

Міністерство освіти і науки України
Західноукраїнський національний університет
Навчально-науковий інститут міжнародних відносин
ім.Б.Д.Гаврилишина
Кафедра міжнародних економічних відносин

ХОМІНЕЦЬ Владислава Василівна

**РОЛЬ МАЛИХ І СЕРЕДНІХ ПІДПРИЄМСТВ У ЦИФРОВОМУ
РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ**

спеціальність 292 Міжнародні економічні відносини
кваліфікаційна робота за освітнім ступенем «бакалавр»

Виконала студентка

групи МЕВ-41

Хомінець Владислава Василівна

Науковий керівник:

к.е.н., доцент

Дем'янюк О.Б.

Кваліфікаційну роботу

допущено до захисту

« _____ » _____ 2025р.

Тернопіль-2025

ЗМІСТ

В

РОЗДІЛ 1. Теоретичні засади функціонування малих і середніх підприємств у

Т

М

П

РОЗДІЛ 2. Аналіз участі малих і середніх підприємств у цифровій

Ж

Н 2

а 2

н 1

РОЗДІЛ 3. Шляхи покращення цифрових перетворень малих і середніх

с 2

нф .

в с

н в

н и

н а

с л

с и

к и

и й

т в

в и с

к та

у а

р н

м а

і с

ж р

д и

н а

н ф

а р

р и

о й

х в

ж і

т ц

н

ВСТУП

У сучасних умовах глобалізації та швидких технологічних змін малі та середні підприємства (МСП) займають важливу роль у розвитку міжнародної торгівлі. Вони є двигунами економічного зростання, забезпечують інноваційний розвиток і стимулюють конкурентоспроможність країн, інтегруючись у міжнародні ланцюги постачання. Проте цей сектор стикається з численними викликами, серед яких – обмежений доступ до фінансування, недостатня цифровізація і складнощі з адаптацією до змін на глобальних ринках.

Актуальність дослідження ролі МСП у цифровій трансформації міжнародної торгівлі очевидна, оскільки саме цифрові технології відкривають нові можливості для інтеграції цих підприємств у глобальну економіку. Тенденції цифровізації створюють потенціал для зниження витрат на маркетинг, спрощення процесів і виходу на нові ринки, однак також існують бар'єри, які перешкоджають ефективній реалізації цих можливостей.

Дослідження впливу цифрових технологій на МСП в міжнародній торгівлі має важливе значення для розвитку бізнес-стратегій і національних політик, спрямованих на підтримку малого бізнесу та його інтеграцію в глобальну економіку. Такі міжнародні організації, як Європейська комісія, СОТ та інші, активно працюють над розробкою політик, що сприяють цифровій трансформації МСП і зменшенню цифрового розриву між країнами.

У своїх дослідженнях різні автори аналізують важливі аспекти цифрової трансформації малих і середніх підприємств (МСП) у міжнародній торгівлі. Зокрема, питання щодо викликів та перспектив цифровізації МСП в Україні та світі досліджували Б. Демедюк, Б. Кишакевич, В. Сисюк, І. Саврас, Т. Томнюк, Н.Фединець та інші. Європейська Комісія та СОТ активно розробляють політики, спрямовані на зменшення бар'єрів для МСП у цифровому середовищі, а також на полегшення доступу до фінансування для малого бізнесу через міжнародні ініціативи. ОЕСР, у свою чергу, надає рекомендації

щодо адаптації регуляторних норм і підтримки цифрової трансформації, що допомагає МСП ефективно інтегруватися в глобальні ланцюги постачання та підвищити свою конкурентоспроможність.

Не зважаючи на значну кількість досліджень у цій сфері стрімкий розвиток цифровізації усіх сфер життя і діяльності вимагає детальнішого аналізу цифровізації МСП, в частині адаптації їх до світових ринків в процесі здійснення міжнародної торгівлі, що і визначило актуальність даного дослідження.

Мета та завдання дослідження. Метою цього дослідження є аналіз ролі малих та середніх підприємств у цифровій трансформації міжнародної торгівлі, виявлення основних факторів, які впливають на розвиток цього процесу, а також оцінка перспектив розвитку цифрових технологій для покращення конкурентоспроможності МСП на міжнародних ринках.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити такі завдання:

- визначити теоретичні засади та оцінити роль МСП у міжнародній торгівлі та їх вплив на економічний розвиток;
- проаналізувати сучасні тенденції цифровізації малих підприємств у міжнародній торгівлі;
- дослідити переваги та виклики, з якими стикаються МСП у цифровому середовищі;
- запропонувати шляхи підвищення ефективної участі МСП у цифровій міжнародній торгівлі.

Об'єктом дослідження є процеси функціонування малих і середніх підприємств у міжнародній торгівлі

Предметом дослідження є участь малих і середніх підприємств ЄС та України у цифровому розвитку міжнародної торгівлі.

Методи дослідження. У дослідженні використовуватимуться загальнонаукові методи, зокрема аналіз і синтез, порівняння, економіко-статистичні методи, а також графічні та аналітичні інструменти для оцінки сучасного стану цифровізації МСП у міжнародній торгівлі.

Практичне значення одержаних результатів полягає у тому, що результати дослідження можуть бути використані для розробки рекомендацій щодо покращення державної політики, спрямованої на підтримку цифрових ініціатив для малих підприємств, а також для розробки стратегії розвитку експортних можливостей через цифрові платформи.

Апробація результатів дослідження. Окремі аспекти дослідження доповідалися автором на XVIII Міжнародній науково-практичній конференції молодих учених і студентів «Інноваційні процеси економічного і соціально-культурного розвитку: вітчизняний та зарубіжний досвід» (м. Тернопіль, 20-21 березня 2025 р) та тезисно опубліковані в матеріалах конференції.

Структура роботи. Структурно кваліфікаційна робота складається з вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел з 29 позицій. Робота містить 10 рисунків та 3 таблиці.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФУНКЦІОНУВАННЯ МАЛИХ І СЕРЕДНІХ ПІДПРИЄМСТВ У МІЖНАРОДНІЙ ТОРГІВЛІ

Малі та середні підприємства (МСП) відіграють важливу роль у міжнародній торгівлі, сприяючи економічному зростанню та розвитку глобальних ринків. Вони інтегруються у світові ланцюги постачання, співпрацюючи з великими корпораціями як постачальники компонентів, технологій чи послуг. Завдяки гнучкості та інноваційності МСП швидко адаптуються до змін у попиті, розширюючи експортні можливості. Програми підтримки, такі як Single Market Programme в ЄС та ініціативи Світової організації торгівлі, допомагають їм отримати доступ до міжнародних ринків, спрощують митні процедури та сприяють фінансуванню зовнішньоекономічної діяльності.

Попри значний потенціал, МСП стикаються з викликами, такими як брак фінансування, складність сертифікації продукції та недостатня цифровізація. Успішна інтеграція у міжнародну торгівлю потребує спрощення регуляторних бар'єрів, розвитку експортної інфраструктури та активного використання цифрових платформ для глобального продажу товарів і послуг.

Малі і середні підприємства (МСП) – це суб'єкти господарської діяльності, що займають важливе місце в економічних системах різних країн та відіграють ключову роль у міжнародній торгівлі. Вони забезпечують створення нових робочих місць, сприяють розвитку конкуренції, стимулюють інновації та технологічний прогрес. Завдяки своїй гнучкості, адаптивності до змін ринкового середовища та здатності швидко реагувати на потреби споживачів, МСП активно беруть участь у глобальних економічних процесах.

Важливість малих і середніх підприємств у світовій економіці зумовлена їхнім впливом на макроекономічні показники, зокрема ВВП, рівень зайнятості та експортний потенціал країни. Вони сприяють розвитку економіки через створення нових бізнес-моделей, запровадження цифрових технологій та

формування конкурентного середовища. МСП відіграють важливу роль у забезпеченні регіонального розвитку, особливо в країнах, що розвиваються, де вони є основним джерелом доходу та зайнятості для населення.

Перевагами малих і середніх підприємств є їхня висока адаптивність до змін ринку, швидке впровадження інновацій, можливість працювати в нішевих сегментах, орієнтація на клієнтоорієнтованість та гнучкість у прийнятті рішень. Вони можуть ефективно використовувати цифрові технології, електронну комерцію, мобільні платформи та інші сучасні інструменти для виходу на міжнародні ринки. Завдяки меншій бюрократизації процесів та швидкому ухваленню рішень МСП мають змогу ефективно конкурувати з великими корпораціями в певних секторах [8].

Водночас МСП стикаються з низкою недоліків і бар'єрів у світовій економіці та торгівлі. Основними викликами є обмежений доступ до фінансування, висока вартість залучення інвестицій, недостатність досвіду ведення міжнародного бізнесу та обмеженість ресурсів для маркетингу і розвитку. МСП часто мають труднощі з виконанням міжнародних стандартів якості, сертифікації продукції та логістики. Іншим важливим фактором є регуляторні перешкоди, зокрема складні процедури митного оформлення, податкове навантаження та адміністративні бар'єри, що ускладнюють вихід на міжнародні ринки.

Малі та середні підприємства (МСП) відіграють ключову роль у світовій економіці, сприяючи створенню робочих місць, розвитку конкуренції та інновацій. Критерії віднесення суб'єктів господарювання до МСП відрізняються залежно від країни та її економічної системи. Найчастіше використовуються такі параметри, як кількість працівників, річний дохід або обсяг балансових активів.

