

РОЛЬ ЦИФРОВИХ ПЛАТФОРМ У РОЗВИТКУ ЕКСПОРТУ УКРАЇНСЬКИХ АГРАРНИХ ПРОДУКТІВ

THE ROLE OF DIGITAL PLATFORMS FOR THE DEVELOPMENT OF UKRAINIAN AGRICULTURAL EXPORTS

Використання цифрових платформ стає все більш поширеним в різних напрямках економіки, що підкреслює можливості їх використання і у забезпеченні експорту аграрних продуктів. Стаття присвячена розгляду особливостей використання цифрових платформ для експорту аграрних продуктів. Враховуючи недостатнє вивчення цього питання вітчизняними науковцями, важливо було провести власне дослідження. Мета статті: визначення ролі, можливостей та напрямів використання цифрових платформ у забезпеченні прямого експорту української продукції на міжнародні ринки. Наведено визначення сутності поняття «цифрові платформи» та окреслено їх ключові особливості. Проведено аналіз актуальних тенденцій цифровізації аграрного сектору, визначено особливості та напрями використання цифрових платформ у аграрному секторі та з метою забезпечення прямого експорту української аграрної продукції, визначено переваги та недоліки їх використання. Встановлено, що роль цифрових платформ у забезпеченні експорту аграрних продуктів є значною, проте необхідно створити усі умови для їх успішного впровадження вітчизняними підприємцями, насамперед – у малому та середньому бізнесі.

Ключові слова: аграрні продукти, аграрний сектор, експорт, міжнародні ринки, цифрові платформи.

The use of digital platforms has recently become increasingly common in various areas of the economy. Some companies use them to promote their own products and export them to international markets, which is already effective in many economic sectors. This emphasizes the possibilities of their use in ensuring the export of agricultural products. The article is devoted to considering the features of the use of digital platforms for the export of agricultural products. Given the insufficient study of this issue by domestic scientists, it was important to conduct our own research. The purpose of the article: was to determine the role, opportunities and directions of using digital platforms in ensuring the direct export of Ukrainian products to international markets. It was also important to consider the features of such digital platforms, their penetration into the agricultural industry of Ukraine, the prospects, advantages and disadvantages of using them to ensure the direct export of Ukrainian agricultural products. The essence of the concept of "digital platforms" is defined and their key features are outlined. An analysis of current trends in the digitalization of the agricultural sector is carried out. The features and directions of using digital platforms in the agricultural sector and in order to ensure direct exports of Ukrainian agricultural products are determined. Particular attention is paid to the possibilities of using online platforms for trade – international trading platforms, through which domestic farmers can sell their products directly to foreign consumers. The advantages and disadvantages of using digital platforms for the development of direct exports of Ukrainian agricultural products to international markets are determined. It is established that the role of digital platforms in ensuring the export of agricultural products is significant. It is necessary to create all conditions for their successful implementation by domestic entrepreneurs, primarily in small and medium-sized businesses. The study of this topic has significant prospects in the future.

Keywords: agricultural products, agricultural sector, export, international markets, digital platforms.

УДК 339.564:004.738.5:338.43(477)

DOI: <https://doi.org/10.32782/infrastuct83-12>

Павленко О.М.¹

к.е.н., докторант кафедри
глобальної економіки,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України

Pavlenko Oleksii

National University of Life and
Environmental Sciences of Ukraine

Постановка проблеми. За останнє десятиліття відбулася суттєва цифровізації економіки, яка проявляється у різних напрямках, що характеризується не лише активним використанням новітніх технологій для створення продуктів, надання послуг та в цілому організації обслуговування та взаємозв'язків між різними учасниками ринку. Особливо важливим та актуальним стає використання цифрових платформ у різних видах економічної діяльності, котрі здатні суттєво трансформувати галузі та види соціально-економічної діяльності, забезпечують економічне зростання та інноваційний розвиток. Як засвідують останні наукові дослідження та практика підприємств, одним із актуальних напрямів впровадження цифрових платформ є експорт продукції на міжнародні ринки. Зокрема, це онлайн-майданчики

