

# Інноваційні напрями розвитку економіки

УДК: 658.8.004.738.5; JEL classification: F13

DOI: <https://doi.org/10.36887/2524-0455-2024-5-1>

ІРТИЩЕВА Інна Олександрівна<sup>1</sup>, доктор економічних наук, професор, професор кафедри менеджменту, <https://orcid.org/0000-0002-7025-9857>

СТЕГНЕЙ Маріанна Іванівна<sup>2</sup>, доктор економічних наук, професор, професор кафедри економіки та фінансів, <https://orcid.org/0000-0002-4688-6447>

КРАМАРЕНКО Ірина Сергіївна<sup>1</sup>, доктор економічних наук, професор, професор кафедри менеджменту, <https://orcid.org/0000-0002-0417-0918>

ПОПОВИЧ Олеся Петрівна<sup>2</sup>, асистент кафедри менеджменту, управління економічними процесами та туризму, <https://orcid.org/0000-0001-7563-8277>

## ФОРМУВАННЯ ТРАНСФЕРНОГО ПОТЕНЦІАЛУ СУБ'ЄКТІВ Е-БІЗНЕСУ В СИСТЕМІ РЕГУЛЮВАННЯ СФЕРИ ТОРГІВЛІ

Іртищева І.О., Стегней М.І., Крамаренко І.С., Попович О.П. *Формування трансферного потенціалу суб'єктів е-бізнесу в системі регулювання сфери торгівлі.*

У статті досліджено сутність та особливості формування трансферного потенціалу суб'єктів е-бізнесу в системі торгівлі. Зазначено, що ринок електронної торгівлі в Україні та світі зростає високими темпами, що стимулює суб'єктів електронного бізнесу формувати і розвивати трансферний потенціал як базу умову забезпечення конкурентоспроможності та адаптації до змін на відповідному ринку. Встановлено, що трансферний потенціал – це здатність компанії або організації, що працюють в сфері електронної комерції, передавати свої ресурси, технології, знання, інновації або капітал між різними сегментами бізнесу, регіонами або ринками, що є ключовим фактором для росту, масштабування і підвищення конкурентоспроможності на глобальному рівні. Основні елементи трансферного потенціалу в е-бізнесі включають: технологічний трансфер, зосереджений на впровадженні та адаптації передових технологій, таких як ШІ та блокчейн; трансфер знань та компетенцій, що передбачає обмін досвідом і розвиток персоналу; трансфер капіталу та ресурсів, який охоплює розподіл фінансових ресурсів і оптимізацію ланцюгів постачання; трансфер клієнтської бази, спрямований на залучення та утримання клієнтів у різних регіонах і платформах; міжнародний трансфер, що включає адаптацію бізнес-моделей і продуктів для глобальних ринків і використання міжнародних мереж постачання для розширення ринків. Формування трансферного потенціалу суб'єктів електронного бізнесу базується на розвиненій інформаційній інфраструктурі, швидкій адаптації до ІТ-змін, масштабованості рішень та мережевих ефектах для підвищення інноваційного потенціалу. Процес формування трансферного потенціалу підприємств електронного бізнесу має бути спрямований на підвищення ефективності діяльності та максимізацію прибутку, а також забезпечення високого рівня задоволення потреб клієнтів. Враховуючи специфіку електронного бізнесу, цей процес повинен бути гнучким і динамічним, щоб оперативно реагувати на зміни в попиті та умовах ринку.

**Ключові слова:** е-бізнес, електронна комерція, ринок е-торгівлі, трансферний потенціал, цифрові технології, торгівля, інформаційне середовище, стратегічне управління, тактичне управління, підприємництво.