Нижче наведено таблицю з критеріями класифікації підприємств у ЄС та Україні (табл. 1.1)

Таблиця 1.1

Критерії класифікації підприємств у ЄС та Україні

Країна	Категорія	Кількість працівників	Річний дохід або балансова вартість активів
Європейський Союз	Мікро	До 10	До 2 млн євро
	Мале	До 50	До 10 млн євро
	Середнє	До 250	До 50 млн євро або 43 млн євро активів
Україна (за Господарським кодексом України)	Мікро	До 10	До 2 млн євро
	Мале	До 50	До 10 млн євро
	Середнє	До 250	До 50 млн євро
Україна (за Законом України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні»)	Мікро	До 10	балансова вартість активів до 350 тис. євро або чистий річний дохід від реалізації продукції до 700 тис. євро
	Мале	До 50	балансова вартість активів – до 4 млн. євро або чистий річний дохід від реалізації продукції до 8 млн євро
	Середнє	До 250	балансова вартість активів – до 20 млн. євро або чистий річний дохід від реалізації продукції до 40 млн євро або

Примітка. Сформовано автором на основі [2; 6; 24;]

У Європейському Союзі мікропідприємства визначаються як компанії з кількістю працівників до 10 осіб та річним оборотом або балансовою вартістю активів до 2 млн євро. Малі підприємства мають до 50 працівників та оборот або активи до 10 млн євро, а середні – до 250 працівників та оборот до 50 млн євро або активи до 43 млн євро[24].

В Україні критерії віднесення суб'єктів господарювання до малих і середніх підприємств визначено двома основними законодавчими актами: акон України “Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні”[6] визначає, що:

- Мікропідприємства – це підприємства з кількістю працівників до 10 осіб, балансова вартість активів якого до 350 тисяч євро або чистим річним доходом від реалізації продукції до 700 тис. євро.

- Малі підприємства – до 50 працівників та дохід до 8 млн євро або балансова вартість активів – до 4 млн. євро .

- Середні підприємства – до 250 працівників та дохід до 40 млн євро або балансова вартість активів – до 20 млн. євро.

осподарський кодекс України зазначає, що [2]:

Мікропідприємства – це суб'єкти господарювання, у яких середня кількість працівників не перевищує 10 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 2 млн. євро

- Малі підприємства – це суб'єкти господарювання, які мають до 50 працівників і річний дохід до 10 млн. євро.

- Середні підприємства – до 250 працівників і дохід до 50 млн. євро.

Ці критерії використовуються для регулювання діяльності малого та середнього бізнесу, визначення державної підтримки, а також участі підприємств у міжнародній торгівлі.

Критерії віднесення суб'єктів господарювання до малих і середніх підприємств в Україні визначено двома основними законодавчими актами (табл. 1.1.) – Законом України “Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні” [6] та Господарським кодексом України [2] з кількох об'єктивних причин, які обумовлені різними цілями та контекстами застосування цих критеріїв у правовому полі.

Щодо Закону України “Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні”, то він застосовується у сфері бухгалтерського обліку, аудиту та фінансової звітності. Критерії у Законі про бухгалтерський облік є більш інтегрованими у європейське законодавство, зокрема у контексті підготовки фінансової звітності за міжнародними стандартами, що важливо для зовнішніх користувачів, інвесторів та аудиторів.

Господарський кодекс України, натомість, має ширший спектр регулювання, оскільки визначає загальні засади господарської діяльності в Україні, і більше зосереджений на національному регулюванні господарської діяльності пов'язаною включно з державною підтримкою, формами господарювання, реєстрацією підприємств, пільговим оподаткуванням та інституційними аспектами функціонування підприємств [2].

Тобто в одному випадку класифікація підприємств (мікро, малі, середні) визначає обсяг і форму фінансової звітності, спрощені вимоги до аудиту та форми подання документів. В іншому – ці самі критерії використовуються при

визначенні права на державну допомогу, участь у тендерах, залученні грантів, програм кредитування тощо.

Частково наявність двох систем класифікації пов'язана з тим, що законодавство перебуває у процесі еволюційного оновлення. Закон “Про бухгалтерський облік...” уже оновлено відповідно до євростандартів, тоді як Господарський кодекс ще не повністю гармонізований із ними. У перспективі можливе уніфікування підходів.

Тобто, наявність двох законодавчих актів, які визначають критерії віднесення підприємств до малих і середніх в Україні, зумовлена різною метою правового регулювання, відмінністю контекстів застосування, а також поступовою гармонізацією національного законодавства з європейськими нормами. Це дозволяє більш гнучко адаптувати вимоги до підприємств залежно від сфери їх діяльності та типу взаємодії з державою чи ринком.

Принципи та функції діяльності малих і середніх підприємств при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД) визначають їхню роль у міжнародній торгівлі та можливості ефективного виходу на зовнішні ринки. Участь МСП у міжнародній торгівлі базується на принципах гнучкості, швидкої адаптації до ринкових змін, ефективного використання обмежених ресурсів та пошуку нішевих ринків. Одним із ключових принципів є інноваційність, що дозволяє малим підприємствам впроваджувати нові бізнес-моделі, використовувати цифрові технології та ефективно конкурувати з великими корпораціями.

Функціонування МСП у зовнішньоекономічній діяльності здійснюється за кількома основними напрямками. Однією з ключових функцій є експортна діяльність, що дозволяє підприємствам розширювати ринки збуту, залучати нових клієнтів та підвищувати конкурентоспроможність. Важливою функцією є також імпорт, який забезпечує доступ до нових технологій, сировини та комплектуючих, необхідних для виробництва продукції. Іншим важливим напрямом є участь МСП у міжнародних ланцюгах постачання, що дозволяє їм

інтегруватися в глобальні виробничі процеси та підвищувати рівень технологічного розвитку.

Держави зацікавлені у розвитку малих і середніх підприємств, оскільки вони відіграють критично важливу роль у забезпеченні економічної стабільності та зростання. МСП створюють значну частку робочих місць, сприяють диверсифікації економіки та є стійкішими до кризових явищ порівняно з великими корпораціями. Завдяки своїй гнучкості та адаптивності вони швидко реагують на зміни ринкового середовища, що дозволяє їм ефективно відновлюватися після економічних спадів.

З метою підтримки МСП уряди різних країн впроваджують широкий спектр заходів, зокрема податкові пільги, державні гранти, пільгове кредитування та програми експортного фінансування. Крім того, створюються спеціальні агенції, які допомагають малим підприємствам виходити на міжнародні ринки, адаптуватися до міжнародних стандартів та долати адміністративні бар'єри.

Держави та міжнародні організації відіграють важливу роль у розвитку малого і середнього бізнесу в міжнародній торгівлі, створюючи механізми підтримки, фінансування та адаптації до глобальних економічних умов. Одним із ключових інструментів є державна підтримка експорту, яка включає кредитування, податкові пільги, грантові програми та консультаційну допомогу.

Наприклад, у Європейському Союзі функціонувала програма COSME, яка з 2021 року була інтегрована у Програму єдиного ринку (Single Market) розкрити свій потенціал і забезпечити відновлення Європи після пандемії COVID-19. З 4,2 мільярда євро на період 2021-2027 років SMP забезпечує інтегрований пакет для підтримки та посилення управління єдиним ринком. Вона також спрямована на полегшення доступу МСП до фінансування, спрощення виходу на міжнародні ринки та підвищення конкурентоспроможності малих підприємств [18].

Світова організація торгівлі (СОТ) сприяє спрощенню регуляторних процедур для МСП, зменшенню торговельних бар'єрів, гармонізації стандартів та покращенню доступу до міжнародних ринків. Організація економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) розробляє рекомендації щодо політики підтримки малого бізнесу, включаючи адаптацію регуляторних норм, покращення доступу до фінансування та цифрову трансформацію підприємств.

МСП здатні впроваджувати цифрові рішення в різноманітні сфери своєї роботи – від налагодження внутрішніх операцій до покращення комунікації з клієнтами та створення нових товарів (табл. 1.2). Інтеграція цифрових технологій у всі складові бізнесу дає змогу компаніям вдосконалювати власні продукти та послуги, а також збільшувати свою конкурентоспроможність, зокрема, завдяки перенесенню своїх продажів в онлайн-середовище.

Таблиця 1.2

Сфера, способи та цілі використання цифрових технологій в діяльності МСП

Сфера діяльності	Спосіб використання цифровізації	Цілі та вигоди
Продаж та маркетинг	Електронна комерція, онлайн реклама, соціальні мережі	Досягнення ширшої аудиторії, персоналізація пропозицій, підвищення Продажів
Клієнтське обслуговування	Цифрові CRM-системи, чат-боти	Поліпшення взаємодії з клієнтами, автоматизація відповідей
Операційне управління	Автоматизація процесів, хмарні рішення	Оптимізація робочих процесів, зниження витрат
Фінанси та бухгалтерія	Цифровий бухгалтерський облік, онлайн платіжні системи	Покращення управління фінансами, швидкість обробки транзакцій
Логістика та управління запасами	Цифрове управління запасами, GPS- моніторинг	Ефективність логістики, точність управління запасами
Навчання та розвиток персоналу	Онлайн навчальні платформи, вебінари	Підвищення кваліфікації співробітників, гнучкість навчання
Безпека та захист даних	Цифрові інструменти безпеки, шифрування	Захист інформації, запобігання витоку даних
Дослідження та розробка	Аналітика даних, штучний інтелект	Інновації, ефективність досліджень, розробка нових продуктів

Примітка. Сформовано автором на основі [4, с. 85]

Важливу роль у підтримці експорту відіграють національні експортно-кредитні агентства, які забезпечують страхування експортних операцій, надають гарантії та фінансові інструменти для підтримки діяльності МСП на зовнішніх ринках.

Згідно з даними Євростату, малий та середній бізнес Європейського Союзу активно переходить на використання цифрових платформ для здійснення міжнародної торгівлі. У 2020 році лише 32% малих підприємств використовували онлайн-платформи для продажу товарів за межі своїх країн. Однак зростання цього показника в наступні роки показує позитивну динаміку, яка свідчить про прискорення цифровізації бізнесу [12]. Так, у 2021 році цей показник зріс до 36%, у 2022 році — до 40%, а в 2023 році — до 42% малих підприємств в ЄС почали використовувати е-торгівлю для міжнародних продажів (рис. 1.1). Прогноз на 2024 рік свідчить, що цей відсоток досягне 45%, що підкреслює важливість цифрових платформ як інструменту для виходу на міжнародні ринки [26].

