

# ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ ТА ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ НА ФОРМУВАННЯ МІЖНАРОДНОГО ЕКОНОМІЧНОГО КЛІМАТУ ТА ФІНАНСОВОЇ ЕКОСИСТЕМИ

## ЗБІРНИК

матеріалів Міжнародної науково-практичної  
інтернет-конференції

*(м. Полтава, 28 березня 2024 року)*

Полтава  
2024

**ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ (ПУЕТ)**

**ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ ТА  
ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ НА ФОРМУВАННЯ  
МІЖНАРОДНОГО ЕКОНОМІЧНОГО КЛІМАТУ ТА  
ФІНАНСОВОЇ ЕКОСИСТЕМИ**

**ЗБІРНИК**

матеріалів Міжнародної науково-практичної  
інтернет-конференції

*(м. Полтава, 28 березня 2024 року)*

**Полтава  
ПУЕТ  
2024**

УДК 339.9:004.738.5:339.7(082)  
В80

*Розповсюдження та тиражування без офіційного дозволу Полтавський університет економіки і торгівлі заборонено*

### **ПРОГРАМНИЙ КОМІТЕТ**

*О. О. Нестуля*, голова програмного комітету, д-р. іст. наук, проф., ректор Полтавського університету економіки і торгівлі (ПУЕТ);  
*П. О. Куцук*, д-р. екон. наук, проф., ректор Львівського торговельно-економічного університету;  
*Д. П. Дімітров*, д-р. екон. наук, проф., ректор Університету національного та світового господарства;  
*С. О. Катажина*, проф. Повісланського університету, доктор філософії;  
*Х. Х. Назарзода*, д-р. техн. наук, доц., ректор Таджикиського державного університету комерції;  
*Л. О. Шавга*, д-р. екон. наук, проф., ректор Кооперативно-торгового університету Молдови.

### **ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ**

*Стіволови організаційного комітету:*

*Н. С. Педченко*, голова організаційного комітету, д-р. екон. наук, проф., перший проректор;  
*В. Ю. Стрілець*, д-р. екон. наук, доц., завідувач кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин;  
*О. В. Яриш*, канд. екон. наук, доц., завідувач кафедри фінансів та банківської справи.

*Члени організаційного комітету:*

*Ю. С. Матвієнко*, канд. пед. наук, проректор з науково-педагогічної роботи;  
*Л. М. Діденко*, директор центру інформаційного забезпечення освітнього процесу;  
*Ю. В. Перегуда*, директор міжнародного науково-освітнього центру;  
*Н. І. Матюгура*, завідувач науково-організаційного відділу;  
*О. В. Гасій*, канд. екон. наук, доц., доц. кафедри фінансів та банківської справи;  
*Т. П. Гудзь*, д-р. екон. наук, проф., проф. кафедри фінансів та банківської справи;  
*А. А. Пожар*, канд. екон. наук, доц., доц. кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин;  
*С. П. Прасолова*, канд. екон. наук, доц., заступник завідувача кафедри фінансів та банківської справи;  
*В. І. Рекотова*, канд. екон. наук, доц., доц. кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин;  
*Г. М. Сидоренко-Мельник*, канд. екон. наук, доц., доц. кафедри фінансів та банківської справи;  
*А. М. Соколова*, канд. екон. наук, доц., доц. кафедри фінансів та банківської справи;  
*С. І. Гуль*, канд. екон. наук, доц., доц. кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин;  
*А. Л. Флегантова*, канд. екон. наук, доц., доц. кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин;  
*Л. С. Франко*, старший викладач кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин;  
*Ю. О. Єжелій*, асистент кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин.

**Вплив глобалізаційних процесів та цифрової трансформації**  
В80 на формування міжнародного економічного клімату та фінансової екосистеми : збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (м. Полтава, 28 березня 2024 року). – Полтава : ПУЕТ, 2024. – 456 с. – 1 електрон. опт. диск (CD-ROM). – Текст укр., рос. та англ. мовами.

ISBN 978-966-184-467-3

У збірнику подано матеріали доповідей, оприлюднених на Міжнародній науково-практичній інтернет-конференції «Вплив глобалізаційних процесів та цифрової трансформації на формування міжнародного економічного клімату та фінансової екосистеми». Розраховано на наукових і науково-практичних працівників закладів вищої освіти та наукових установ, аспірантів, студентів, практичних працівників і широкий читачський загал.