**Постановка проблеми у загальному вигляді.** Електронний бізнес, або електронна комерція (e-commerce) сьогодні зростає швидкими темпами. Це пов'язано, зокрема зі збільшенням кількості інтернет-користувачів, підвищенням довіри до електронних платіжних систем, розвитком логістики, а також зручністю та оперативністю покупок в онлайн-магазинах. Трансфертний потенціал відіграє ключову роль у розвитку електронного бізнесу, оскільки дозволяє компаніям ефективно передавати технології, знання, капітал та інновації між різними ринками, сегментами та географічними регіонами. Це сприяє швидшому масштабуванню, адаптації до змінних умов ринку та підвищенню конкурентоспроможності, що особливо важливо в умовах глобалізації та зростаючої конкуренції в сфері електронної комерції. Зростання ролі електронного бізнесу в економіці та соціальній сфері актуалізує дослідження щодо нових підходів та методів формування трансферного потенціалу торговельних підприємств.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблеми та перспективи розвитку електронного бізнесу на сьогодні є предметом наукового пошуку багатьох вітчизняних і зарубіжних науковців, серед яких: Обіход С. В., Подра О. П., Рогожинська А. В., Ткачук В. О., Шкригун Ю. О. Особливості формування та реалізації трансферного потенціалу в різних сферах економіки

досліджували Викричак М., Воробйова К., Грішко Н., Князь С., Красота О., Куліш В., Маслак О., Осецький В., Русин-Гриник Р. та багато інших науковців. Водночас недостатньо вивченими та систематизованими на сьогодні залишаються особливості формування трансферного потенціалу підприємств суб'єктів е-бізнесу.

**Формулювання цілей статті (постановка завдання).** Метою написання статті є обґрунтування сутності та особливостей формування трансферного потенціалу суб'єктів електронного бізнесу в системі торгівлі.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Ринок електронної торгівлі в Україні та світі зростає високими темпами. Зокрема, за даними Асоціації ритейлерів України, з 2016 року до 2024 року обсяги електронної торгівлі потроїлися, а частка товарів, які продавалися через інтернет, у структурі продажу зросла з 3,3% до 10,6%. На рис. 1. наведено динаміку обсягів електронного ринку в Україні за період 2016–2023 років [1].

За даними опитування Deloitte в Україні, перед початком війни спостерігалася помітна тенденція: другий рік поспіль темпи зростання онлайн-продажів удвічі перевищували темпи зростання офлайн-продажів. Зокрема, 22% респондентів зазначили, що стали частіше здійснювати покупки онлайн, тоді як лише 9% частіше купували офлайн. Ця тенденція продовжувала посилюватися багато в чому завдяки впливу пандемії, яка

<sup>1</sup>Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова, <sup>2</sup>Мукачівський державний університет

сприяла звичці купувати через інтернет. Зростання обсягів електронної торгівлі стимулює відповідне формування і розвиток трансферного потенціалу суб'єктів електронного бізнесу.

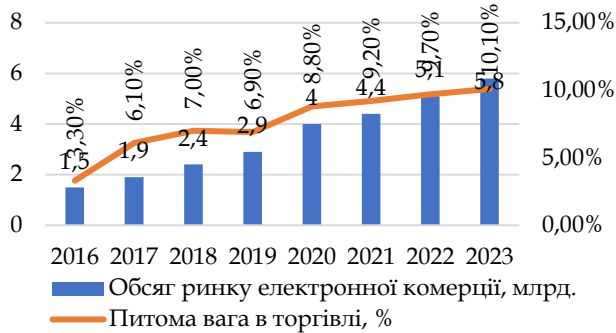


Рис. 1. Динаміка розвитку е-торгівлі в Україні

Джерело: [1]

Як зауважує Шкригун Ю.О., електронний бізнес як один із різновидів економічної діяльності має певні узагальнені ознаки:

- безпосередньо пов'язаний з використанням інформаційно-комунікаційних технологій та мережі інтернет, які є його технологічною основою;

- орієнтований на досягнення певної цілі суб'єкта господарювання (отримання прибутку, оптимізацію господарської діяльності, управління інформацією, трансформацію та оптимізацію бізнес-процесів, зміну маркетингової практики й оптимізацію взаємовідносин зі споживачами, більшу відповідність запитам та потребам клієнтів, поліпшення іміджу підприємства, розширення ринку, розвиток нових сфер діяльності тощо) за допомогою інформаційних технологій;

- є певною системою, тобто комбінацією певних складових: система обміну інформацією (система інтернет-маркетингу, система електронних платежів, система глобального пошуку даних, збирання і використання знань, корпоративні інтернет-представництва, система електронної комерції, система електронного консалтингу, система мобільного офісу та дистанційний банкінг тощо) [2, с. 320].