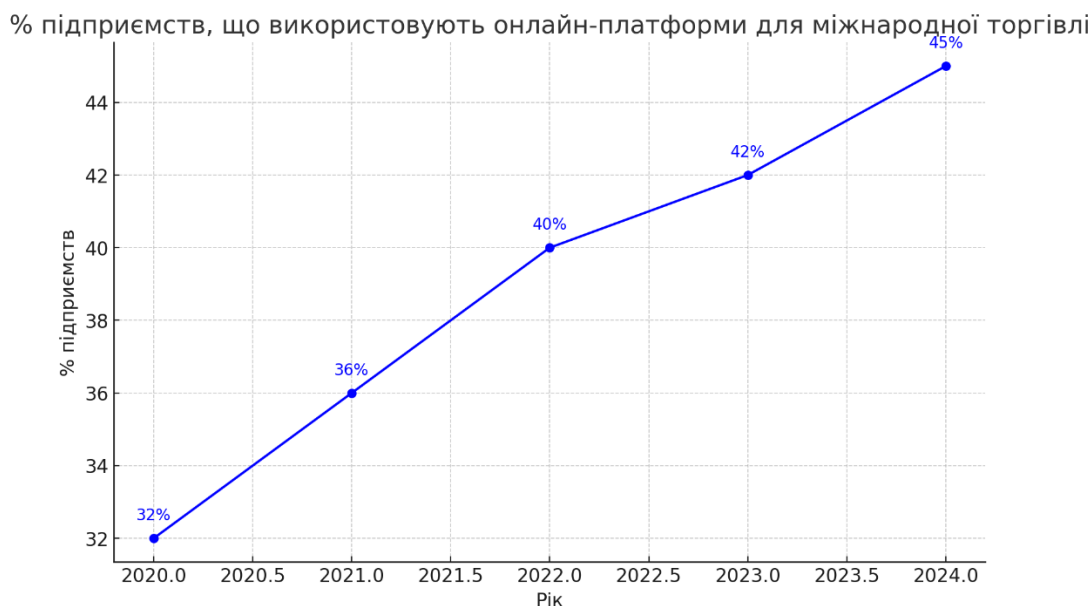


Рис. 1.1. Динаміка кількості малих підприємств, що використовують онлайн-платформи для міжнародної торгівлі в ЄС (2020–2024)

Примітка. Побудовано автором на основі [12, 26].

Цей тренд демонструє, що цифровізація не лише стає необхідною для конкурентоспроможності МСП, а й стратегічним інструментом для їхнього

росту та виходу на нові ринки. З переходом на онлайн-продажі, малі підприємства значно знижують витрати на традиційні методи маркетингу та логістики, а також отримують доступ до глобальних ринків, що відкриває нові можливості для розширення їхнього бізнесу. Крім того, зростання числа підприємств, які інтегруються в міжнародну торгівлю через онлайн-платформи, підтверджує важливість цифрових технологій для сталого розвитку економіки ЄС, а також для малого бізнесу в умовах глобалізації.

Ці дані підкріплюються звітом Євростату, в якому зазначається, що малий бізнес Європи все активніше переходить до електронної комерції, а також стає важливим гравцем на міжнародних платформах таких, як Amazon, eBay та Alibaba [16].

Одним з важливих аспектів, який сприяє розвитку малого бізнесу на міжнародних ринках, є активне використання цифрових платформ, таких як Amazon, eBay, Alibaba та інших. Ці платформи дозволяють малим підприємствам не лише знижувати витрати на маркетинг і логістику, але й розширювати свою клієнтську базу на глобальному рівні, забезпечуючи доступ до ринків, які раніше були недоступні.

Згідно з останніми даними SME Digital Growth Index 2024, понад 60% малих підприємств в ЄС, які активно продають через ці міжнародні платформи, відзначають значне зростання своїх експортних можливостей. Це дослідження демонструє важливість цифрових платформ як не тільки інструменту продажу, але й потужного каналу для збільшення обсягів експортних операцій [27].

Дані індексу показують, що малі підприємства, які активно використовують онлайн-платформи для продажу своїх товарів і послуг, мають значно вищі шанси на інтеграцію в глобальні ланцюги постачання. У 2024 році показник підприємств, що здійснюють експорт через ці платформи, зріс на 15% порівняно з 2020 роком [27].

Це свідчить про тенденцію, коли більше підприємств орієнтуються на глобальні ринки, оскільки платформи дозволяють скоротити бар'єри входу, зокрема витрати на логістику і рекламу.

Протягом останніх років SME Digital Growth Index активно оцінює цифрову трансформацію малого бізнесу, зокрема його здатність інтегруватися у глобальні економічні процеси через онлайн-продажі. Інтерпретуючи дані за останні роки, можна побачити чітку тенденцію до зростання.

Ці дані свідчать про позитивну динаміку зростання, яка спостерігається серед малих підприємств ЄС. Важливо, що інтеграція малих підприємств у міжнародні ланцюги постачання не лише підвищує їх конкурентоспроможність, але й дозволяє їм значно розширити можливості для розвитку, що включає в себе зростання доходів та залучення нових клієнтів на глобальних ринках.

Водночас важливо відзначити, що підприємства, які активніше інтегруються в ці платформи, також стикаються з рядом бар'єрів, таких як високі витрати на адаптацію до міжнародних стандартів і нормативів, а також обмежений доступ до фінансування для розвитку їхніх цифрових можливостей.

Малі та середні підприємства (МСП) в Україні є важливим фактором економічного розвитку, створюючи значну кількість робочих місць та сприяючи формуванню ВВП. Однак рівень їх цифровізації залишається на етапі розвитку, і значна частина підприємств ще не використовує цифрові технології для міжнародної торгівлі.

Станом на 2023 рік лише близько 30% малих підприємств в Україні активно використовують онлайн-платформи для продажу товарів за кордон, що значно менше, ніж у Європейському Союзі (42%). Проте, в галузях, таких як технології та електронна комерція, цифровізація відбувається швидше. З 2020 по 2023 роки частка малих підприємств, що займаються електронною комерцією, зросла на 5%, хоча рівень цифровізації залишається нижчим за середній європейський показник [9].

Малі підприємства не мають достатніх коштів на закупівлю необхідного обладнання, програмного забезпечення та навчання персоналу. Лише 50% населення України володіє базовими цифровими навичками, що обмежує можливості для впровадження нових технологій [9]. Обмежений доступ до швидкісного інтернету та сучасних технологій у багатьох регіонах України ускладнює вихід на міжнародні ринки. Складні сертифікаційні процедури та митні обмеження ускладнюють інтеграцію в міжнародну торгівлю через онлайн-платформи.

Таким чином, розвиток МСП у міжнародній торгівлі значною мірою залежить від державної політики та діяльності міжнародних організацій. Для ефективного виходу малих і середніх підприємств на зовнішні ринки необхідна адаптація регуляторної бази, фінансова підтримка, розробка інструментів страхування ризиків та сприяння цифровій трансформації. Це створює можливості для підвищення конкурентоспроможності МСП, їх інтеграції у глобальні ланцюги постачання та забезпечення сталого економічного зростання.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ УЧАСТІ МАЛИХ І СЕРЕДНІХ ПІДПРИЄМСТВ У ЦИФРОВІЙ ТРАНСФОРМАЦІЇ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ

2.1. Сучасний стан цифровізації малих і середніх підприємств у міжнародній торгівлі

Цифровізація малих і середніх підприємств (МСП) у міжнародній торгівлі є одним із ключових факторів, що визначають їх здатність адаптуватися до сучасних економічних умов і забезпечувати стійке зростання на глобальних ринках.

Цифрова трансформація є важливим пріоритетом розвитку усіх сфер в Європейському Союзі. Програма "Цифрове десятиліття" окреслює ключові вектори, що визначатимуть цифровий розвиток в ЄС до 2030 року. Зокрема, щодо цифрової трансформації для бізнесу до 2030 року Європейський Союз встановив два ключові орієнтири [10]:

більш ніж 90% малих і середніх підприємств повинні демонструвати хоча б базовий рівень цифрової інтенсивності;

– 75% підприємств ЄС мають застосовувати хмарні обчислення, вдаватися до аналізу великих даних або використовувати штучний інтелект

Ці цілі підкреслюють нагальність та значущість цифрової трансформації у сучасному діловому контексті, акцентуючи увагу на необхідності пристосування та модернізації підприємств у відповідь на цифрові виклики та можливості, що стрімко розширюються.

За останні п'ять років, з 2020 по 2024 рік, спостерігається тенденція до активного впровадження цифрових технологій серед малих підприємств в ЄС, що значно полегшує їх участь у міжнародній торгівлі, особливо через електронну комерцію та використання міжнародних онлайн-платформ.

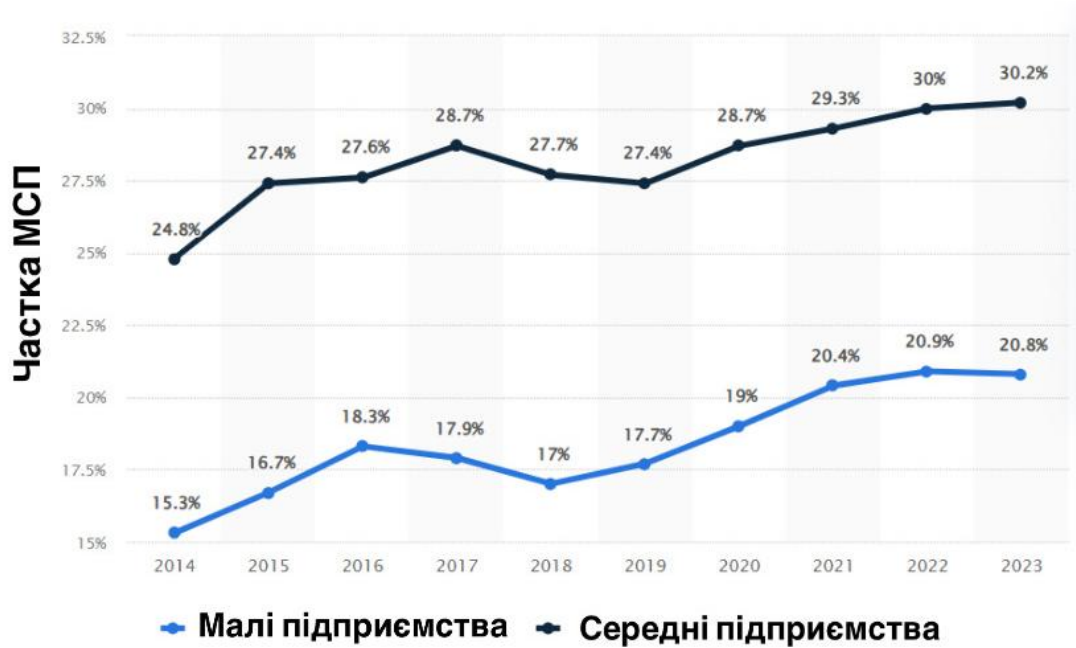


Рис. 2.1. Динаміка частки МСП, які здійснюють онлайн-продажі в країнах ЄС у 2014–2023 рр.