УДК 339.9:004.738.5:339.7(082)

*Матеріали друкуються в авторській редакції мовами оригіналі. За виклад, зміст і достовірність матеріалів відповідальні автори.*

ISBN 978-966-184-467-3

© Полтавський університет економіки і торгівлі, 2024

## **СПІВОРГАНІЗАТОРИ**

Міністерство освіти і науки України

Полтавський університет економіки і торгівлі

Львівський торговельно-економічний університет

Університет національного і світового господарства  
(Республіка Болгарія)

Повіслянський університет (Республіка Польща)

Таджицький державний університет комерції  
(Таджикистан)

Кооперативно-торговий університет Молдови (Молдова)

2. Brendon V. Ridge. Strategies and Innovations in Apple's Marketing Approach: Unveiling the Tech Giant's Success Formula. URL : <https://www.mediummultimedia.com/en/marketing-usa/how-does-apple-use-marketing/>
3. Strilets V. Yu. (2019) Zabezpechennia rozvytku malykh pidpriemstv: teoriia, metodolohiia, praktyka [Ensuring the development of small enterprises: theory, methodology, practice] (457 p.). Poltava : PUET.

*Аржаннікова А. Р., здобувачка вищої освіти;  
Стрілець В. Ю., д-р. екон. наук, доц. –  
науковий керівник  
Полтавський університет економіки і торгівлі,  
м. Полтава, Україна*

## **ОСОБЛИВОСТІ ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ІНТЕРНЕТ-ТОРГІВЛІ В УКРАЇНИ У ВОЄННИЙ ПЕРІОД**

Економічна ситуація в Україні є надзвичайно складною через рецесію, спричинену війною, яка призводить до зниження купівельної спроможності населення. Водночас, воєнні потрясіння порушили ланцюги поставок і обмежили доступність численних товарів для звичайних споживачів. Це створює значні можливості для міжнародних продавців, які можуть допомогти заповнити цю прогалину через онлайн-продажі та транскордонну доставку.

Питання розвитку інтернет-торгівлі знаходиться у центрі уваги українських науковців: Яценко О., Грязіна А., Шевчик О. [1], Стрілець В. Ю., Фролов С. М. та ін. [4]; Березовська Л., Кириченко А. [2] та ін.

Початок війни став викликом для ринку електронної комерції України. Це вплинуло на зменшення відсотку населення, що має доступ до Інтернету з 90 % у 2022 році до 81 % у 2023 році (табл. 1). Проте відсоток користувачів Інтернету, які купували товарів або послуг онлайн, зріс з 57 % у 2022 році до 73 % у 2023 році.

**Таблиця 1 – Показники користування інтернетом в Україні у 2019–2023 роках**

<b>Показник</b>	<b>2021 рік</b>	<b>2022 рік</b>	<b>2023 рік</b>
Відсоток населення, що має доступ до Інтернету	80	90	81
Темпи росту відсотку населення, що має доступ до Інтернету	106,7	112,5	90,0
Відсоток користувачів Інтернету, які купували товарів або послуг онлайн	54	57	73
Темпи росту відсотку користувачів, що купували товарів або послуг онлайн	101,9	105,6	128,1

Джерело: складено на основі [5].

У 2021 році Інтернет користувалося 65 % населення, при цьому 44 % з них здійснювали покупки онлайн. Обсяг онлайн-продажів оцінювався в понад мільярд дол. Найпопулярнішими категоріями онлайн-покупок були медіа та електроніка, мода, меблі та інтер'єр. Середній дохід на одного покупця становив понад 190 дол. на рік. Хоча українська економіка у сфері електронної комерції може не виглядати настільки вражаючою, як у Польщі чи Чехії, але вона фіксувала найбільші темпи зростання.

За даними Statista, в перші тижні війни обсяг продажів в Україні знизився до 90 %; на його початку також відмічено зниження величини собівартості та доходу на одного покупця [3] (рис. 1).

