

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
Сумський державний університет  
Навчально-науковий інститут бізнесу, економіки та  
менеджменту

# **Цифрові трансформації та інноваційні технології в економіці: виклики, реалії, стратегії**

**Digital transformations and innovative technologies in the  
economy: challenges, realities, strategies**

## **Матеріали**

II Міжнародної науково-практичної конференції  
(Україна, Суми, 17-19 травня 2023 р.)

Суми  
Сумський державний університет  
2023

УДК [330.34+330.336](063)  
Е45

*Рекомендовано вченою радою  
Сумського державного університету  
(протокол № 5 від 22 грудня 2023 р.)*

Е45 Цифрові трансформації та інноваційні технології в економіці: виклики, реалії, стратегії: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Цифрові трансформації та інноваційні технології в економіці: виклики, реалії, стратегії» (Суми, 17-19 травня 2023 року)/ за заг. ред.: Л. Л. Гриценко, І. В. Тютюник. Суми : Сумський державний університет, 2023. – 120 с.

Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Цифрові трансформації та інноваційні технології в економіці: виклики, реалії, стратегії» містять результати наукових досліджень присвячених пошуку системного вирішення мультидисциплінарних проблем в галузі електронного бізнесу і технологічних інновацій, цифрової трансформації освітніх систем, запровадження інноваційних технологій у фінансовому секторі.

Для науковців, науковців, студентів, аспірантів, представників бізнесу та громадських організацій і вищих навчальних закладів та широкого кола читачів.

The materials of the International scientific and practical conference "Digital transformations and innovative technologies in the economy: challenges, realities, strategies" provide the results of scientific research focused on the search for a systematic solution to multidisciplinary problems in the field of electronic business and technological innovations, digital transformation of educational systems, the introduction of innovative technologies in financial sector. .

For scientists, researchers, students, postgraduates, representatives of business and public organizations and higher education institutions and a wide range of readers.

**УДК [330.34+330.336](063)**

© Колектив авторів, 2023  
© Сумський державний університет, 2023

ЗМІСТ

<i>Богдана Кравченко</i> <i>Ірина Плікус</i>	Розвиток електронної комерції в Україні: перспективи, виклики та тенденції розвитку у 2023 році.....	5
<i>Владислав Фукалов</i> <i>Ірина Плікус</i>	Організаційна взаємодія банківських установ з платіжними системами в Україні .....	9
<i>Анастасія Михайлович</i> <i>Ірина Плікус</i>	Управління інформаційною системою компанії в умовах діджиталізації.....	13
<i>Юрій Черненко</i> <i>Ігор Басанцов</i>	Впровадження цифрових технологій для ефективного застосування громадського контролю в управлінні державними програмами в Україні.....	16
<i>Олена Журавка</i> <i>Анна Сілюченко</i>	Особливості діяльності пенсійного фонду України та шляхи вдосконалення пенсійного забезпечення.....	20
<i>Вероніка Літовцева</i> <i>Марина Бречко</i>	Розвиток електронного уряду як чинник подолання недовіри до цифрових фінансових послуг.....	24
<i>Людмила Рябушка</i> <i>Юлія Гончарова</i>	Особливості реалізації фіскальної політики держави на засадах цифровізації.....	27
<i>Олена Журавка</i> <i>Ірина Кожушко</i>	Теоретичні підходи до управління страховим портфелем страхової компанії.....	29
<i>Anastasiia Samoilikova</i> <i>Vondarenko Vladyslav</i>	“Business – education – science” coopetition as a factor of digital transformation: impact assessment.....	33
<i>Світлана Похилько</i> <i>Анна Єременко</i>	Міжнародна експансія українського фінтеху та особливості його захисту під час війни.....	36
<i>Гліб Харченко</i>	CRM-система як інструмент підвищення ефективності малого бізнесу.....	39
<i>Дарина Акоюн</i>	Відкритий банкінг як інновація на фінансовому ринку.....	42
<i>Олена Криклій</i>	Ключові аспекти банківського менеджменту в умовах війни.....	46