Примітка. Побудовано автором на основі [25].

Як видно з рис. 2.1, протягом 2014–2023 років частка малих і середніх підприємств у ЄС, що здійснюють онлайн-продажі, зростає з 15% до 21%. Найбільший приріст спостерігався у 2020–2021 роках, що пов'язано з пандемією COVID-19 і вимушеним переходом підприємств на дистанційні форми роботи. У 2022 році спостерігалось незначне зниження, однак у 2023 році показник знову зріс, що свідчить про продовження тенденції цифрової трансформації бізнесу в ЄС.

Електронна комерція відкриває нові можливості для малих та середніх підприємств, дозволяючи їм виходити на глобальні ринки та розширювати свою аудиторію. Згідно з даними Statista, у 2023 році частка малих підприємств (з кількістю працівників від 10 до 49) в ЄС, які здійснюють продажі через вебсайт або додаток, становила 21%. Середні підприємства демонструють вищий рівень залученості в електронну комерцію, з часткою близько 30% [20].

Електронна комерція в Європейському Союзі (ЄС) є важливим фактором економічного зростання, і її роль продовжує збільшуватись. За даними Євростату, в 2023 році 23,8% підприємств у ЄС здійснювали онлайн-продажі,

що на 6,6 відсоткових пункти більше порівняно з 2013 роком. Цей показник відображає широку інтеграцію цифрових технологій в бізнес-процеси країн ЄС. Серед великих підприємств частка тих, що здійснюють електронні

Крім того, електронна комерція тісно пов'язана з розвитком інновацій — таких як хмарні технології, штучний інтелект та автоматизація. У країнах ЄСР сектор інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) зростав у середньому на 6,3% між 2013 і 2023 роками, що суттєво перевищує загальні темпи економічного зростання. Цей факт свідчить про центральну роль цифрових рішень у сучасній економіці [28].

Як видно з рис. 2.2, рівень впровадження електронної комерції в ЄС суттєво відрізняється не лише між країнами союзу, а й за розміром підприємств. Середні підприємства (позначені чорним кольором) у всіх представлених країнах демонструють вищі показники участі в онлайн-продажах порівняно з малими (синій колір). Це вказує на те, що більші підприємства мають кращі технічні, організаційні та фінансові можливості для цифрової трансформації. Найвищі показники електронної комерції серед середніх підприємств спостерігаються у Швеції (49%), Ірландії (46,5%) та Данії (45%), тоді як найнижчі — у Румунії (17,3%) і Болгарії (19,2%). Водночас, навіть у провідних країнах ЄС цифрова активність малих підприємств залишається значно нижчою, що підкреслює необхідність підтримки цієї групи у процесах цифровізації.

,

5

%

,

с

е

р

е

д

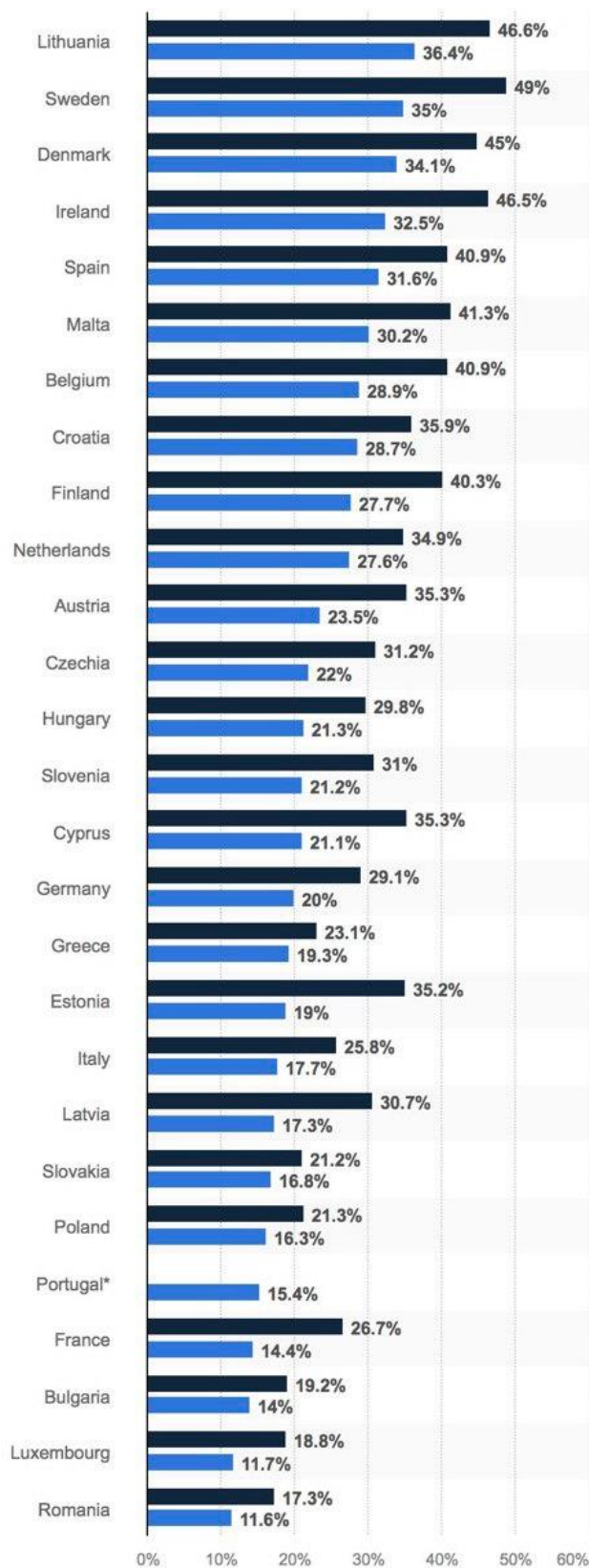


Рис.2.2. Частка МСП країн ЄС, яка здійснює продажі через електронну комерцію у 2023 році

Примітка. Побудовано автором на основі [28]

Найкращі показники мають країни з розвинутою економікою та цифровою інфраструктурою, де рівень цифровізації серед підприємств є досить високим. Це дозволяє підприємствам ефективно використовувати цифрові платформи для міжнародної торгівлі.

Найгірші показники у країнах з низьким рівнем цифрової інфраструктури, і це обмежує можливості малих підприємств для виходу на глобальні ринки.

Пандемія COVID-19 значно прискорила цифровізацію малого бізнесу в усьому світі і в країнах ЄС. В умовах локдаунів і обмежень на фізичну присутність на ринках, малі підприємства змушені були перейти на онлайн-продажі, що дозволило їм зберегти зв'язок з клієнтами та продовжити свою діяльність. Під час і після пандемії зросла частка МСП, що почали використовувати онлайн-канали продажу, що підкреслює важливість цифрових рішень у кризових ситуаціях (рис. 2.1).

У межах ЄС для оцінки цифрового прогресу підприємств застосовується Індекс цифрової інтенсивності (Digital Intensity Index (DII)), який визначається, базуючись на використанні компаніями різних цифрових інновацій. Він може вимірювати, зокрема, залучення штучного інтелекту, електронної торгівлі, корпоративних соціальних мереж, хмарних сервісів та інших технологій. Індекс розподіляє підприємства за ступенем використання цифрових технологій і може коливатися від "дуже низького" до "надзвичайно високого" рівня цифрової інтенсивності та дає змогу виміряти, наскільки активно підприємства вдаються до різних цифрових технологій [14].

Показник DII розраховується на основі 12 змінних, кожна з яких має оцінку 1 бал. Підприємства піддаються оцінці, виходячи з обсягу застосованих цифрових технологій, і відповідно ранжуються за 4-ма рівнями цифрової інтенсивності:

- дуже низький рівень: використання 0-3 технологій;
- низький рівень: використання 4-6 технологій;

- високий рівень: використання 7-9 технологій;
- дуже високий рівень: використання 10-12 технологій.

Компанія, яка використовує більше 4-ох технологій, вважається такою, що має базовий рівень цифрової інтенсивності. Цей індекс дозволяє оцінити, наскільки компанія інтегрована в цифровий світ і наскільки ефективно вона використовує сучасні технології для своєї діяльності [13; 14].

Оцінка цифрової інтенсивності компаній є надзвичайно важливою, адже дозволяє зрозуміти глибину інтеграції цифрових інструментів у бізнес-процеси та їх вплив на конкурентоспроможність, ефективність та здатність до інновацій. Вищий рівень цифрової інтенсивності може вказувати на більшу пристосованість до сучасних ринкових змін і тенденцій, а також на ефективніше використання ресурсів та краще задоволення вимог клієнтів.

Рівень цифровізації малих підприємств у Європейському Союзі, як видно з рис. 2.3, відрізняється між державами-членами Північної та Південної Європи. Північні держави-члени, Фінляндія, Данія та Швеція мають найвищий рівень підприємств з високою або дуже високою цифровою інтенсивністю у своїй повсякденній діяльності. Тоді як держави-члени з найменш цифровізованим бізнесом знаходяться у Південно-Східній Європі, а Румунія, Греція та Болгарія знаходяться в кінці списку.