для здійснення торгівлі, де підприємства можуть комунікувати зі споживачами та постачати власну продукцію. Особливо популярним є їх використання для харчової та легкої промисловості, а також для продажу електроніки та інших технологічних товарів. Перспективним є використання цифрових платформ для забезпечення прямого експорту українських аграрних продуктів на міжнародний ринок. Однак, у даній сфері їх використання поки ще не набуло достатньої популярності у зв'язку з тим, що у аграрну галузь в цілому недостатньо впроваджені цифрові технології. Наразі можна помітити зростаючу роль таких платформ для розвитку українського експорту. Враховуючи це, постає потреба у проведенні комплексного дослідження, у якому будуть виокремлені ключові аспекти їх використання.

¹ ORCID: <https://orcid.org/0009-0009-9735-2478>

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Використання цифрових платформ в експорті української аграрної продукції поки ще не вивчене у повній мірі вітчизняними науковцями. Проте, такі вчені, як О.Г. Череп, С.В. Нагаєць, О.О. Веремєєнко, Є.С. Семібратова [1], В.М. Бондаренко, О.В. Омеляненко [2] розглянули особливості цифровізації аграрного сектору в цілому. У свою чергу, такі науковці, як Н. Новікова, О. Дьяченко, О. Гончаренко [3], І.А. Островський, Н.В. Можайкіна [4], К.О. Січкаренко [5] та ін. провели дослідження особливостей цифрових платформ як важливого фактору розвитку економіки, звернувши також увагу на те, яким чином вони можуть бути використані у забезпеченні експорту продукції на міжнародні ринки. Втім, саме те, яку роль цифрові платформи відіграють в експорті аграрної продукції, наразі майже не досліджено.

Постановка завдання. Мета статті полягає у визначенні ролі, можливостей та напрямів використання цифрових платформ у забезпеченні прямого експорту української продукції на міжнародні ринки. Буде розглянуто особливості таких цифрових платформ, їх проникність у аграрну промисловість України, перспективи, переваги та недоліки використання для забезпечення прямого експорту української аграрної продукції.

Виклад основного матеріалу дослідження. Звертаючи увагу на сутність цифрових платформ, підкреслимо, що це «структурний програмний пакет на базі Інтернету, який пришвидшує та полегшує транзакції між користувачами. Цифрові платформи обслуговують цифрові ринки, водночас пропонуючи фізичні продукти. Вони використовуються компаніями всіх розмірів – від стартапів до великих підприємств – для виконання різноманітних бізнес-функцій, насамперед для взаємодії з клієнтами» [6]. Цифрові платформи у сучасній економіці використовуються з різною метою: просування власного бренду, товарів та послуг, забезпечення комунікації зі споживачами, продаж товарів та надання послуг тощо. Залежно від цього компанії використовують широкий спектр цифрових платформ, які останнім часом стають основою їх розвитку. Здебільшого в економіці цифрові платформи є саме тими допоміжними електронними середовищами, за допомогою яких продавці і покупці купують та продають товари [7]. Відповідним чином, вони використовуються і в експорті та імпорті певних товарів на міжнародних ринках.

Сьогодні ключовою формою організації експорту та імпорту аграрної продукції у контексті прямого експорту є прямі контракти з міжнародними мережами роздрібною торгівлі та переробними підприємствами, а також інші напрями, які не передбачають цифровізацію, лише у контексті організації комунікації між сторонами. Втім, використання цифрових платформ у даному випадку стає все більш актуальним.

Крім того, цифровізацію можна вважати ключовим трендом розвитку українського аграрного сектору за останні кілька років, що проявляється наступним чином [1]:

- використання інноваційних ферм;
- впровадження сучасних електронних картографічних систем;
- застосування інноваційних логістичних рішень;
- використання дронів;
- впровадження систем автоматизованої аналітики та планування;
- використання спеціальних мобільних додатків та смартфонів;
- застосування засобів моніторингу якості та здоров'я;
- застосування спеціальних систем управління та комунікації з персоналом, клієнтами, а також партнерами.

