

УДК 339.1:004.738.5(477)

JEL CLASSIFICATION: M10

<https://doi.org/10.31498/2225-6725.41.2025.348896>Білоус-Сергєєва С. О.¹, Буцький А. М.²

ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ В УКРАЇНІ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ

S. Bilous-Sergieieva, A. Butskiy, E-commerce in Ukraine: Current State, Challenges and Development Prospects under Digital Transformation

This article analyzes the current state and trends of e-commerce development in Ukraine amidst global digital changes. The research examines the impact of macroeconomic factors and the challenges posed by the war on the online retail sector. Key barriers to growth are identified, including the shadow market, logistical disruptions, and the need for legislative adaptation to EU standards. The study highlights promising trends such as social commerce, AI integration, and mobile trading. Proposals are formulated to improve the regulatory environment and digital infrastructure to ensure the industry's sustainable growth in the post-war period.

Keywords: e-commerce; digital transformation; marketplaces; online retail; cybersecurity; war impact; cashless economy.

Білоус-Сергєєва С. О., Буцький А. М. Електронна комерція в Україні: стан та перспективи цифрової трансформації

Стаття присвячена комплексному аналізу сучасного стану та тенденцій розвитку електронної комерції в Україні в умовах глобальних цифрових змін. У дослідженні розглянуто вплив макроекономічних факторів та викликів воєнного часу на сектор онлайн-ритейлу. Виявлено ключові бар'єри, що стримують зростання, серед яких: мінізація ринку, логістичні розриви та необхідність адаптації законодавства до норм ЄС. Окреслено перспективні тренди, такі як соціальна комерція, впровадження штучного інтелекту та мобільний трейдинг. Сформульовано пропозиції щодо вдосконалення регуляторного середовища та цифрової інфраструктури для забезпечення сталого розвитку галузі у повоєнний період.

Ключові слова: електронна комерція; цифрова трансформація; маркетплейси; онлайн-ритейл; кібербезпека; вплив війни; безготівкова економіка.

¹ <http://orcid.org/0000-0003-0430-0820>

Білоус-Сергєєва Світлана Олександрівна, доцент кафедри підприємництва та торгівлі, доцент, кандидат економічних наук, Державний вищий навчальний заклад «Приазовський державний технічний університет», м. Дніпро, belous_s_a@pstu.edu

Svitlana Bilous-Sergieieva, Associate Professor of the Department of Entrepreneurship and Trade, Associate Professor, Candidate of Economic Sciences, State Higher Education Institution "Pryazovskyi State Technical University", Dnipro.

² **Буцький Артур Михайлович**, магістр, гр. ПТВ-24- М, Державний вищий навчальний заклад «Приазовський державний технічний університет», м. Дніпро

Artur Butskiy, Master's student, group PTV-24-M, State Higher Education Institution "Pryazovskyi State Technical University", Dnipro

Постановка проблеми. Глобальна цифрова трансформація докорінно змінила архітектуру торговельних відносин, перетворивши електронну комерцію на фундамент сучасної економіки. Сучасний етап розвитку світової економіки характеризується активною цифровізацією всіх сфер господарської діяльності. Одним із ключових елементів цього процесу є електронна комерція, яка трансформувалася з альтернативного каналу збуту в базовий інструмент функціонування бізнесу. Для України цей процес набув екзистенційного значення в умовах повномасштабної війни. E-commerce став критичним інструментом адаптації бізнесу та забезпечення населення необхідними товарами попри фізичне руйнування традиційної торговельної мережі. Проте динамічне зростання супроводжується накопиченням системних проблем: від правового вакууму в регулюванні нових фінансових технологій до критичної вразливості логістичної інфраструктури.

Мета статті дослідження є всебічний аналіз стану ринку електронної комерції в Україні, виявлення ключових бар'єрів та обґрунтування перспективних напрямів цифрової трансформації галузі в контексті європейської інтеграції.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, присвячені питанням розвитку електронної комерції досліджували такі науковці як В. Брижко, Н. Дмитрієва, К. Краус, М. Макарова та інші. Вони акцентували увагу на концептуальних засадах e-business та інструментах цифрового маркетингу. Проблематика розвитку електронної комерції є предметом дослідження як вітчизняних, так і зарубіжних науковців, що зумовлено її стрімким поширенням у контексті цифрової трансформації економіки.

У працях зазначених авторів електронна комерція розглядається як складна багатофункціональна система, що формується під впливом розвитку інформаційно-комунікаційних технологій та глобалізаційних процесів. Значна увага приділяється визначенню сутності електронної комерції, її місця в структурі цифрової економіки та взаємозв'язку з електронним бізнесом.

Вітчизняні дослідники (К. Краус, М. Макарова, О. Засенко, В. Міщенко та ін.)