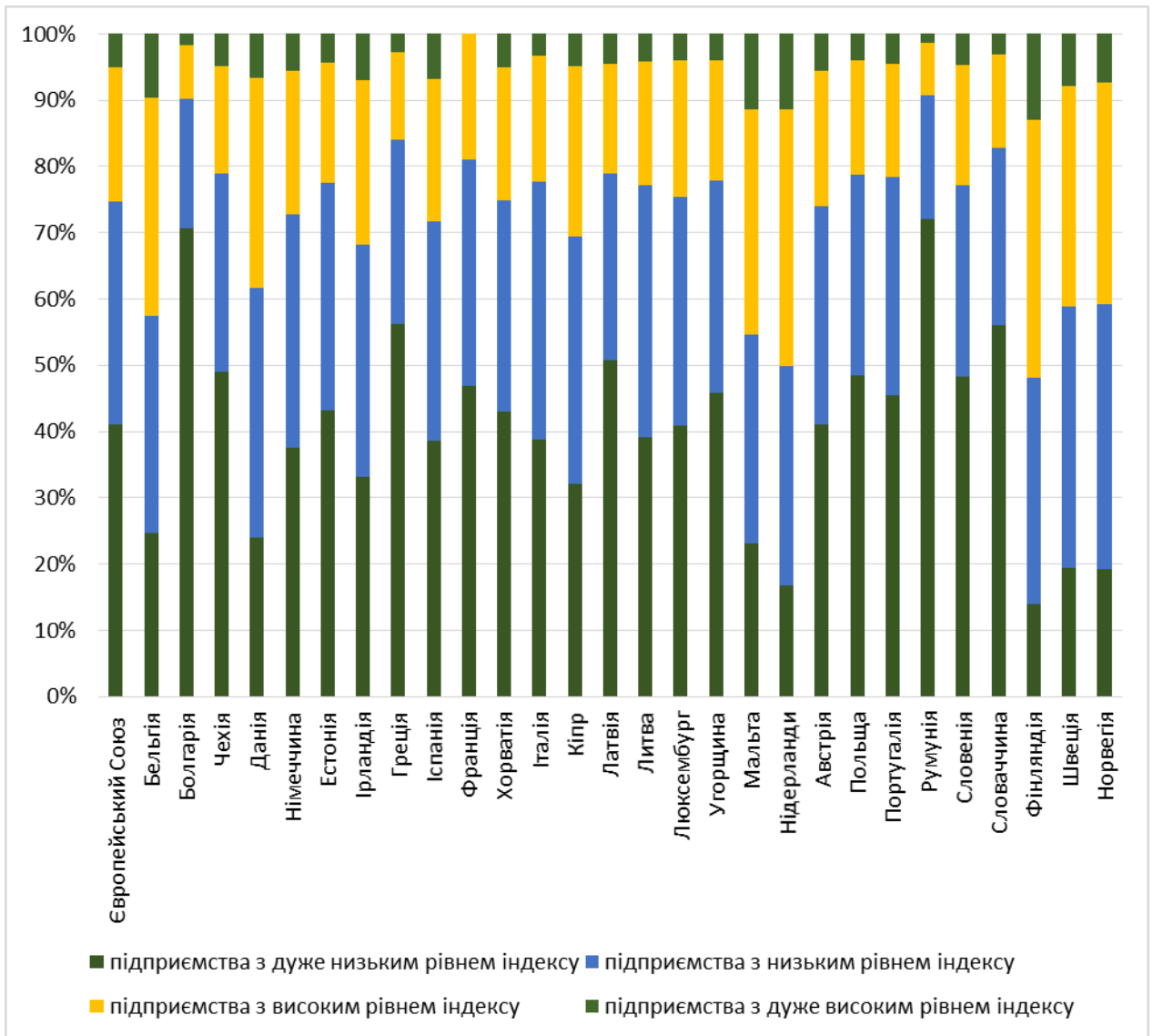


Рис. 2.3. Цифрова інтенсивність малих підприємств в ЄС у 2023 році, за державами-членами

Примітка. Побудовано автором на основі [13]

Цифровізація підприємств є ключовою метою політики ЄС, а здатність європейських підприємств конкурувати у високотехнологічних та цифрових галузях вважається важливою для забезпечення глобальної конкурентоспроможності ЄС у XXI столітті. Завдяки такій політиці, як Єдиний цифровий ринок, а також інвестиціям через пакет економічного відновлення союзу NextGenerationEU, ЄС сподівається стимулювати цифровізацію підприємств у Європі та сприяти зростанню нових високотехнологічних галузей.

Цифровізація також дозволила малим підприємствам значно знизити витрати на традиційні методи маркетингу та логістики. Використання хмарних технологій та автоматизації дозволяє підприємствам ефективніше управляти своїми процесами та оптимізувати роботу з клієнтами. Це стало важливим чинником, що дозволив малим і середнім підприємствам зменшити свої витрати і збільшити рівень ефективності в умовах глобалізації ринку.

Враховуючи ці фактори, держави повинні активно інвестувати в розвиток цифрової інфраструктури та освіти, щоб малий і середній бізнес міг реалізувати свій потенціал у міжнародній торгівлі. Це включає в себе як надання фінансової підтримки для впровадження цифрових технологій, так і розробку програм для підвищення рівня цифрових навичок серед підприємців і працівників.

Стан та виклики цифрового розвитку для малих і середніх підприємств в Україні

Цифровий розвиток МСП в Україні є одним з ключових напрямків в контексті модернізації економіки, підвищення конкурентоспроможності бізнесу та інтеграції у глобальні ринки. Цифровізація для МСП – це не просто інструмент оптимізації, а необхідна умова їхнього виживання та зростання у сучасних умовах.

Цифровізація сприяє МСП ефективніше змагатися на ринку, забезпечуючи інструментами для розширення географії, зниження витрат та покращення якості обслуговування. Підприємства, які інтегрують цифрові рішення, здатні краще розпізнавати потреби клієнтів та швидше реагувати на зміни в їхніх уподобаннях.

Україна, хоча й не входить до ЄС, також орієнтується на європейські стандарти в цифровій трансформації. Згідно з аналітичними дослідженнями, країна поступово покращує свої позиції у сфері цифровізації, особливо в

частині розвитку електронних послуг та впровадження цифрових інструментів в органах державної влади. Проте цифровий розвиток українських МСП залишається нерівномірним.

Як видно з табл. 2.1, в Україні спостерігається позитивна зростаюча динаміка цифровізації підприємств, не зважаючи складний для економіки 2022 рік повномасштабного вторгнення.

Таблиця 2.1.

Показники цифровізації підприємств України, %

Показник	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Рівень охоплення населення інтернет - послугами, абонентів на 100 жителів	–	46	52	55	57	62	–
Частка підприємств, які мають доступ до мережі Інтернет	88	86,4	–	86,6	85,1	88,8	93,8
Частка підприємств, які здійснювали електронну торгівлю	5,0	4,8	4,9	5,0	6,1	6,9	–
Частка кількості підприємств, що мають вебсайт	35,6	35,2	–	35,3	–	–	38,2
Частка кількості підприємств, що використовують соціальні медіа, у загальній кількості підприємств, %	29,7	30,1	–	–	29,1	–	30
Частка кількості підприємств, що купують послуги хмарних обчислень	9,8	10,3	–	10,2	9,8	–	13,7
Частка кількості підприємств, що мають найманих фахівців у сфері ІКТ	22,3	21,6	–	21,7	–	17,7	–

Примітка. Сформовано автором на основі [3]

З табл. 2.1 бачимо, що ступінь цифровізації українських підприємств переважає рівень цифровізації населення в аспекті доступу до інтернет-сервісів (зокрема, станом на 2023 рік: 88,8% фірм та 62% населення користувалися інтернетом). Відчутно позначилася збройна агресія на доступі підприємств до інтернету: невелике падіння у 2022 році змінилося значним зростанням у 2023 та 2024 роках, якщо порівнювати з попередніми роками. Водночас електронна комерція почала стрімко розвиватися вже з 2022 року, якщо зіставити з попередніми періодами, хоча відсоток підприємств, котрі продають товари й послуги онлайн, не можна назвати високим. Більше третини усіх фірм мають власні веб-ресурси й використовують соцмережі, що свідчить про достатньо високий рівень цифровізації. Динаміка використання соцмереж

в останні роки майже не змінюється. А частка підприємств з власними веб-сайтами – зростає.

Позитивним показником, який демонструє не тільки присутність підприємства в онлайн-просторі, але й застосування цифрових технологій у бізнес-процесах, є відсоток фірм, які закупають послуги хмарних обчислень. Варто зауважити, що цей показник більший, ніж у тих, хто веде торгівлю через інтернет. Також досить високою є частка підприємств, які наймають ІТ-спеціалістів, проте тут спостерігається негативна тенденція. Це може пояснюватися бажанням підприємств передати частину відповідної роботи на аутсорсинг спеціалізованим компаніям у сфері інформаційних технологій.

Як видно з рис. 2.4 та рис. 2.5. загальний обсяг ринку електронної комерції в Україні суттєво менший, ніж у країнах ЄС, однак темпи зростання цього сектору є значно вищими — 17% в Україні проти 3% у ЄС. Це вказує на активну динаміку цифрової трансформації у вітчизняному бізнес-середовищі та наявність значного потенціалу для подальшого розвитку.

