

Хлевицька Т. Б.
*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри світової економіки,
Державний торговельно-економічний університет*
Нечитайло В. М.
*здобувач вищої освіти,
Державний торговельно-економічний університет*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-438-5-74>

РОЗВИТОК ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ ТА ЇЇ ІНТЕГРАЦІЯ В МІЖНАРОДНУ ТОРГІВЛЮ: ПЕРСПЕКТИВИ ТА ВИКЛИКИ ДЛЯ УКРАЇНСЬКОГО МАЛОГО БІЗНЕСУ

Сучасний розвиток економіки характеризується активним впровадженням цифрових технологій, серед яких електронна комерція займає одне з провідних місць. Для українського малого бізнесу електронна комерція є важливим інструментом, що дозволяє вийти на міжнародний ринок і розширити клієнтську базу без значних витрат. За прогнозами Statista, у 2023 році глобальний обсяг e-commerce досягне 5,7 трлн доларів, що підкреслює її значення для сучасної економіки та наголошує на її потенціалі для малого бізнесу в Україні [1].

Електронна комерція створює нові можливості для українського малого бізнесу, відкриваючи доступ до міжнародних ринків через такі платформи, як Amazon, eBay та Etsy, які дозволяють продавцям контактувати з іноземними покупцями без потреби у фізичній присутності. Наприклад, українські бренди Gunia Project та KOLO, використовуючи Etsy, змогли не тільки збільшити обсяг продажів, але й здобути популярність на ринках США та Європи. Такі платформи надають малій бізнес-спільноті доступ до аналітичних інструментів, що дозволяють краще зрозуміти вподобання споживачів і адаптувати свої стратегії [2].

Однак вихід на міжнародний ринок пов'язаний із численними викликами. Основною перешкодою для малого бізнесу залишається доступ до фінансування: за даними Світового банку, лише 20% малих підприємств в Україні мають можливість отримувати зовнішні інвестиції, що обмежує їх здатність інвестувати в експансію [3]. Високі витрати на логістику також залишаються значною проблемою – у деяких випадках вони можуть становити до 40% від загальної вартості товару, що робить міжнародний експорт економічно не вигідним [4]. Крім того, невеликі компанії часто не мають достатніх ресурсів для забезпечення

відповідності міжнародним стандартам сертифікації, що є необхідною умовою для продажу на багатьох закордонних ринках.

Митне регулювання і податкова політика є ще одним серйозним бар'єром для малого бізнесу, який прагне вийти на міжнародний ринок. За даними Європейської бізнес-асоціації, понад 45% українських експортерів вважають митні процедури надмірно складними і затратними [5]. Крім того, непередбачувані зміни митних тарифів і нестабільна податкова політика суттєво ускладнюють діяльність підприємств. На противагу цьому, такі країни, як Сінгапур, спростили митні процедури, що дозволяє значно знижувати витрати та час на логістику, що робить країну лідером у сфері e-commerce [6].

Цифровий маркетинг також відіграє ключову роль у забезпеченні видимості бренду на міжнародному ринку. Використання SEO (оптимізації під пошукові системи) підвищує позиції компаній у пошукових системах, що дозволяє залучати нових клієнтів. За статистикою, близько 70% споживачів починають свій шлях до покупки з онлайн-пошуку, а платформи соціальних мереж, такі як Instagram, допомагають створювати сильні глобальні бренди. Як приклад, український бренд Love You Home активно використовує Instagram для просування, що забезпечує доступ до аудиторії не тільки в Україні, а й за кордоном [7].

Фінансові технології, зокрема PayPal та Stripe, відіграють важливу роль у забезпеченні безпеки та зручності міжнародних транзакцій. За даними досліджень, понад 60% малих підприємств використовують фінансові технології для зниження витрат на обробку транзакцій. Криптовалюти також можуть стати значною альтернативою для тих бізнесів, які прагнуть уникнути обмежень традиційних фінансових систем, особливо в умовах валютного контролю [4].

Розвиток інфраструктури є однією з ключових умов для зростання електронної комерції в Україні. Такі компанії, як Нова Пошта Глобал, сприяють розвитку логістичних можливостей для малого бізнесу, забезпечуючи можливість швидкої доставки як в Україні, так і за кордон. Розвиток доступу до інтернету також має вирішальне значення для забезпечення роботи e-commerce платформ у регіонах. Успішні приклади спрощення митних процедур у Сінгапурі можуть бути взірцем для України, полегшуючи ведення бізнесу для місцевих компаній [5].

Крім інфраструктурних змін, державні програми та освітні платформи можуть суттєво підтримати розвиток малого бізнесу. Програми, такі як Export Promotion Office, надають підприємцям консультації щодо виходу на зовнішні ринки, а такі освітні платформи, як Prometheus, пропонують навчальні матеріали, що допомагають бізнесу розвивати маркетингові навички та підвищувати конкурентоспроможність [6].

Сучасні споживачі все частіше надають перевагу екологічно чистій продукції, тому соціально відповідальні підприємства можуть мати додаткові конкурентні переваги на ринку. Український бренд DevoHome, який спеціалізується на виробництві екологічної продукції, вже привернув увагу іноземних покупців завдяки своїй орієнтації на екологічність та соціальну відповідальність [3].

Зростання електронної комерції має позитивний економічний вплив на Україну, збільшуючи експортний потенціал країни та створюючи нові робочі місця. За даними Міністерства економіки України, розвиток сектора електронної комерції може сприяти підвищенню ВВП на 3–5% у найближчі п'ять років, що сприятиме економічній стабільності [5]. Електронна комерція відкриває нові можливості для розвитку українського малого бізнесу, надаючи доступ до глобальних ринків і знижуючи бар'єри для експорту. Однак, для реалізації повного потенціалу e-commerce в Україні необхідно вирішити низку питань, зокрема вдосконалити інфраструктуру, спростити митне регулювання та підтримувати підприємців через освітні програми. Державна підтримка та адаптація до нових ринкових умов дозволять малим підприємствам України скористатися перевагами глобалізації та стати конкурентоспроможними на міжнародному рівні.

Література:

1. Statista. Global e-commerce market size 2023. URL: <https://www.statista.com/statistics/e-commerce>
2. European Business Association. Challenges for SMEs in international trade. URL: <https://eba.com.ua>
3. Export Promotion Office of Ukraine. URL: <https://epo.org.ua>
4. Digital marketing trends in e-commerce. URL: <https://digitalmarketing.org/articles>
5. Міністерство економіки України. Економічний ефект від розвитку e-commerce. URL: <https://www.me.gov.ua>
6. Prometheus. Навчальні матеріали з маркетингу та e-commerce. URL: <https://prometheus.org.ua>
7. World Bank. Financial challenges for SMEs. URL: <https://worldbank.org/sme-finance>