

НАПРЯМ 7. ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТОРГІВЛЯ ТА БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ

Радченко Ігор Олександрович

*здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти,
Навчально-науковий інститут «Українська інженерно-
педагогічна академія» Харківського національного університету
імені В.Н. Каразіна*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-498-9-30>

ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ТОРГОВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ ТА ЗАРУБІЖНИХ КРАЇНАХ

Сучасний етап розвитку світової економіки характеризується домінуванням цифрових технологій, які проникають в усі сфери суспільного життя, зокрема й у торговельну діяльність. Електронна комерція, онлайн-платформи, цифрові маркетингові інструменти, системи управління даними та інші інновації трансформують традиційні моделі ведення бізнесу, відкриваючи нові можливості для зростання, оптимізації витрат та покращення взаємодії з клієнтами.

У цьому контексті, дослідження процесів цифровізації торговельної діяльності набуває особливої актуальності для України. З одного боку, країна демонструє значний прогрес у впровадженні цифрових технологій, зокрема у сфері електронної комерції та онлайн-сервісів. З іншого боку, існують певні виклики та обмеження, пов'язані з рівнем розвитку інфраструктури, цифровою грамотністю населення, регуляторним середовищем та адаптацією міжнародного досвіду до національних особливостей.

Аналіз світового та українського досвіду цифрової трансформації торгівлі є особливо важливим для виявлення ефективних рішень та їхньої адаптації до національних умов. Різноманітні підходи до цифрової модернізації спостерігаються у світі: від цифрових паспортів товарів та безпаперових процедур в ЄС до інноваційних логістичних моделей та інтегрованих екосистем в Азії. Україна, незважаючи на складнощі, спричинені війною, нестабільною інфраструктурою та обмеженими ресурсами, активно розвиває цифрові торговельні сервіси, використовуючи електронні платформи, інтероперабельні системи та державно-приватні ініціативи.

Глобальна цифровізація торгівлі сьогодні – це не просто результат розвитку технологій, а ключова реакція на глибокі зміни в міжнародній економіці. Посилення гео економічної боротьби, зростання протекціонізму та руйнування звичних ланцюгів постачання через конфлікти, санкції та обмеження переміщення товарів зумовлюють потребу в нових форматах торговельної взаємодії. За цих обставин цифрова трансформація стала не стільки інноваційною перевагою, скільки життєвою необхідністю для забезпечення гнучкості, пристосованості та виживання у світовому конкурентному середовищі.

Уряди провідних країн світу впроваджують комплексні цифрові рішення для оптимізації митних, логістичних, фінансових та маркетингових процесів у торгівлі. Головним напрямом трансформації є створення єдиних цифрових екосистем, що об'єднують учасників торговельного ланцюга та забезпечують прозорість операцій, автоматизовану обробку документів, швидку адаптацію до змін у регулюванні, а також зручність і безпеку для кінцевого споживача. Цифрові торговельні ініціативи охоплюють увесь цикл – від замовлення до доставки, від ідентифікації партнера до фіскального контролю, від реєстрації продукту до його споживання [2].

Країни розробляють власні моделі цифровізації торгівлі, враховуючи пріоритети національної економіки, – від

високотехнологічних платформ до державних порталів для митного та експортного супроводу.

Приміром, у ЄС ініціатива Digital Single Market спрямована на гармонізацію електронних документів, стандартів обміну інформацією та фіскальних послуг між державами-членами. Завдяки цьому зменшуються перешкоди для внутрішньої торгівлі та полегшуються експортно-імпортні операції.

Китай впроваджує стратегію активного виходу на зовнішні ринки за допомогою глобальних онлайн-платформ, інтегрованих з національною логістикою та митницею. Модель Digital Silk Road забезпечує китайським підприємствам конкурентні переваги завдяки швидкості, масштабності та гнучкості транзакцій.

Натомість США, зі своєю ініціативою Trusted Identities роблять акцент на безпеці та стандартах цифрової взаємодії, особливо в роздрібній торгівлі та логістиці, де кібербезпека та достовірність даних є ключовими. Застосування блокчейну та API в логістиці не лише прискорює обробку замовлень, але й підвищує безпеку даних на кожному етапі доставки [1].