Ключовою ознакою електронного бізнесу є використання інформаційних та комунікаційних технологій, мереж і хмарних рішень, а також багатоканальна діяльність суб'єктів господарювання та обробка великих обсягів інформації. Управління електронним бізнесом включає такі елементи: керування електронними документами, оцифрування окремих або всіх бізнес-процесів, системи електронних платежів, електронний маркетинг і електронна торгівля [3, с. 227].

Сьогодні всі без винятку суб'єкти торговельної діяльності залучені в трансферні відносини. Це пов'язано насамперед з великою кількістю вхідних і вихідних потоків інформації, фінансових і матеріальних ресурсів та контактів. У зв'язку з цим підприємства стикаються з появою численних трансферних систем, які забезпечують легітимну, безпечну та економічно вигідну взаємодію між суб'єктами електронного ринку. Водночас опанування методами управління потоками та трансферними системами залежить від

ефективності трансферного потенціалу та ефективної системи управління.

Поняття «трансферний потенціал» є достатньо широким і використовується у різних сферах людського життєдіяльності. Найчастіше його використовують у контексті інноваційного розвитку підприємства на основі внутрішнього і зовнішнього трансферу технологій. Зокрема, під трансфером технологій розуміють процес передачі результатів людського інтелекту та науково-технічних розробок, перетворення результатів інтелектуальної власності на процес або фізичний продукт [4].

Окремі вчені розвивають внутрішню фірмову систему трансферу технологій розглядають у контексті стратегічного управління; метою ефективного впровадження є покращення технічного та технологічного стану підприємства для досягнення та використання технічних переваг, завдяки яким компанія зможе адекватно реагувати на запити та вимоги ринку, виробляючи конкурентоспроможний продукт за допомогою власної технології [5].

За визначенням вітчизняних науковців, «трансферний потенціал» можна трактувати як комплексні внутрішні та зовнішні фактори, що сприяють передачі технологій, знань та досвіду, впровадження нових ідей та технологій, а також ефективному використанню та комерціалізації на підприємстві [6].

Виходячи з наведеного вище, можна стверджувати, що трансферний потенціал оцінюється як сукупність можливостей і ресурсів, які забезпечують умови для ефективного обміну технологіями. Це включає наявність відповідної інфраструктури, науково-технічного потенціалу, кваліфікованої робочої сили та здатності підприємств до впровадження інновацій. Такий потенціал також враховує можливість ефективної співпраці між різними галузями та секторами економіки, що дозволяє більш ефективно використовувати доступні ресурси і впроваджувати новітні технології. Розвинений трансферний потенціал забезпечує підприємствам конкурентні переваги, сприяючи швидшому впровадженню інновацій і більш гнучкому реагуванню на зміни ринку.

Основним чинником формування трансферного потенціалу е-бізнесу є вибір моделі електронного бізнесу, яка потребує відповідного набору складових та організації їх електронної взаємодії. Науковці Ткачук В. О. та Обіход С. В. виділяють такі фактори формування моделей е-бізнесу:

- 1) процеси диджиталізації товарів/послуг, зміни ціннісної пропозиції, цифрові послуги;
- 2) диджиталізацію й удосконалення процесу прийняття рішень на основі ІКТ, Big Data, хмарних технологій з використанням штучного інтелекту;
- 3) перетворення безпосередньо вартісної пропозиції, бізнес-процесів та операційної моделі загалом, управління внутрішньою інфраструктурою на основі ІКТ;
- 4) диджиталізацію взаємовідносин з клієнтами;