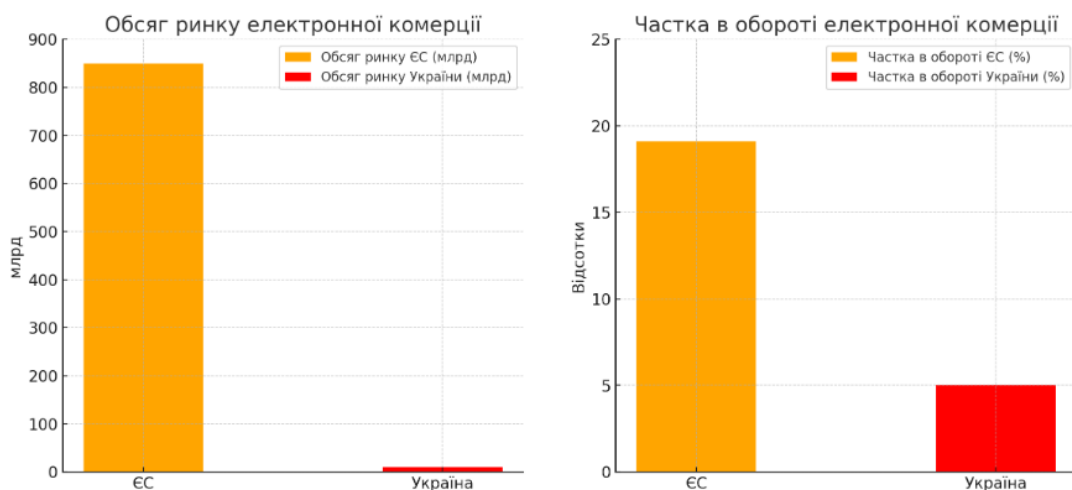


Рис. 2.4. Обсяг ринку електронної комерції та частка в обороті електронної комерції в ЄС та Україні(2023 рік)

Примітка: розроблено автором на основі [22; 23]

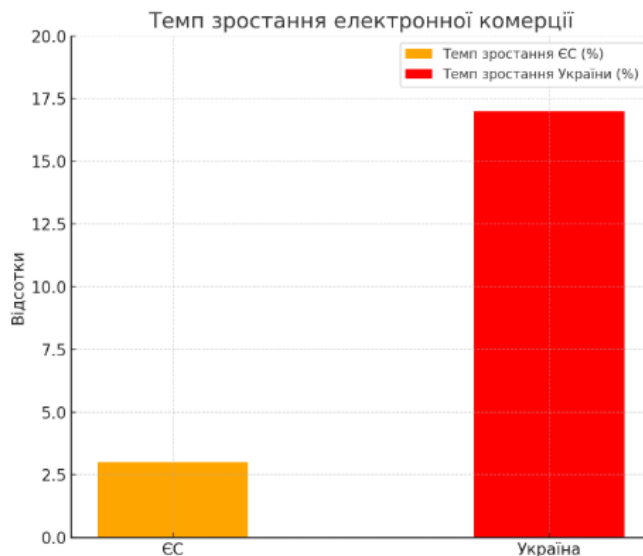


Рис. 2.5. Темпи зростання електронної комерції в ЄС та Україні (2023 рік)

Примітка: розроблено автором на основі [22; 23]

Статистика також підтверджує, що використання електронної комерції серед малих і середніх підприємств у країнах ЄС залишається вищим, ніж в Україні. За даними Eurostat, частка електронної комерції в загальному обороті європейських МСП (10–249 працівників) у 2023 році перевищила 15%, тоді як в Україні значна частина навіть активних МСП ще не повною мірою використовує цифрові канали для продажу [22]. Це свідчить про наявність цифрового розриву, який українським підприємствам ще належить подолати.

Електронна комерція стала одним із ключових драйверів розвитку українського бізнесу. Однак війна росії в Україні стала викликом для держави та економіки.

Як видно з рис. 2.6., до початку повномасштабної війни український ринок електронної торгівлі стабільно зростав.

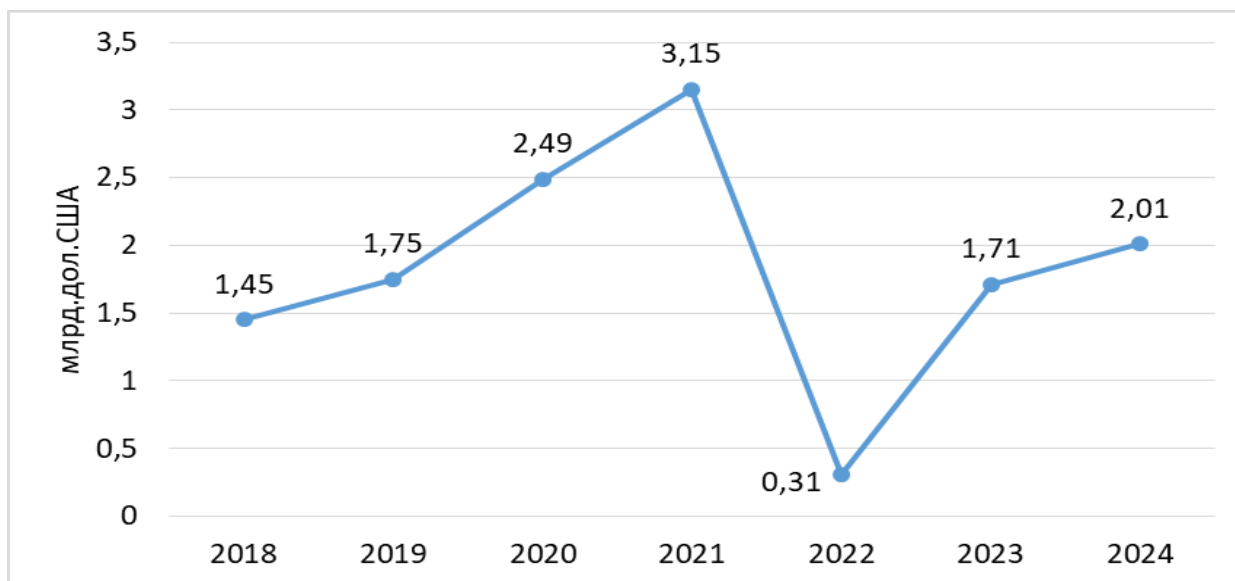


Рис. 2.6. Динаміка обсягу ринку електронної торгівлі в Україні (2018-2024 рр)

Примітка. Побудовано автором на основі [15]

Повномасштабне вторгнення вплинуло на життя і бізнес українців, зокрема і електронну торгівлю. Однак, незважаючи на складні обставини, ринок електронної торгівлі почав стрімко відновлюватись і у 2023 році його обсяги склали понад \$1,7 млрд, а у 2024 перевищила \$2 млрд. (рис. 2.6), тому є всі підстави вважати, що майбутнє українського e-commerce є позитивним.

Сьогодні онлайн-покупки все більше інтегруються в повсякденне життя споживачів, відкриваючи для підприємців нові можливості для виходу на міжнародні ринки та залучення глобальної аудиторії.

Масштабування бізнесу через e-commerce надає можливість мінімізувати витрати при виході на експортні ринки. Платформи, такі як Etsy, Amazon і Shopify, дають українським виробникам реальну можливість продавати свої товари безпосередньо споживачам у США, Європі та Азії. Це шанс не лише збільшити обсяги продажу, а й підвищити популярність бренду на міжнародній арені [11].

Загалом, цифровий розвиток малих і середніх підприємств є однією з ключових умов їхньої конкурентоспроможності в сучасній економіці, проте цей процес супроводжується численними викликами та бар'єрами (рис. 2.7).



Рис. 2.7. Виклики цифровізації діяльності МСП в Україні

Примітка. Сформовано автором самостійно

Низький рівень цифрових навичок як у власників, так і у працівників підприємств створює проблему для ефективного використання онлайн-платформ та інструментів для міжнародної торгівлі. Багато компаній не усвідомлюють потенційні переваги цифрових рішень або не мають знань щодо того, як інтегрувати їх у свою діяльність. Для забезпечення ефективності цифровізації підприємства мають розвивати ІТ-компетенції серед своїх працівників. Також серйозним викликом для цифровізації малих підприємств є високі витрати на цифрову трансформацію та фінансові обмеження, оскільки МСП вони повинні витратити великі кошти на обладнання та програмне забезпечення, і не завжди можуть дозволити собі інвестиції в ІТ-інфраструктуру або не мають доступу до цільових програм підтримки. Також варто зазначити, що в Україні відсутні дієві державні або регіональні програми, орієнтовані безпосередньо на цифрову підтримку малого бізнесу. Ускладнює розвиток цифрових компетенцій і доступ до онлайн-послуг недосконалість інфраструктури, зокрема нестача широкопasmового інтернету в сільських або віддалених регіонах.

Проблеми кібербезпеки та захисту даних стають все більш актуальними з ростом використання онлайн-платформ, адже МСП можуть стати мішенню для кібератак. Складність інтеграції нових технологій в існуючі бізнес-процеси створює додаткові труднощі для малих підприємств, що намагаються адаптувати свої стратегії до цифрових змін. Зміна бізнес-моделей та адаптація до нових умов потребує часу та ресурсів, оскільки МСП повинні переосмислити свої стратегії в контексті цифрової трансформації. Залучення та утримання клієнтів у цифровому середовищі стає складним завданням, оскільки конкуренція на онлайн-ринках постійно зростає. Нестабільність економічної ситуації через війну може привести до зменшення попиту та проблем з постачанням товарів і послуг.

Перебої в ланцюгах постачання можуть ускладнити виконання бізнес-зобов'язань, і МСП повинні шукати нові альтернативи для стабільної роботи. Безпека бізнесу в умовах воєнних дій є критично важливою, оскільки фізична загроза може поставити під ризик цілі підприємства. У разі евакуації підприємства в умовах війни необхідно мати план для швидкої адаптації до нових умов, включаючи можливість переходу на дистанційну роботу та переналаштування ринків збуту.

Серед ключових бар'єрів цифрової трансформації МСП можна виокремити кілька системних проблем.

Регуляторні бар'єри також створюють труднощі для розвитку цифрової економіки в Україні. Незважаючи на деякі успішні кроки, як-от «Дія» або електронні держпослуги, у сфері законодавства залишаються прогалини, пов'язані із захистом персональних даних, цифровими підписами, взаємним визнанням електронної ідентифікації з країнами ЄС. Крім того, в умовах повномасштабної війни з росією значна кількість МСП втратила ресурси або змушена була згорнути діяльність. За даними OECD, близько 64% МСП в Україні тимчасово припинили або значно обмежили свою діяльність після початку війни. У таких умовах цифрова трансформація часто відкладається на другий план або відбувається фрагментарно й нерівномірно [1].

Попри ці труднощі, цифровізація залишається важливим напрямом стратегічного розвитку МСП, особливо в контексті євроінтеграції України.