<i>Євгенія Мордань</i> <i>Анастасія Хилько</i>	Фінтех та його вплив на сучасний стан фінансової системи.....	49
<i>Надія Дехтяр</i> <i>Вікторія Гончарова</i>	Особливості формування місцевих бюджетів в умовах цифровізації бюджетного процесу.....	53
<i>Людмила Захаркіна</i> <i>Руслана Чухно</i>	Транспарентність як механізм оптимізації фінансової діяльності підприємства.....	55
<i>Євгенія Мордань</i> <i>Анастасія Пасько</i>	Діджиталізація фінансової сфери в умовах воєнного стану.....	58
<i>Володимира Піддубна</i> <i>Ірина Плікус</i>	Краудфандинг як інноваційний інструмент залучення інвестицій у малому бізнесі.....	62
<i>Олена Криклій</i> <i>Людмила Рябушка</i> <i>Владислав Батанін</i>	Управління ліквідністю банку в умовах воєнного стану.....	65
<i>Павло Рубанов</i> <i>Вікторія Білошанка</i>	Аналіз підходів до впровадження цифрових валют центральних банків.....	68
<i>Тетяна Палаженко</i>	Аналіз сучасних платіжних систем в Україні....	72
<i>Павло Рубанов</i> <i>Владислав Шенкаренко</i>	Сучасний стан, особливості і проблеми розвитку необанків.....	76
<i>Наталія Пігуль</i> <i>Євгеній Пігуль</i>	Роль цифрових інновацій у забезпеченні економічної безпеки держави.....	80
<i>Ганна Заволодько</i> <i>Олександра Харченко</i> <i>Злата Тягунова</i>	Очікування споживачів хліба серед покоління IGEN (1997-2010): результати аналізу.....	82
<i>Людмила Рябушка</i> <i>Валерія Шалапчук</i>	Цифрові аспекти фіскального регулювання доходів.....	87
<i>Larysa Hrytsenko</i> <i>Liliia Derkach</i>	The conceptual-categorical framework of organization's financial security.....	89
<i>Олена Журавка</i> <i>Олексій Шаповал</i>	Теоретичні основи фінансової прозорості місцевих бюджетів.....	92
<i>Kuan Zhang</i>	Tiktok live streaming marketing in E-commerce....	96
<i>Yevhen Nikitchenko</i>	Use of AI predictive analytics to modulate foreign economic activity of business structures.....	98

<i>Наталія Пігуль</i> <i>Артем Скоробагатий</i>	Роль цифровізації у забезпеченні конкурентоспроможності підприємств корпоративного сектору.....	101
<i>Ірина Теницька</i> <i>Ярина Самусевич</i> <i>Дмитро Галинський</i>	Інноваційні технології екологічного моніторингу діяльності промислових підприємств.....	103
<i>Олексій Захаркін</i> <i>Сергій Подосинніков</i>	Вартісні показники інноваційних компаній цифрового сектору.....	106
<i>Daria Tymoshuk</i> <i>Viktoriia Shepurko</i>	Electronic business and small and medium-sized enterprises: advantages and disadvantages.....	108
<i>Serhii Tiutiunyk</i>	Key forecasts and prospects for green energy transition .....	115
<i>Denys Kolomiiets</i>	Managing enterprise financial security in the context of digital innovation.....	118

## **РОЗВИТОК ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В УКРАЇНІ: ПЕРСПЕКТИВИ, ВИКЛИКИ ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ У 2023 РОЦІ**

*Кравченко Богдана Олександрівна,  
студентка гр. ЕН-91/46фк-0,  
Сумський державний університет, м. Суми  
Науковий керівник – Плікус Ірина Йосипівна,  
к.е.н., доцент,  
Сумський державний університет, м. Суми*

За останні роки електронна комерція стала швидко зростаючим сектором в Україні. Зі збільшенням використання Інтернету та зростанням цифрової економіки все більше споживачів звертаються до онлайн-покупок. Електронна комерція стала важливим сектором світової економіки і трансформувала спосіб ведення бізнесу. Однак розвиток електронної комерції в Україні стикається з багатьма проблемами, такими як нерозвиненість інфраструктури та низький рівень довіри споживачів.

Ринок електронної комерції в Україні значно зріс за останні роки. За даними Інтернет асоціації України, обсяг ринку електронної комерції в Україні досяг \$5,2 млрд у 2020 році, порівняно з \$3,8 млрд у 2019 році. У звіті також підкреслюється, що кількість онлайн-покупців в Україні зросла на 16% у 2020 році, а середня вартість замовлення збільшилася на 10%. Зростанню електронної комерції в Україні сприяли такі фактори, як зростання проникнення інтернету, поширення мобільних пристроїв та зміна споживчої поведінки. Згідно зі звітом Міністерства цифрової трансформації України, рівень проникнення інтернету в Україні досяг 56,4% у 2020 році порівняно з 44,1% у 2015 році. У звіті також підкреслюється, що кількість користувачів мобільного інтернету в Україні зросла на 24% у 2020 році. Отже, протягом останніх п'яти років електронна комерція в Україні зростала на 20-25% щорічно. Це зростання насамперед зумовлене збільшенням використання смартфонів та інтернету, а також зручністю онлайн-покупок. Крім того, пандемія COVID-19 прискорила розвиток електронної комерції в Україні, оскільки споживачі звернулися до онлайн-покупок, щоб уникнути ризиків для здоров'я у фізичних магазинах. [3]