5) персоналізацію запитів споживачів та вбудовування відносин з клієнтами на принципах довгострокової співпраці, результатом якої виступає задоволення потреб;

6) запити на цифрові компетентності персоналу, що потребує змін у кваліфікації працівників;

7) вимоги до менеджменту організації, що продиктовані рухливою зміною бізнес-правил цифрової економіки, потребують динамічності, використання стратегічного підходу в розвитку, а також розроблення стратегії цифрової трансформації бізнесу [7].

Отже, трансферні складові відіграють важливу роль у кожному з елементів електронного бізнесу, забезпечуючи ефективний обмін ресурсами, знаннями та технологіями, що сприяє розвитку та конкурентоспроможності підприємства, зокрема:

1) трансфер технологій та інновацій дозволяє підприємствам оперативного впроваджувати нові IT-рішення, адаптуватися до змін і підвищувати ефективність бізнесу;

2) трансфер знань і компетенцій допомагає компаніям впроваджувати передові практики, оптимізувати бізнес-процеси, розробляти нові стратегії маркетингу, покращувати відносини з клієнтами та відповідати їхнім потребам більш ефективно;

3) трансфер між компонентами, такими як система обміну інформацією, інтернет-маркетинг, електронні платежі та інші, забезпечує їх інтеграцію та узгодженість, дозволяючи компанії

ефективно управляти цими складовими, забезпечувати безперебійну роботу та створювати додаткову цінність для клієнтів.

Погоджуємося з думкою науковців [8], що формування трансферного потенціалу торговельних підприємств потребує розробки специфічних стратегій, що відображають особливості цієї галузі, таких як широкий асортимент товарів і послуг, потреба у швидкому обігу оборотних коштів, нестійкість попиту тощо. Процес формування трансферного потенціалу торговельних підприємств повинен бути орієнтований на підвищення ефективності діяльності і максимізацію прибутку, а також забезпечення задоволення потреб споживачів. Зважаючи на специфіку торговельного бізнесу, процес формування трансферного потенціалу має бути гнучким та швидким, щоб оперативного відповідати на зміни у попиті та ринкових умовах.

На основі проведених досліджень можна виділити такі визначення трансферного потенціалу суб'єктів електронного бізнесу: це здатність компанії або організації, що працюють у сфері електронної комерції, передавати свої ресурси, технології, знання, інновації або капітал між різними сегментами бізнесу, регіонами або ринками. Цей потенціал є ключовим фактором для росту, масштабування і підвищення конкурентоспроможності на глобальному рівні. Основні складові трансферного потенціалу суб'єктів електронного бізнесу наведено на рис. 2.