Сучасні цифрові технології поступово впроваджують вітчизняні аграрні виробники, проте існують деякі обмеження, пов'язані з недостатнім технічним та фінансовим забезпеченням. Попри це, цифровізацію можна вважати важливим напрямом розвитку аграрного сектору України та стратегічним орієнтиром його вдосконалення у наступні роки. Цифровізація посилюється, зростає спектр тих технологій, які використовують українські аграрні підприємства. Проте поки недостатньо досвіду використання ними цифрових платформ для експорту продукції на міжнародні ринки.

Цифрові платформи, які використовуються для експорту, характеризуються тим, що вони є онлайн-майданчиками для здійснення міжнародної торгівлі. Передбачається публікація оголошення продавцем про продаж власної аграрної продукції, після чого воно буде продемонстровано тій категорії покупців, яка цікавиться таким видом продукції. Завдяки використанню цифрових платформ для експорту передбачається здійснення саме прямого експорту – від продавця до споживача – без зайвих посередників. Тобто, може мати місце саме використання таких платформ для здійснення торговельних операцій.

Серед категорій платформ, які можуть бути використані для розвитку прямого експорту українських аграрних продуктів, варто виокремити також наступні [4; 5]:

- цифрові платформи на основі блокчейн-технології, які можуть бути використані для відстеження походження продукції та гарантування її якості;
- цифрові платформи для автоматизації угоди між постачальниками та покупцями, що забезпечують зменшення ризиків шахрайства;
- цифрові платформи для швидкого пошуку транспорту для доставки продукції на міжнародні ринки;
- цифрові платформи для аналітики Великих Даних, які можуть бути використані з метою аналізу актуальних тенденцій на міжнародних ринках;

– цифрові сертифікаційні платформи для спрощення процедури отримання міжнародних сертифікатів якості.

Використання таких платформ надає можливість підвищити ефективність імпорту та мінімізувати зайві витрати. Крім того, вдасться також успішно перебудувати логістичні маршрути, що є критично важливим для підтримки прямого експорту у сучасних умовах.

Цікавим є впровадження у практику вітчизняних підприємств цифрових платформ для онлайн-торгівлі, особливо це стосується малих та середніх підприємств, яким складніше знайти споживачів, аніж для великих аграрних компаній. Серед них можна відмітити такі платформи:

– Alibaba.com: платформа, яка була заснована для того, щоб допомогти малим і середнім підприємствам Китаю вийти на світовий ринок, але незабаром після початку своєї діяльності вона перетворилася на глобальну онлайн-торгівельну організацію з великою мережею експортерів та імпортерів по всьому світу. Вітчизняні аграрії можуть використати її для прямого продажу власної продукції у невеликих обсягах;

– GlobalSources: платформа для B2B торгівлі, яка є найстарішим веб-сайтом B2B зі штаб-квартирою в Гонконзі. На ньому можуть розміщувати свої оголошення оптові та роздрібні продавці з різних країн світу;

– Amazon: американська платформа, яка користується попитом серед закордонних сільськогосподарських виробників, які використовують її для пошуку нових клієнтів. Є найбільш привабливою саме для малого та середнього бізнесу.

Якщо типи платформ, які були окреслені попередньо, вже поступово впроваджуються у практику вітчизняних аграрних підприємств, то онлайн-платформи для торгівлі наразі майже не користуються популярністю. Одна з причин – відсутність їх офіційних представництв в Україні, що може ускладнити процес постачання продукції споживачам та буде потребувати додаткових витрат. Однак, наразі є чимало опублікованих рекомендацій для бізнесу для того, як саме можна використати ці платформи для експорту продукції на міжнародні ринки. Тому вони все ж можуть бути ефективно впроваджені вітчизняними підприємцями [8].

Враховуючи проведений аналіз, можемо виокремити наступні переваги та недоліки використання цифрових платформ для забезпечення прямого експорту української аграрної продукції на міжнародні ринки. Представимо їх у Таблиці 1.