Значну роль у цифровізації малого бізнесу відіграють державні ініціативи, зокрема проєкт «Дія» та «Дія.Бізнес», які забезпечують підприємцям доступ до цифрових послуг, освітніх матеріалів і консультаційної підтримки.

Більш глибока інтеграція до цифрового ринку ЄС може надати українським МСП доступ до нових можливостей, спростити торгівлю та комунікацію з європейськими партнерами, а також забезпечити доступ до інноваційних платформ і технологій.

Сьогодні цифрова трансформація є ключовим інструментом для покращення позицій МСП у сучасній цифровій епісі. Вплив цього процесу відчувається у всіх аспектах діяльності: від організації та управління бізнесом до ефективності маркетингових стратегій, ресурсного забезпечення та скорочення витрат. Завдяки використанню цифрових технологій, компанії мають змогу стати лідерами ринку, здобуваючи вагому перевагу у конкурентній боротьбі.

РОЗДІЛ 3

ШЛЯХИ ПОКРАЩЕННЯ ЦИФРОВИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ МАЛИХ І СЕРЕДНІХ ПІДПРИЄМСТВ України У МІЖНАРОДНІЙ ТОРГІВЛІ

Участь МСП у міжнародній торгівлі потребує не лише конкурентного товару чи послуги, а й високого рівня цифрової зрілості. Цифрові технології забезпечують доступ до глобальних ринків, автоматизацію логістичних процесів, міжнародних розрахунків, маркетингових стратегій та клієнтської підтримки. Цифрові трансформації, зокрема в малому та середньому бізнесі, стають основою для відновлення економік, надаючи їм нові можливості для росту та розвитку.

Рівень цифровізації та впровадження технологій малими підприємствами визначає їх здатність ефективно реагувати на економічні та соціальні кризи, від пандемій до воєнних конфліктів. Крім того, цифровізація може покращити роботу власників малого бізнесу, забезпечуючи продуктивність і сприяючи реалізації відповідних стратегій для задоволення потреб зацікавлених сторін, клієнтів і співробітників через інноваційні технології. Вважається, що розробка нових продуктів, послуг і процесів має важливу роль у створенні, виживанні та зростанні малого бізнесу, а впровадження цифрових технологій підвищує їх інноваційний потенціал і сприяє зростанню.

Цифрова трансформація відкриває перед малими і середніми підприємствами нові горизонти участі в міжнародній торгівлі. Її впровадження створює низку ключових переваг, які дають змогу МСП конкурувати на глобальних ринках поряд із великими компаніями (рис. 3.1).

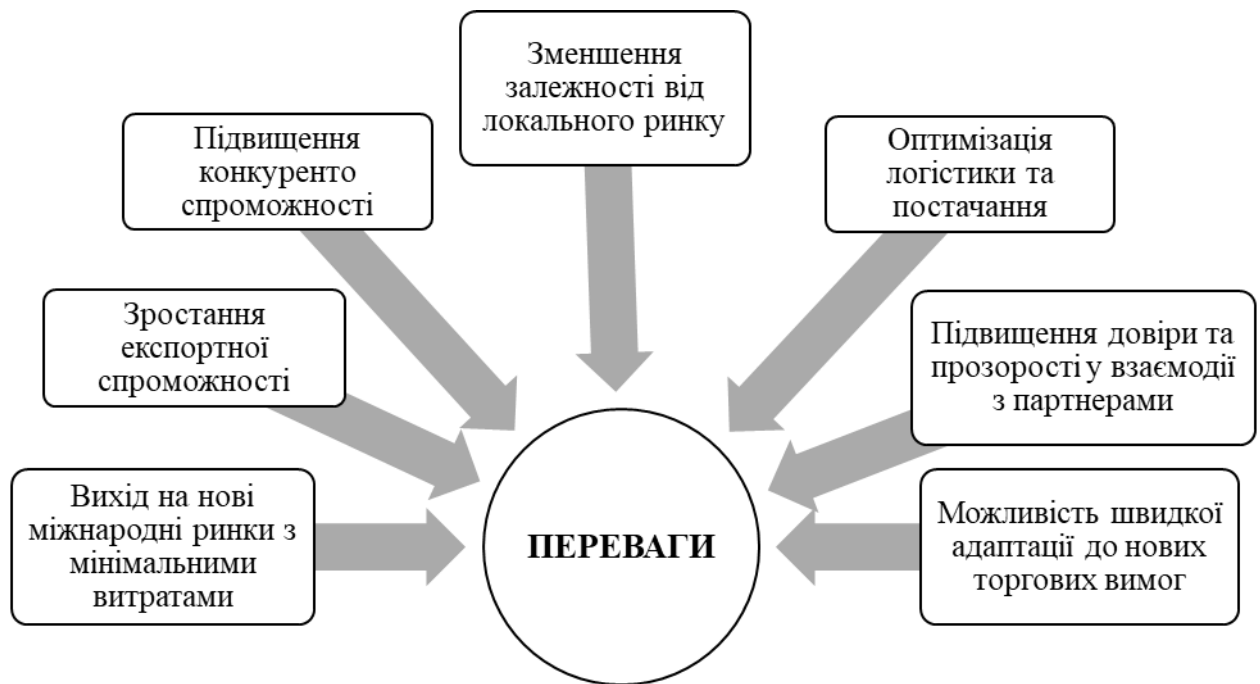


Рис. 3.1. Переваги цифрових трансформацій малих і середніх підприємств у міжнародній торгівлі

Примітка. Сформовано автором самостійно.

Насамперед, цифрові інструменти дозволяють МСП виходити на зовнішні ринки з мінімальними витратами. Завдяки електронній комерції, онлайн-маркетплейсам, соціальним мережам та власним цифровим платформам підприємства можуть пропонувати свої товари і послуги іноземним споживачам без необхідності відкриття фізичних представництв за кордоном.

Цифровізація також сприяє зростанню експортного потенціалу МСП шляхом автоматизації бізнес-процесів, запровадження електронного документообігу, використання CRM-систем, логістичних сервісів та інтеграції із зовнішніми митними і податковими платформами. Це підвищує ефективність експортних операцій і зменшує ризики і вплив людського фактору.

Крім того, цифрові трансформації підвищують конкурентоспроможність підприємств. Використання сучасних аналітичних інструментів, big data і технологій штучного інтелекту дозволяє краще розуміти попит, поведінку споживачів, тенденції на ринках і адаптувати бізнес-моделі відповідно до

вимог часу. Це, своєю чергою, забезпечує швидкість прийняття рішень і гнучкість у реагуванні на зміни зовнішнього середовища.

Ще однією перевагою є зменшення залежності від внутрішнього ринку. Цифрові технології дають змогу українським підприємствам диверсифікувати канали збуту та компенсувати втрати від економічної нестабільності всередині країни за рахунок зовнішніх продажів. Такий підхід став особливо актуальним в умовах воєнного стану, коли багато підприємств були змушені швидко переорієнтуватися на експорт.

Важливим аспектом є оптимізація логістичних процесів завдяки цифровим системам управління постачанням, які забезпечують контроль руху товарів у реальному часі, зменшення витрат та підвищення точності поставок. Це має велике значення для своєчасного виконання контрактів з міжнародними партнерами.

Окрім того, цифрові технології підвищують довіру у міжнародній взаємодії. Використання електронного підпису, безпечних платформ для обміну документами, а також блокчейн-рішень забезпечує прозорість транзакцій, юридичну захищеність і зниження ризиків шахрайства.

Зрештою, цифровізація дозволяє МСП швидко адаптуватися до нових регуляторних вимог і технічних стандартів, що висуваються на міжнародному рівні. Оновлення документації, сертифікації, маркування продукції та доступ до баз нормативних актів через цифрові системи сприяють спрощенню виходу на нові ринки.

Формування цифрової інфраструктури для підтримки розвитку малого бізнесу в Україні здійснюється через онлайн-платформу «Дія.Бізнес», яка надає інформаційні, консультативні та адміністративні послуги з широкого кола питань, починаючи від реєстрації та закінчуючи ліквідацією підприємницької діяльності. Платформа має зручний і інтуїтивно зрозумілий інтерфейс, а її фінансування забезпечується за рахунок державного бюджету та попередньо виділених коштів Світового банку для підтримки реформ [9].

Покращення цифрових перетворень малих і середніх підприємств в Україні у сфері міжнародної торгівлі вимагає комплексного підходу, що включає розвиток інфраструктури, знань і доступу до інноваційних технологій (рис. 3.2). Насамперед, важливим є розвиток цифрової інфраструктури, зокрема забезпечення швидкісного інтернету в усіх регіонах України, включно з віддаленими та сільськими територіями. Рівень цифрової інфраструктури в регіонах України залишається нерівномірним, що обмежує можливості підприємств на місцях. Держава має сприяти розвитку цифрової доступності, зокрема в малих містах і сільській місцевості. Без надійного технічного підґрунтя цифровізація бізнесу є малоефективною.

Розвиток цифрових навичок працівників МСП в Україні можна через розширення платформи «Дія.Цифрова освіта», адаптуючи її модулі під підприємців та офісних працівників.



Рис. 3.2. Шляхи покращення цифрових перетворень МСП України у міжнародній торгівлі

Примітка. Сформовано автором на основі [4; 7; 8].

Одночасно із цим необхідно підвищувати цифрову грамотність підприємців і персоналу. Багато представників МСП не мають достатніх

навичок у сфері цифрових технологій, електронної комерції, автоматизації процесів чи використання аналітичних інструментів, тому організація державних та партнерських навчальних програм, онлайн-курсів, воркшопів, тренінгів і консультацій сприятиме формуванню компетенцій, необхідних для успішної цифрової трансформації.

Для стимулювання цифровізації малого та середнього бізнесу доцільно запровадити фінансові стимули. В Україні це можуть бути податкові пільги або гранти на цифрову трансформацію — наприклад, на впровадження хмарних сервісів, цифрового обліку чи виходу на онлайн-торгівлю. Такий підхід дозволить малим та середнім підприємствам зменшити фінансове навантаження, що виникає при впровадженні новітніх технологій, а також швидше адаптуватися до вимог сучасного ринку. Подібні фінансові інструменти не лише сприятимуть зростанню бізнесу, а й підвищать конкурентоспроможність підприємств, зокрема на міжнародних ринках.