Південна Корея демонструє унікальну модель, використовуючи Smart Trade Hub для створення цифрового простору, що об'єднує підприємств з державними структурами. Ключовою особливістю цієї ініціативи є B2G-механізм з відкритим доступом до транзакцій, сертифікації та митних процедур.

Показовим також є приклад Сінгапуру, який активно інвестує в поєднання штучного інтелекту, аналізу великих даних і платформеної логістики. Їхня Networked Trade Platform інтегрує митних брокерів, банки, експортерів, імпортерів і контролюючі органи на єдиній платформі, що дозволяє значно скоротити часові витрати та уникнути дублювання інформації.

Японія в рамках концепції Society 5.0 трансформує торгівлю шляхом інтеграції Інтернету речей, роботизованих систем та автономного управління складськими ланцюгами.

У Німеччині торговельна сфера є частиною стратегії Industrie 4.0, де великі ритейлери вже активно використовують

цифрові двійники, логістичні модулі та автоматизовані склади для прогнозування попиту й оптимізації запасів.

Індія робить ставку на масову цифрову доступність, розвиваючи платформи UPI, електронні накладні та податкові сервіси, що відкриває нові можливості для малого бізнесу та сприяє детінізації економіки.

Схожий підхід, але з акцентом на централізацію процедур, демонструють ОАЕ через Dubai Trade Portal – багатофункціональну державну систему для митного оформлення, яка значно зменшила бюрократичне навантаження.

Канада спільно з Maersk розробляє TradeLens – блокчейн-платформу для контейнерних перевезень, що забезпечує прозоре, надійне та оперативне управління рухом вантажів між портами.

Цифровізація торговельного сектору в Україні стала особливо важливою через глобальні потрясіння, включно з пандемією COVID-19, повномасштабною війною та змінами в міжнародних ланцюгах постачання. Українські підприємства активно впроваджують цифрові інструменти, пристосовуючи передовий світовий досвід до власних умов. Це і CRM-системи, різні платформи електронної комерції, всілякі маркетплейси, аналітичні інструменти, мобільні додатки для торгівлі, RPA/AI-рішення тощо. Проте ці зміни відбуваються нерівномірно, розрізнено та значною мірою стримуються інституційними й інфраструктурними перешкодами. Крім того, недостатнє інвестування, слабе регуляторне заохочення та дефіцит фахівців з цифровими навичками уповільнюють повноцінне впровадження інноваційних рішень [3].

Характерно, що частина українського бізнесу змушена впроваджувати цифрові технології під впливом зовнішніх обставин, зокрема повномасштабної війни 2022 року, а не в рамках завчасно розробленої стратегії. Цей період прискорив цифровізацію логістики, платіжних систем та маркетингу не як інструмент інновацій, а як спосіб адаптації та виживання. Разом з тим, війна сприяла розвитку нових форматів цифрової взаємодії, таких як швидке впровадження dark store, автоматизація клієнтської підтримки

через ботів та використання хмарних сервісів для відновлення ІТ-інфраструктури після руйнування фізичних офісів [4].

Таким чином, проведення порівняльного аналізу цифровізації торговельної діяльності в Україні та зарубіжних країнах є важливим науковим завданням, що має значний практичний потенціал для сприяння розвитку вітчизняної торговельної галузі в умовах цифрової економіки.

Література:

1. Chen, Y., & Gao, Y. (2022). Comparative analysis of digital trade development strategies and governance approaches. *Journal of Digital Economy*, 1(3), 227–238. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jdec.2023.02.001>
2. Zhang X. A study on the impact of digital transformation on the digital resilience of Chinese retail enterprises. *The EUrASEANs: Journal on Global Socio-Economic Dynamics*. 2024. No. 4(47). P. 413–429. DOI: [https://doi.org/10.35678/2539-5645.4\(47\).2024.413-431](https://doi.org/10.35678/2539-5645.4(47).2024.413-431)
3. Жабинець О.Й. Чинники глобальних змін у міжнародній торгівлі та військова агресія Росії: вплив на розвиток експортної діяльності регіонів України. *Галицький економічний вісник*. 2022. Т. 75, № 2. С. 82–91. DOI: https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2022.02.082
4. Іпполітова І. Перспективи розвитку електронної торгівлі в Україні в умовах цифровізації економіки. *Економіка та суспільство*. 2023. № 47. С. 1–10. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-47-18>