В умовах сьогодення зовнішньоекономічна діяльність України в умовах воєнного стану є ускладненою, адже дії ворога суттєво впливають на усі аспекти економічних відносин України з іншими державами. Враховуючи це, особливу увагу слід приділити основним проблемам, з якими стикається Україна та основним способам їх вирішення [9; 10].

Таблиця 1

Переваги та недоліки використання цифрових платформ для забезпечення прямого експорту української аграрної продукції на міжнародні ринки

Переваги	Недоліки
Зменшення витрат на посередників	Високий рівень конкуренції на торговельних майданчиках
Розширення ринків збуту	Фінансові та технологічні обмеження
Автоматизація угод та логістики	Проблеми з логістикою
Прозорість та контроль якості	Невизначеність правового регулювання стосовно ролі цифрових платформ
Спрощення сертифікації	Обмежений рівень довіри серед покупців
Гнучкість для малих та середніх підприємств	Недостатній досвід використання

Висновки. Таким чином, проведений аналіз засвідчує зростаючу роль цифрових платформ у міжнародній торгівлі. Все більше вітчизняних та особливо закордонних підприємств використовують цифрові платформи для забезпечення експорту продукції на міжнародні ринки. Результати аналізу дають можливість підкреслити те, що цифрові платформи стають все більш важливими для розвитку прямого експорту української аграрної продукції, оскільки вони допомагають спростити процес пошук покупців, надають можливість автоматизувати укладання угод, забезпечують зменшення витрат та розширення географічних меж експорту. Для того, щоб забезпечити повне та успішне впровадження таких платформ, необхідно збільшити обсяги інвестицій у технічне забезпечення, підвищити рівень цифрової грамотності аграріїв, а також оптимізувати логістичні шляхи. Перспективи подальших досліджень полягають у проведенні аналізу ефективності використання цифрових платформ у прямому експорті вітчизняних аграрних підприємств порівняно зі звичними підходами до організації збуту продукції на міжнародні ринки.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Череп О. Г., Нагаєць С. В., Веремєєнко О. О., Семібраторова Є. С. Впровадження сучасних цифрових технологій в аграрному секторі. *Актуальні проблеми економіки*. 2024. №1 (271). С. 133–139
2. Бондаренко В. М., Омеляненко О. В. Тенденції розвитку аграрного сектору економіки України в контексті розвитку цифрової маркетингової діяльності. *Економіка та суспільство*. 2024. №59. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-59-163>
3. Новікова Н., Дьяченко О., Гончаренко О. Цифрові платформи як драйвер розвитку економіки. *SCIENTIA FRUCTUOSA*. 2023. №150 (4). С. 47–66
4. Островський І. А., Можайкіна Н. В. Цифрові платформи в міжнародній торгівлі: проблеми анти-

монопольного регулювання. *Ефективна економіка*. 2020. №11

5. Січкаренко К. О. Цифрові платформи: підходи до класифікації та визначення ролі в економічному розвитку. *Причорноморські економічні студії*. 2018. №35. С. 28–32. URL: http://bses.in.ua/journals/2018/35_2_2018/7.pdf

6. Patrizio A. Digital platform. URL: <https://techtarget.com/searchcio/definition/digital-platform>

7. Міца В. В., Лях І. М. Застосування платформ цифрового підприємництва у малому та середньому бізнесі. *Актуальні проблеми економіки*. 2023. №4 (262). С. 6–11

8. Спориш К. Alibaba – гарний спосіб почати експорт для середнього та малого бізнесу. Українські підприємці радять, як це зробити. 2021. URL: <https://forbes.ua/business/gurtom-cherez-kitay-03022021-953>

9. Кваша С.М., Павленко О.М., Вакуленко В.Л. Розвиток зовнішньоекономічної діяльності аграрного сектору економіки України в умовах воєнного стану. *Наукові праці Міжрегіональної Академії управління персоналом. Економічні науки*. 2024. Вип. 2 (74). С. 40–45. URL: <https://journals.maup.com.ua/index.php/economics/article/view/3062>