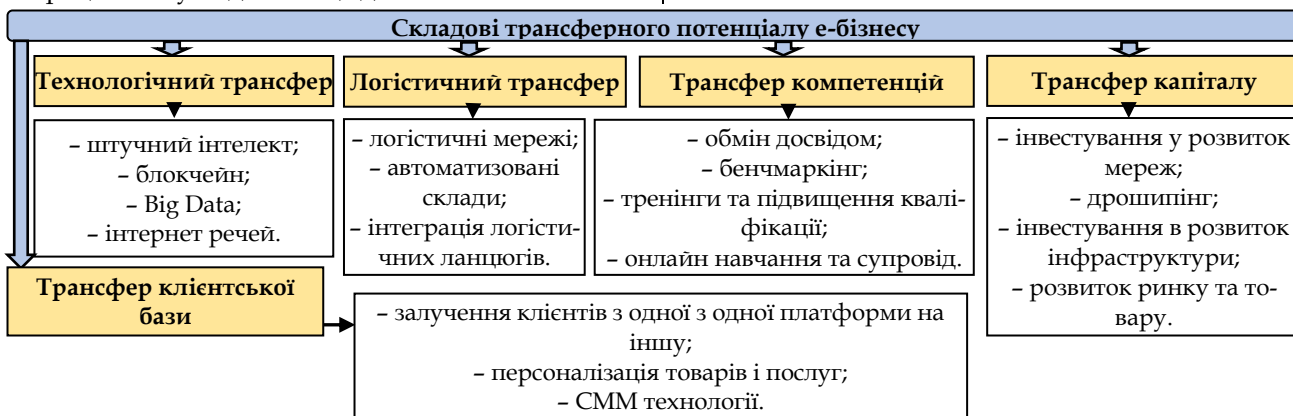


Рис. 2. Складові трансферного потенціалу суб'єктів е-бізнесу. Джерело: сформовано авторами

Таким чином, трансфертний потенціал є важливим інструментом для компаній, що прагнуть розширити свою діяльність, збільшити свою частку на ринку і забезпечити довготривалу конкурентоспроможність. Особливості формування трансферного потенціалу суб'єктів електронного бізнесу включають такі аспекти:

- наявність розвиненої інформаційної інфраструктури, яка є основою для інтеграції нових рішень і включає: інтернет-платформи, системи управління контентом, інструменти для аналітики даних, CRM-системи та інші технології. Така інфраструктура дозволяє підприємству ефективно впроваджувати інновації та залишатися конкурентоспроможним на ринку;

- швидкість та гнучкість адаптації до змін в IT-індустрії. Суб'єкти електронного бізнесу

повинні мати здатність швидко реагувати на нові тенденції та адаптувати свої бізнес-процеси відповідно до них. Це вимагає наявності механізмів для оперативного впровадження нових технологій та інновацій;

- масштабованість рішень є ще одним ключовим аспектом у формуванні трансферного потенціалу. Підприємства електронного бізнесу повинні мати змогу легко інтегрувати нові технології або модернізувати існуючі, не витрачаючи значних ресурсів на перебудову інфраструктури. Це забезпечує гнучкість і стійкість бізнесу в умовах швидких змін на ринку;

- наявність мережевих ефектів також відіграє важливу роль у підвищенні трансферного потенціалу. Взаємодія з іншими суб'єктами ринку, участь у партнерських програмах, кооперація з

іншими бізнесами, обмін досвідом та технологіями сприяють розвитку інноваційного потенціалу підприємства. Мережеві ефекти дозволяють збільшити обсяг доступних для підприємства знань і технологій, що позитивно впливає на його здатність до інновацій.

Формування трансферного потенціалу підприємств електронного бізнесу вимагає розробки специфічних стратегій, що враховують особливості цієї галузі, такі як велике різноманіття цифрових товарів і послуг, необхідність швидкої обробки та управління фінансовими потоками, а також мінливість споживчого попиту.

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** Формування ефективного моделювання та розвиток трансферного потенціалу суб'єктів е-

бізнесу стає необхідною умовою для забезпечення їх конкурентоспроможності, довгострокового функціонування та розвитку в умовах стрімкого розвитку цифрових технологій. Процес формування трансферного потенціалу підприємств електронного бізнесу має бути спрямований на підвищення ефективності діяльності та максимізацію прибутку, а також забезпечення високого рівня задоволення потреб клієнтів. Враховуючи специфіку електронного бізнесу, цей процес має бути гнучким і динамічним, щоб оперативно реагувати на зміни в попиті та умовах ринку. Подальші дослідження будуть спрямовані на розроблення методичних підходів до оцінки ефективності трансферного потенціалу та його використання в умовах цифрового ринкового середовища.