Українські споживачі віддають перевагу методам оплати післяплатою та не поспішають надавати персональні дані в Інтернеті, що створює виклик для компаній електронної комерції в країні. В Україні популярні інтернет-магазини використовують різні бізнес-моделі, які відрізняються за характеристиками. Наприклад, дошки оголошень, такі як OLX та Allbiz, дозволяють приватним особам та підприємствам розміщувати свої оголошення щодо продукції. Маркетплейси, такі як Prom.ua, Bigl.ua та

Shafa.ua, забезпечують зв'язок між продавцями та покупцями, і дозволяють їм проводити транзакції відповідно до встановлених правил. Супермаркети та спеціалізовані супермаркети, такі як Rozetka, Lamoda, Kasta, Eldorado, Foxtrot та інші, продають товари від імені продавців, переважно з використанням власних товарних запасів. Rіa, крім дошки оголошень, також є прайсагрегатором, що дозволяє порівнювати пропозиції різних підприємств. Кожна бізнес-модель має свої переваги та недоліки, і вибір конкретної моделі залежить від потреб покупців та бізнес-стратегії магазину[5].

Зростанню електронної комерції в Україні сприяло кілька факторів. Одним з ключових факторів є зростаюче проникнення інтернету, що збільшило кількість потенційних онлайн-покупців. Поширення мобільних пристроїв також полегшило споживачам здійснення онлайн-покупок, оскільки тепер вони можуть робити це з будь-якого місця і в будь-який час. Ще одним фактором, який сприяв зростанню електронної комерції в Україні, є зміна поведінки споживачів. Споживачі тепер відчують себе більш комфортно при здійсненні покупок онлайн, і вони все частіше використовують Інтернет для дослідження продуктів перед тим, як зробити покупку. Пандемія COVID-19 також прискорила зростання електронної комерції в Україні, оскільки споживачі були змушені здійснювати покупки онлайн через локдауни та обмеження на пересування[4].

Після подій 24 лютого 2022 року, електронна комерція в Україні зазнала великих збитків, згідно з дослідженням Promodo. У перші три місяці всі інтернет-магазини втратили понад 80% трафіку, а виручка українських інтернет-магазинів у перший тиждень зменшилася на 92%. Проте до кінця березня спостерігалось зростання доходів і кількості сесій, зокрема для товарів для домашніх тварин, косметики та товарів для дому. Імпорт некритичного одягу та взуття скоротився майже на 60%, а деякі міжнародні оператори закрили свої магазини через логістичні проблеми та неможливість імпортувати некритичні товари. Хоча попит на онлайн-покупки зростає, більшість споживачів все ще купують товари в магазинах і шукають вигідні пропозиції в Інтернеті. За даними Prom.ua, у березні 2022 року онлайн-замовлення скоротилися на 63%, але в червні відновилися до 93%. Більшість покупців (86%) не шукають товари в офлайн. Попит на акційні товари, продукти харчування та питну воду зріс під час повномасштабної війни в Україні, згідно з даними сервісу доставки продуктів Zakaz.ua. До нападу Росії в лютому інтернет-магазини обробляли близько 16-20 тисяч замовлень на день. Однак у перший тиждень війни ця цифра впала до 7%[1].

Однією проблемою, з якою стикається галузь електронної комерції в Україні, є відсутність інфраструктури. Інфраструктура логістики та доставки в Україні недостатньо розвинена, що ускладнює швидку та ефективну доставку товарів інтернет-магазинами. Відсутність інфраструктури є особливо

проблематичною в сільській місцевості, де доставка може зайняти кілька днів або навіть тижнів. Відсутність довіри до онлайн-транзакцій є ще однією значною проблемою, яка стримує зростання електронної комерції в Україні. Багато українських споживачів все ще не наважуються здійснювати онлайн-покупки через побоювання щодо шахрайства та питань безпеки. Низький рівень довіри до онлайн-транзакцій серед українських споживачів як основну перешкоду для зростання електронної комерції. Крім того, відсутність заходів кібербезпеки, неналежна логістична інфраструктура та обмежений доступ до цифрових платіжних систем також створюють значні проблеми, крім того висока вартість інтернет-послуг в Україні стримує зростання електронної комерції.