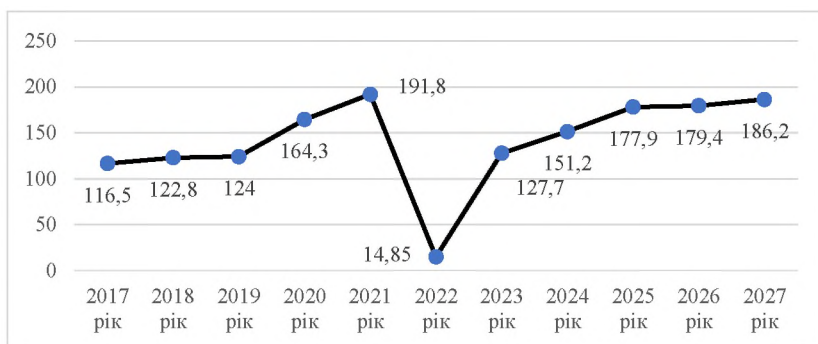


Рисунок 1 – Фактичні значення (2017–2023 роки) та прогноз (2024–2027 роки) середнього доходу від електронної комерції на одного користувача в Україні, дол.

Джерело: складено на основі [3].

У 2023 році електронна комерція складає 11 % від загального обсягу ринку, що свідчить про подальший розвиток [3]. Як зазначає Березовська Л. та Кириченко А., електронна комерція пережила спочатку раптове зниження, а потім збільшення попиту на окремі категорії товарів, і, нарешті, деяку стабілізацію після масового переміщення людей, релокації складів та виробництва [2]. Стабілізацію ринку було досягнуто, зокрема, за рахунок категорій товарів, де споживачі відчували найбільший дефі-

цит (наприклад, гігієнічні товари, господарські потреби, товари для тварин тощо).

До початку війни вітчизняний ринок електронної комерції характеризувався зростанням частки населення, яке мало доступ до Інтернету. Згідно зі звітом EcommerceEurope на 2022 рік, прогнозувалася частка населення, яка користується Інтернетом, на рівні 67 %, збільшившись порівняно з 62 % у 2020 році та 65 % у 2021 році [5]. Проте, до 2022 року частка населення в Україні зменшилася на приблизно 15 % через велику кількість внутрішньо переміщених осіб, міграційні процеси та тимчасову окупацію частини території країни. Таким чином, на сьогодні приблизно 85 % з 22,1 млн громадян України мають доступ та можливість використовувати Інтернет. Однак, частка користувачів, які здійснюють покупки товарів та послуг через онлайн-канали, традиційно залишалася нижчою та станом на 2021 рік складала 44 %. Іншими словами, частка населення, яке фактично проживає на території України, зменшилася на приблизно 23 %, у той час як частка користувачів Інтернету становила 22,5 % (з 24,5 млн до 19,0 млн осіб) [3]. Це можна пояснити значним зменшенням купівельної спроможності населення через інфляційні процеси.

У цілому, розвиток електронної комерції в Україні відбувається у складних умовах, спричинених економічними та соціальними факторами, зокрема, війною та рецесією. Незважаючи на це, спостерігається зростання використання Інтернету серед населення та збільшення кількості онлайн-покупок. Населення активно користується онлайн-платформами для придбання різноманітних товарів, що стимулює подальший розвиток електронної торгівлі. Однак, для збільшення обсягів продажів та підвищення конкурентоспроможності національних підприємств необхідно активно впроваджувати інноваційні стратегії та залучати нові технології.

### Список використаних джерел

1. Яценко О., Грязіна А., Шевчик О. Електронна комерція як елемент глобальної торговельної системи. *Світове господарство і міжнародні економічні відносини*. 2019. Т. 8, № 218. С. 4–15.



2. Березовська Л., Кириченко А. Розвиток електронної комерції в Україні та ЄС. Економіка та суспільство. 2022. № 42. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-42-15> (дата звернення: 11.02.2024).
3. Statista. E-commerce worldwide – statistics and facts. URL: <https://www.statista.com/topics/871/online-shopping/#topicOverview> (дата звернення: 11.02.2024).
4. Strilets V., Frolov S., Datsenko V., Tymoshenko O. and Yatsko M. (2022). State support for the digitalization of SMEs in European countries. *Problems and Perspectives in Management*, 20(4), 290-305.
5. Lone S., Weltevreden J. European e-commerce report 2023. *Amsterdam/Brussels: Amsterdam University of Applied Sciences & Ecom-merce Europe*, 2023. – 105 p. – URL: <https://ecommerce-europe.eu/wp-content/uploads/2023/11/European-Ecommerce-Report-2023-Light-Version.pdf> (дата звернення: 11.02.2024).