#### Література.

1. Асоціація ритейлерів України. URL: <https://rau.ua/aboutus/>.
2. Шкригун Ю.О. «Електронний бізнес», «електронна комерція» та «електронна торгівля»: відмінності й особливості. *Управління економікою: теорія та практика*. 2020. № 19. С. 312–325.
3. Подра О.П., Рогожинська А.В. Особливості розвитку електронного бізнесу в умовах становлення цифрової економіки. *Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення та проблеми розвитку*. 2023. № 1(9). С. 224–235.
4. Осецький В., Красота О., Куліш В. Трансфер технологій як індустріальний тригер розвитку малого підприємництва та формування інноваційного потенціалу підприємства. *Економіка та суспільство*. 2023. № 53. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-53-88>.
5. Maslak O., Grishko N., Vorobiova K., Hlazunova O., Maslak M. Developing the intra-firm technology transfer system at the industrial enterprise based on matrix approach. *Problems and Perspectives in Management*. 2017. № 15(3). С. 242–252.
6. Князь С., Русин-Гриник Р., Викричак М., Шпак Ю. Визначення сутнісних ознак поняття «Трансферний потенціал підприємства». *Investytsiyi: praktyka ta dosvid*. 2023. С. 17–22. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2023.7.17>.
7. Ткачук В.О., Обіход С.В. Структура та класифікація моделей електронного бізнесу. *Економіка, управління та адміністрування*. 2022. № 1(99). DOI: [https://doi.org/10.26642/jen-2022-1\(99\)-11-17](https://doi.org/10.26642/jen-2022-1(99)-11-17).
8. Князь С., Русин-Гриник Р., Викричак М. Особливості формування трансферного потенціалу торговельних підприємств. *Економіка та суспільство*. 2023. № 55. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-55-31>.
9. Іртішчева І., Стегней М. Інноваційне оновлення фінансово-економічного механізму реалізації децентралізованої моделі сталого розвитку територіальних громад. *Економіст*. 2015. № 6. С. 8–12.
10. Іртішчева І.О., Стегней М.І., Войт Д.С., Павленко Г.М. Інституційне забезпечення соціально-економічного розвитку регіонів в умовах децентралізації. *Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва. Серія: Економічні науки*. 2019. № 3. С. 173–183.
11. Kramarenko I., Irtysheva I., Stehnej M., Boiko Ye., Nadtochii I., Pavlenko O., Rakipov V., Hryshyna N., Sirenko I., Ishchenko O., Tubaltseva N. Socio-economic development in conditions of digital transformations: regional features, strategic analysis, and prospects. *7th International Conference on Mathematics and Computers in Sciences and Industry (MCSI)*. 2022. P. 175–186.

