економічного відновлення України та інтеграції до європейського та світового економічного простору.

Список використаних джерел

1. Апалькова В. В. Концепція розвитку цифрової економіки в Євросоюзі та перспективи України. *Вісник Дніпропетровського університету. Серія: Менеджмент інновацій*. 2015. Вип. 4. С. 9-18.
2. Ляшенко В. І., Вишневський О. С. Цифрова модернізація економіки України як можливість проривного розвитку : монографія. Київ : Інститут економіки промисловості НАН України, 2018. 252 с.
3. Цифрова трансформація економіки України в умовах війни. Січень 2024 року. Національний інститут стратегічних досліджень. URL: <https://niss.gov.ua/news/komentarij-ekspertiv/tsyfrova-transformatsiya-ekonomiky-ukrayiny-v-umovakh-viyny-sichen-2024> (дата звернення: 27.11.2024).
4. Як розвивається електронна комерція в Україні. Sprava.prom. 2024. URL: <https://sprava.prom.ua/yak-rozvyvayetsya-elektronna-komercziya-v-ukrayini/> (дата звернення: 27.11.2024).
5. Тренди та виклики українського ринку eCommerce у 2024 р.. UAATEAM. 2024. URL: <https://uaateam.agency/blog/trendy-ta-vyklyky-ukrainskogo-rynku-ecommerce/> (дата звернення: 27.11.2024).
6. Як технології змінили український бізнес у 2024 р.: огляд дослідження Kyivstar Business Hub. 2025. URL: <https://hub.kyivstar.ua/articles/yak-tehnologiyi-vplivali-na-ukrayinskij-biznes-u-2024-roczy-rezultati-doslidzhennya-kyivstar-business-hub> (дата звернення: 27.11.2024).
7. Кублицька О. Ринок електронної комерції в Україні: сучасний стан та тенденції повоєнного відновлення. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2023. № 3 (35). С. 98–108. [https://doi.org/10.25140/2411-5215-2023-3\(35\)-98-108](https://doi.org/10.25140/2411-5215-2023-3(35)-98-108)
8. Мінцифра, Мінекономіки й Офіс з розвитку підприємництва та експорту домовилися з міжнародними партнерами про програми підтримки бізнесу у 2024 р.. Дія. Бізнес. 2024. URL: <https://business.dia.gov.ua/en/cases/novini/ua-sme-resilience-lessons-learned-2023-and-plans-2024> (дата звернення: 27.11.2024).