Завдяки цифровій трансформації, електронна комерція відіграє все більш важливу роль у розвитку роздрібної торгівлі. В 2023 році очікуються такі тенденції електронної комерції:

- Зростання персоналізації, завдяки використанню штучного інтелекту та машинного навчання. Ритейлери зможуть надавати індивідуальні та релевантні рекомендації клієнтам на основі їхньої історії покупок та поведінки в Інтернеті.

- Мобільна оптимізація, яка стане ключовим фактором зростання електронної комерції, оскільки споживачі все більше користуються мобільними пристроями для здійснення покупок в Інтернеті.

- Зростання соціальної комерції, коли платформи соціальних мереж стають ключовими гравцями у сфері електронної комерції.

- Більша увага до сталого розвитку, коли підприємства електронної комерції будуть приділяти більше уваги питанням екологічної безпеки та виробничих практик.

- Використання доповненої реальності (AR) для забезпечення клієнтів захоплюючим та інтерактивним досвідом покупок [2].

Отже, електронна комерція - це зростаючий сектор в Україні, але він не позбавлений проблем. Перспективи розвитку електронної комерції в Україні є позитивними, зважаючи на зростаюче проникнення інтернету та сприятливу державну політику. Однак для того, щоб сектор електронної комерції в Україні повністю реалізував свій потенціал, необхідно вирішити проблеми, пов'язані з низьким рівнем довіри до онлайн-транзакцій, нерозвиненістю логістичної інфраструктури, обмеженим доступом до цифрових платіжних систем та високою вартістю інтернет-послуг. Український уряд повинен працювати над вдосконаленням нормативно-правової бази, розвитком необхідної інфраструктури та підвищенням довіри серед споживачів, щоб забезпечити подальше зростання електронної комерції в країні. Електронна комерція 2023 року готова до подальшої трансформації, а нові тенденції та технології сприятимуть інноваціям та зростанню. Компанії, які хочуть досягти успіху в



сфері електронної комерції, повинні уважно стежити за тенденціями і відповідно адаптувати свої стратегії. Компанії, які хочуть залишатися конкурентоспроможними в середовищі електронної комерції, повинні йти в ногу з цими тенденціями та бути готовими адаптуватися до нових технологій і стратегій. У міру того, як змінюються очікування клієнтів і з'являються нові технології, компаніям необхідно залишатися гнучкими та спритними, щоб залишатися конкурентоспроможними.

### Список використаних джерел

1. McLaren, K. W. (2023). Forbes marketplace: The future of e-commerce: Trends to watch in 2023. *Forbes*. Available online at: <https://www.forbes.com/sites/forbesmarketplace/2023/03/21/the-future-of-e-commerce-trends-to-watch-in-2023/?sh=686182c3631e> (accessed on 2 May 2023).

2. *The future of ecommerce in 2023 ecommerce trend*. (б. д.). *Webkul Blog*. Available online at: <https://webkul.com/blog/future-of-ecommerce-in-2023/> (accessed on 2 May 2023).

3. Місюкевич, В. (2022). Основні тенденції розвитку інтернет-торгівлі в Україні. Якість та безпечність продукції у внутрішній і зовнішній торгівлі й торговельне підприємництво: сучасні вектори розвитку і перспективи : матеріали I Міжнародної науково-практичної конференції ПДАУ, 15 лютого 2022 року  
URL: <http://dspace.puet.edu.ua/bitstream/123456789/11932/3/конференція%20ПДАУ%202022%20Місюкевич.pdf> (дата звернення 4 травня 2023).

4. Пархоменко, Д. В. (2023). Розвиток електронної комерції в Україні. *Економіка і менеджмент 2023: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку*: зб. наук. праць Міжнар. наук.-практ. конф., 06-07 квіт. 2023 р.: у 7 т. Дніпро: Видавець Біла К. О., 2023. Т. 3. С. 94-97.  
URL:[http://www.confcontact.com/2023-ekonomika-i-menedzhment/5\\_Parkhomenko.pdf](http://www.confcontact.com/2023-ekonomika-i-menedzhment/5_Parkhomenko.pdf) (дата звернення 6 травня 2023).

5. *Цифрова комерція (d-commerce): Тренди та відмінності від e-commerce / Блог eSputnik*. (б. д.). URL: <https://esputnik.com/uk/blog/sho-take-d-commerce-viznachennya-trendi-ta-vidminnosti-vid-elektronnoyi-komerciyi> (дата звернення 4 травня 2023).

*Тези виконано в межах науково-дослідних робіт № 0121U114364 «Соціально-економічні виклики в умовах цифровізації суспільних відносин»; № 0121U114570 «Конвергенція економічних та освітніх трансформацій в умовах діджиталізації»*