#### References.

1. Asotsiatsiia rytejleriv Ukrainy. [Association of Retailers of Ukraine]. Available at: <https://rau.ua/aboutus/>.
2. Shkryhyn, Yu.O. (2020). «"Electronic business", "electronic commerce" and "electronic trade": differences and peculiarities». *Upravlinnia ekonomikoju: teoriia ta praktyka*. № 19. pp. 312–325.
3. Podra, O.P., Rohozhyn'ska, A.V. (2023). «Peculiarities of the development of electronic business in the conditions of the formation of the digital economy». *Menedzhment ta pidpriemnytstvo v Ukraini: etapy stanovlennia ta problemy rozvytku*. № 1(9). pp. 224–235.
4. Osets'kyj, V., Krasota, O., Kulish, V. (2023). «Technology transfer as an industrial trigger for the development of small business and the formation of the innovative potential of the enterprise». *Ekonomika ta suspil'stvo*. № 53. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-53-88>.
5. Maslak, O., Grishko, N., Vorobiova, K., Hlazunova, O., Maslak, M. (2017). «Developing the intra-firm technology transfer system at the industrial enterprise based on matrix approach». *Problems and Perspectives in Management*. № 15(3). pp. 242–252. DOI: [https://doi.org/10.21511/ppm.15\(3-1\).2017.08](https://doi.org/10.21511/ppm.15(3-1).2017.08).
6. Kniaz', S., Rusyn-Hrynyk, R., Vykrykach, M., Shpak, Yu. (2023). «Determination of essential features of the concept "Transfer potential of the enterprise"». *Investytsiyi: praktyka ta dosvid*. pp. 17–22. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2023.7.17>.
7. Tkachuk, V.O., Obikhod, S.V. (2022). «Structure and classification of e-business models». *Ekonomika, upravlinnia ta administruvannia*. № 1(99). DOI: [https://doi.org/10.26642/jen-2022-1\(99\)-11-17](https://doi.org/10.26642/jen-2022-1(99)-11-17).
8. Kniaz', S., Rusyn-Hrynyk, R., Vykrykach, M. (2023). «Peculiarities of formation of transfer potential of trade enterprises». *Ekonomika ta suspil'stvo*. № 55. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-55-31>.
9. Irtysheva, I., Stehnej, M. (2015). «Innovative renewal of the financial and economic mechanism of implementation of the decentralized model of sustainable development of territorial communities». *Ekonomist*. № 6. pp. 8–12.
10. Irtysheva, I.O., Stehnej, M.I., Vojt, D.S., Pavlenko, H.M. (2019). «Institutional support of socio-economic development of regions in conditions of decentralization». *Visnyk KhNAU im. V.V. Dokuchaieva. Seriia: Ekonomichni nauky*. № 3. pp. 173–183.
11. Kramarenko, I., Irtysheva, I., Stehnej, M., Boiko, Ye., Nadtochii, I., Pavlenko, O., Rakipov, V., Hryshyna, N., Sirenko, I., Ishchenko, O., Tubaltseva, N. (2022). «Socio-economic development in conditions of digital transformations: regional features, strategic analysis, and prospects». *7th International Conference on Mathematics and Computers in Sciences and Industry (MCSI)*. pp. 175–186.

**Abstract.**

**Irtysheva I., Stehnei M., Kramarenko I., Popovych O. Formation of the transfer potential of e-business subjects in the trade regulatory systema.**

The article explores the essence and features of forming the transfer potential of e-business entities in the trading system. The purpose of writing the article is to substantiate the essence and features of the formation of the transfer potential of e-business entities in the trade system. It is noted that the e-commerce market in Ukraine and globally is proliferating, which stimulates e-business entities to form and develop transfer potential as a fundamental condition for ensuring competitiveness and adapting to changes in the relevant market. It has been established that transfer potential is the ability of companies or organizations operating in the field of e-commerce to transfer their resources, technologies, knowledge, innovations, or capital between different business segments, regions, or markets, which is a critical factor for growth, scaling, and enhancing competitiveness on a global level. The main elements of transfer potential in e-business include technological transfer, focused on the implementation and adaptation of advanced technologies such as AI and blockchain; knowledge and competency transfer, which involves experience exchange and personnel development; capital and resource transfer, covering the distribution of financial resources and supply chain optimization; customer base transfer, aimed at attracting and retaining customers across different regions and platforms; and international transfer, which includes the adaptation of business models and products for global markets and the use of international supply networks to expand markets. The formation of the transfer potential of e-business entities is based on a developed information infrastructure, rapid adaptation to IT changes, scalability of solutions, and network effects to enhance innovation potential. The process of forming the transfer potential of e-business enterprises should be aimed at increasing operational efficiency, maximizing profits, and ensuring high customer satisfaction. Given the specifics of e-business, this process should be flexible and dynamic to respond promptly to changes in demand and market conditions.

**Keywords:** e-business, e-commerce, e-commerce market, transfer potential, digital technologies, trade, information environment, strategic management, tactical management, entrepreneurship.

Стаття надійшла до редакції 12.08.2024 р.

**Бібліографічний опис статті:**

Іртишчева І.О., Стегней М.І., Крамаренко І.С., Попович О.П. Формування трансферного потенціалу суб'єктів е-бізнесу в системі регулювання сфери торгівлі. Актуальні проблеми інноваційної економіки та права. 2024. № 5. С. 6-10.