10. Кваша С., Павленко О., Вакуленко В. Наукові засади розвитку зовнішньоекономічної діяльності в контексті міжнародних відносин України в умовах воєнного стану. *Економіка та суспільство*. 2024. Вип. 61. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-61-6>

REFERENCES:

1. Cherep O. H., Nahaiets S. V., Veremieienko O. O., Semibratova Ye. S. (2024). Vprovadzhennia suchasnykh tsyfrovyykh tekhnolohii v aharnomu sektori [Implementation of modern digital technologies in the agricultural sector]. *Aktualni problemy ekonomiky – Current economic issues*. vol. 1 (271), pp. 133–139

2. Bondarenko V. M., Omelianenko O. V. (2024). Tendentsii rozvytku aharnoho sektoru ekonomiky ukrainy v konteksti rozvytku tsyfrovoy marketynhovo diialnosti [Trends in the development of the agrarian sector of the Ukrainian economy in the context of digital marketing activities]. *Ekonomika ta suspilstvo – Economy and society*, no. 59. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-59-163>

3. Novikova N., Diachenko O., Honcharenko O. (2023). Tsyfrovyy platformy yak draiver rozvytku ekonomiky

[Digital platforms as a driver of economic development]. *SCIENTIA FRUCTUOSA*, vol. 150 (4), pp. 47–66

4. Ostrovskiy I. A., Mozhaikina, N. V. (2020). Tsyfrovyy platformy v mizhnarodnii torhivli: problemy antymonopolnoho rehuliuвання [Digital platforms in international trade: challenges of antitrust regulation]. *Efektivna ekonomika – Efficient economy*, no. 11

5. Sichkarenko K. O. (2018). Tsyfrovyy platformy: pidkhody do klasyfikatsii ta vyznachennia roli v ekonomichnomu rozvytku [Digital platforms: approaches to classification and role in economic development]. *Prychornomorski ekonomichni studii – Black Sea Economic Studies*, vol. 35, pp. 28–32

6. Patrizio, A. Digital platform. Available at: <https://www.techtarget.com/searchcio/definition/digital-platform> (Accessed on 05.03.2025)

7. Mitsa V. V., Liakh I. M. (2023). Zastosuvannia platform tsyfrovoho pidpriemnytstva u malomu ta serednomu biznesi [Application of digital entrepreneurship platforms in small and medium-sized businesses]. *Aktualni problemy ekonomiky – Current economic issues*, vol. 4 (262), pp. 6–11

8. Sporysh, K. (2021). Alibaba – harnyi sposib pochaty eksport dlia serednoho ta maloho biznesu. Ukrainski pidpriiemtsi radiat, yak tse zrobyty [Alibaba is a good way for small and medium-sized businesses to start exporting. Ukrainian entrepreneurs advise how to do it]. Available at: <https://forbes.ua/business/gurtom-cherez-kitay-03022021-953> (accessed on 05.03.2025)

9. Kvasha S. M. (2024). Rozvitok zovnishnyoeconomichnoi diyalnosti aharnoho sektoru ekonomiky Ukraini v umovah voennogo stanu. [Development of foreign economic activity of the agrarian sector of the Ukrainian economy under martial law]. *Naukovi pratsi Mizhregionalnoi Akademii upravlinnya personalom. Ekonomichni nauki – Scientific works of the Interregional Academy of Personnel Management. Economic sciences*, vol. 2 (74), pp. 40–45. Available at: <https://journals.maup.com.ua/index.php/economics/article/view/306213>

10. Kvasha S., Pavlenko O., Vakulenko V. (2024). Naukovi zasadi rozvytku zovnishnyoeconomichnoi diyalnosti v konteksti mizhnarodnih vidnosin Ukraini v umovah voennogo stanu [Scientific basis for the development of foreign economic activity in the context of international relations of Ukraine under martial law]. *Ekonomika ta suspilstvo – Economy and society*, no. 61. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-61-6>