Також вагомим чинником є державне стимулювання цифровізації МСП через гранти, податкові пільги, пільгові кредити та інші форми підтримки для підприємств, які впроваджують цифрові рішення. Це дозволить зменшити фінансові бар'єри, особливо для мікро- і малих підприємств, які не мають доступу до великого капіталу.

У сфері міжнародної торгівлі надзвичайно важливо забезпечити доступ українських МСП до цифрових платформ та маркетплейсів. Це можна реалізувати шляхом створення національних платформ електронного експорту, інтегрованих з міжнародними електронними торговими майданчиками, які враховують потреби українського бізнесу.

В Україні інтеграцію МСП у цифрові платформи міжнародної торгівлі можна реалізувати шляхом модернізації платформи «Дія.Бізнес» - додавши модулі підключення до глобальних маркетплейсів, логістичних сервісів, аналітики експортних ринків [7].

Ще одним важливим аспектом є впровадження цифрових інструментів для проходження сертифікації, митного оформлення та електронного

документообігу відповідно до міжнародних стандартів. Це скорочує часові та фінансові витрати на вихід продукції на зовнішні ринки.

Окрім того, доцільно сприяти створенню цифрових екосистем співпраці, таких як галузеві онлайн-об'єднання, логістичні платформи чи цифрові бізнес-інкубатори, які забезпечують обмін даними, досвідом та спільне використання ресурсів.

Світовий досвід показує ефективність створення та розвиток цифрових інноваційних хабів [7; 8]. В Україні такі структури можуть функціонувати на базі провідних університетів або центрів підтримки підприємництва, забезпечуючи доступ до IT-консалтингу, навчання, пілотних технологій. Це дозволить малим та середнім підприємствам отримувати експертну підтримку на всіх етапах цифрової трансформації, від впровадження нових технологій до розвитку нових бізнес-моделей.

І нарешті, надзвичайно актуальним є впровадження рішень у сфері кібербезпеки – захисту даних, цифрового підпису, шифрування інформації, адже ризики кіберзагроз у міжнародній торгівлі постійно зростають. Тому необхідно підтримувати впровадження базових стандартів інформаційної безпеки, систем захисту даних, електронних підписів і шифрування для захисту транзакцій та ділового листування.

Для МСП важливо мати доступ до консультацій і рішень з кіберзахисту. Українським підприємствам варто надати інструменти для захисту даних та підвищення цифрової стійкості, зокрема типові стандарти або сервіси базової кібербезпеки.

Цифрові перетворення є важливим напрямом розвитку малих та середніх підприємств, особливо в умовах глобалізації та швидкої технологічної трансформації. Для успішного впровадження цифрових технологій МСП необхідно подолати численні бар'єри, зокрема фінансові обмеження, недостатній рівень цифрових навичок та інфраструктурні проблеми. Важливою умовою є державна підтримка через фінансові інструменти, такі як

податкові пільги та гранти, а також розвиток програм з підвищення цифрових навичок для підприємців.

Крім того, інтеграція малих підприємств у глобальні онлайн-платформи може значно підвищити їх конкурентоспроможність та експортні можливості, що сприяє їх ефективному виходу на міжнародні ринки.

ВИСНОВКИ

За результатами дослідження визначено, що малі та середні підприємства є важливою складовою світової економіки, відіграючи ключову роль у забезпеченні економічного зростання, створенні робочих місць та стимулюванні інновацій. Вони відзначаються гнучкістю та здатністю швидко адаптуватися до змін ринку, що робить їх конкурентоспроможними у міжнародному масштабі. Проте МСП стикаються з проблемами обмеженого доступу до фінансових ресурсів, недостатньої підтримки держави, складними регуляторними вимогами та бар'єрами, що ускладнюють вихід на зовнішні ринки.

Встановлено, що цифровізація є ключовим чинником підвищення ефективності та конкурентоспроможності МСП. Активне використання цифрових технологій, електронної комерції та онлайн-платформ дозволяє малим і середнім підприємствам значно розширити ринки збуту, оптимізувати бізнес-процеси та знизити операційні витрати. В Україні спостерігається позитивна динаміка цифрової трансформації, однак її темпи залишаються нижчими за середньоєвропейські, що пов'язано із низьким рівнем цифрових навичок, інфраструктурними обмеженнями та складною економічною ситуацією.

Проаналізовано сучасний стан цифровізації малих і середніх підприємств у міжнародній торгівлі, підкреслено важливість цифрової трансформації для успішної адаптації до глобальних ринків. Цифровізація є ключовим фактором для зниження витрат, спрощення процесів і виходу на нові ринки. Європейський Союз встановив орієнтири на досягнення високого рівня цифрової інтенсивності серед МСП до 2030 року. Частка малих і середніх підприємств, які здійснюють онлайн-продажі, зростає, але є значні відмінності між країнами ЄС, зокрема Північна Європа демонструє кращі результати. Проте МСП стикаються з серйозними бар'єрами, такими як обмежене фінансування, низький рівень цифрових навичок та проблеми кібербезпеки.

Розглянуто виклики та бар'єри цифрового розвитку для МСП в Україні. Українські підприємства поступово покращують свої позиції в цифровізації, зокрема в електронній комерції, проте цей процес залишається нерівномірним. Потрібно більше інвестицій у цифрову інфраструктуру, підвищення цифрових навичок серед працівників та підтримка державою цифрової трансформації через пільгове фінансування і гранти. У країні є значний потенціал для розвитку, але підприємства часто не мають доступу до фінансування для закупівлі необхідних технологій. Проблеми також виникають через недосконалу інфраструктуру та регуляторні бар'єри. Серед рекомендацій для покращення ситуації – удосконалення інфраструктури, підтримка через фінансові програми та розвиток цифрових компетенцій.

Визначено, що для повноцінної інтеграції МСП у глобальні цифрові ринки необхідно комплексно підходити до розвитку цифрової інфраструктури, підвищення цифрової грамотності підприємців та працівників, удосконалення законодавчої бази та державної підтримки. Для покращення цифрової трансформації малих і середніх підприємств в Україні необхідно:

- розвивати систему професійної підготовки і підвищення кваліфікації в сфері цифрових технологій, зокрема через розширення платформи «Дія.Цифрова освіта», адаптуючи її модулі під підприємців та офісних працівників;

- сприяти фінансовому стимулюванню і підтримці цифровізації МСП через надання податкових пільг та грантів на впровадження цифрових технологій, таких як хмарні сервіси, електронний облік та автоматизація бізнес-процесів;

- розвивати цифрову інфраструктуру в усіх регіонах України, зокрема забезпечити доступ до швидкісного Інтернету в сільських та віддалених районах, що дозволить малим підприємствам ефективно впроваджувати цифрові інструменти;

– запровадити програми підтримки малих і середніх підприємств через державне фінансування для закупівлі необхідного програмного забезпечення та технічних засобів для цифрової трансформації;

– створити національні платформи електронного експорту, інтегровані з міжнародними маркетплейсами, що допоможуть українським МСП виходити на глобальні ринки та знижувати витрати на логістику і маркетинг;

– впровадити державну підтримку розвитку кібербезпеки для МСП, включаючи програми навчання та надання інструментів для захисту даних і онлайн-платформ підприємств від кібератак;

– заохочувати партнерство між державними та приватними організаціями для розвитку цифрових бізнес-інкубаторів і кластерів, які б надавали підтримку малим і середнім підприємствам у впровадженні новітніх технологій та розробці інноваційних бізнес-моделей.

Впровадження ефективних заходів стимулювання цифрової трансформації створить умови для сталого розвитку бізнесу, підвищення його інноваційного потенціалу та розширення експортних можливостей. В цілому, реалізація цих пропозицій дозволить не тільки підвищити рівень цифрової інтеграції малого та середнього бізнесу, а й сприятиме створенню конкурентоспроможної, стійкої та інноваційної економіки України.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

- РДО. Цифровізація українського МСП: про що говорили на воркшопі,
о
рсподарський кодекс України: Закон України від 16.01.2003 р. № 436-IV (зі
вмінами і доповненнями). *Відомості Верховної Ради України*. 2003. № 18. Ст.
а
ержавна служба статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>(дата
звернення: 16.01.2025)
- ишакевич Б. Ю., Демедюк Б. Т., Сисюк В. І. Цифровізація малого та середнього
бізнесу: виклики та перспективи. *Інвестиції: практика та досвід*. 2024. № 2.
б. 82-87. URL:
а
- ністерство економіки України. *Робоча програма для мікро-, малих та середніх
підприємств* URL: [https://zakon.rada.gov.ua/go/996-14](https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-
М
А
ро бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України від
06.07.1999 р. № 996-XIV. URL: <a href=) (дата
звернення: 19.02.2025).
- врас І. З., Фединець Н. І. Цифровізація та інноваційний розвиток
Підприємства: тенденції, проблеми та перспективи. *Вісник Львівського
підприємства* (дата звернення: 28.05.2025) *університету. Економічні науки*. 2023. № 74. С.
б
- вмнюк Т.Л. Зарубіжний досвід підтримки малого бізнесу: уроки для. України.
г
кфрова грамотність населення України у 2023 році / *Міністерство цифрової
и
р
д
и
г
и*

<https://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2010:0245:FIN:EN:PDF>

i

igital Intensity by size class of enterprise. EUROSTAT. Data Browser. 2024. URL: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/isoc_e_dii_custom_12645739/bookmark/table?lang=en&bookmarkId=ba5e01d8-9614-4702-9a3a-9f8fd56a42fd

(дата звернення: 18.02.2025)

Commerce – Ukraine. URL:

E

c

u

p

p

(дата звернення: 19.02.2025)

р

р

в

Європейська електронна комерція досягла обороту 887 мільярдів євро у 2023

р

в

т

Statista. Share of small and medium enterprises that make e-commerce sales in the

в

в

р

в

р

Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). Growth of

(дата звернення: 18.04.2025)

в

в

в