Irtysheva I., Stehnei M., Kramarenko I., Popovych O. Formation of the transfer potential of e-business subjects in the trade regulatory systema. Actual problems of innovative economy and law. 2024. No. 5, pp. 6-10.

УДК: 347.45.47: 342.951:351.82; JEL classification: M21

DOI: <https://doi.org/10.36887/2524-0455-2024-5-2>

ЧУМАК Оксана Володимирівна<sup>1</sup>, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економіки та бізнес-технологій, <https://orcid.org/0000-0001-6387-2840>

КОМАНДРОВСЬКА Вероніка Євгенівна<sup>1</sup>, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки та бізнес-технологій, <https://orcid.org/0000-0002-6849-5148>

ШОНІЯ Борис Гелайович<sup>1</sup>, здобувач РНд, <https://orcid.org/0009-0001-1335-2086>

## ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ТА СТРУКТУРА РИНКУ МИТНО-ПОСЕРЕДНИЦЬКИХ ПОСЛУГ

Чумак О.В., Командровська В.Є., Шонія Б.Г. Економічна сутність та структура ринку митно-посередницьких послуг.

Стаття присвячена дослідженню економічної сутності та структури ринку митно-посередницьких послуг в умовах глобалізації та розвитку міжнародної торгівлі. Автори підкреслюють актуальність теми, зазначаючи, що стан цього ринку є індикатором розвитку зовнішньоекономічної діяльності та умовою формування ефективної експортно-імпоротної діяльності. У роботі надано визначення митних послуг як комплексу заходів, спрямованих на контроль та регулювання переміщення товарів через митний кордон. Особлива увага приділяється митно-посередницьким послугам, які надаються спеціалізованими суб'єктами господарювання від імені учасників зовнішньоекономічної діяльності. Автори пропонують власне визначення ринку митно-посередницьких послуг, характеризуючи його як специфічний сегмент економіки, де відбувається взаємодія між надавачами та споживачами спеціалізованих послуг, пов'язаних з митним оформленням товарів. У статті детально розглядається структура цього ринку, включаючи його суб'єкти, об'єкти та регуляторне середовище, взаємозв'язки між елементами ринку митно-посередницьких послуг. Значна частина роботи присвячена аналізу основних параметрів ринку митно-посередницьких послуг: попиту, пропозиції, місткості ринку та ціноутворення. Автори наголошують на динамічності об'єкта ринку, його залежності від розвитку міжнародної торгівлі, змін у законодавстві та впровадження нових технологій. У статті представлено основні характеристики митно-посередницьких послуг як товару, що включає такі аспекти: нематеріальність, невіддільність від джерела, неоднорідність якості, неможливість зберігання, високий рівень державного регулювання та інші. Визначено перспективні напрями розвитку ринку митно-посередницьких послуг, серед яких виділяються діджиталізація та автоматизація, спрощення митних процедур та персоналізація послуг. Автори підкреслюють, що ринок стоїть на порозі значних трансформацій, спрямованих на підвищення ефективності, безпеки та прозорості митних процедур. У статті підкреслено важливість розуміння сутності цього ринку для ефективного управління зовнішньоекономічною діяльністю, захисту економічних інтересів держави та сприяння розвитку міжнародної торгівлі.

**Ключові слова:** митно-посередницькі послуги, ринок митно-посередницьких послуг, зовнішньоекономічна діяльність, митні брокери, регуляторне середовище.

**Постановка проблеми у загальному вигляді.** В умовах глобалізації та розвитку міжнародної торгівлі дослідження ринку митних та, зокрема митно-посередницьких послуг, набуває особливої актуальності та значущості. Стан цього ринку є, з одного боку, індикатором розвитку

зовнішньоекономічної діяльності, який безпосередньо впливає на економічну безпеку держави, конкурентоспроможність національних виробників та загальний інвестиційний клімат країни, а з іншого боку, умовою формування ефективної експортно-імпоротної діяльності.

<sup>1</sup>Національний авіаційний університет