акцентують увагу на особливостях розвитку електронної комерції в умовах трансформації національної економіки, аналізують інституційні умови її функціонування, проблеми правового регулювання та вплив цифровізації на підприємницьку діяльність. Зарубіжні науковці (Д. Белл, М. Кастельс, Л. Герстнер, Гр. Дункан, А. Саммер та ін.) досліджують електронну комерцію в контексті формування інформаційного суспільства та мережевої економіки. У їхніх працях обґрунтовується роль цифрових технологій як ключового фактора трансформації бізнес-моделей, розвитку глобальних ринків та зміни поведінки споживачів. Окремий напрям досліджень пов'язаний із вивченням інструментів та технологій електронної комерції. Так, у працях Р. Фроста, Л. Стюарта, Д. Козьє та інших авторів розглядаються питання цифрового маркетингу, онлайн-комунікацій, управління клієнтським досвідом та використання аналітичних інструментів у електронному бізнесі.

Результати дослідження. Стрімка еволюція інформаційних технологій докорінно трансформувала традиційні бізнес-моделі, давши поштовх розвитку електронного бізнесу. Цей термін охоплює широкий спектр економічної діяльності, що реалізується через інформаційно-комунікаційні мережі з метою отримання прибутку. Електронний бізнес не обмежується лише торговельними операціями, а включає також електронний банкінг, страхування, навчання, маркетинг та інші цифрові послуги.

Електронна комерція в сучасних умовах є складною багатокomпонентною системою, що охоплює широкий спектр бізнес-процесів — від онлайн-продажів до управління ланцюгами постачання та цифрового маркетингу. Вона трансформувалася з інструменту купівлі-продажу в інтернеті у глобальну екосистему цифрової економіки, яка базується на принципах глобалізації, персоналізації, омніканальності та мережевого ефекту .

Світовий ринок [8] електронної торгівлі демонструє стаłe зростання, проте український сегмент має унікальну динаміку. На початку 2025 року в Україні

зафіксовано 56,4 млн мобільних з'єднань (147% від населення), а рівень проникнення Інтернету сягає 82,4%.

Ключові показники українського ринку,[6] прогнозований дохід до кінця 2025 року складе 5127,6 млн дол. США, що робить Україну 46-м за величиною ринком у світі. Аналіз показує, що український ринок електронної комерції демонструє стабільне зростання та поступово інтегрується у світову економіку. Разом з тим, на його розвиток суттєво впливають макроекономічні фактори, зокрема рівень інфляції, стабільність валюти та купівельна спроможність населення .

Відновлення логістичного потенціалу e-commerce в [7] умовах воєнного стану вимагає диверсифікації транспортних потоків. Пріоритетом є оперативна рекультивація пошкодженої дорожньої та залізничної інфраструктури, а також розбудова мережі “сухих портів” та альтернативних маршрутів через західний кордон для компенсації морської блокади. Критично важливим є забезпечення енергетичної автономності логістичних хабів для запобігання збоям у ланцюгах постачання.

Оптимізація процесів можлива за рахунок цифровізації логістики: впровадження систем GPS-моніторингу, автоматизації складських приміщень та використання прогнозованої аналітики. [1] Для реалізації таких масштабних проєктів доцільно залучати міжнародну фінансову допомогу та експертизу, формуючи державно-приватні партнерства з провідними світовими логістичними операторами.

Одним із ключових аспектів розвитку інтернет-торгівлі в Україні може стати покращення інфраструктури інтернету, зокрема розширення високошвидкісного доступу та збільшення покриття в сільських місцевостях. Це сприятиме розвитку електронної комерції навіть у віддалених регіонах.

Загалом, вирішення проблем логістики та інфраструктури вимагає комплексного та багатостороннього підходу, що включає державні заходи, міжнародну співпрацю та залучення приватного сектору. Для сталого розвитку

електронної комерції в Україні необхідне системне вдосконалення державної [2] політики, яка повинна реагувати на сучасні виклики та сприяти створенню сприятливого середовища для всіх учасників ринку: бізнесу, споживачів, інвесторів та державних органів.

Електронна комерція має кілька характерних особливостей, включаючи дистанційність операцій, швидкість обробки транзакцій, широке охоплення аудиторії, зниження витрат, аналітичність. У порівнянні з традиційною торгівлею, інтернет-торгівля має свої унікальні принципи. Дослідження [3] також охопило цифрові пристрої, що забезпечують електронну комерцію, зокрема, M-commerce, D-commerce, T-commerce, U-commerce та V-commerce. Встановлено, що серед основних моделей бізнесу електронної комерції виділяють: бізнес-бізнес (B2B), бізнес-споживач (B2C), бізнес-держава (B2G), споживач-бізнес (C2B), споживач-держава (C2G), споживач-споживач (C2C) та напряму до споживача (D2C).

Ключовими гравцями на ринку електронної комерції стали онлайн-платформи. Найпопулярнішими соціальними мережами для інтернет-торгівлі є Instagram, Facebook і TikTok. Категоріями продуктів, які найчастіше купують у соціальних мережах у всьому світі, є одяг, засоби особистої гігієни, бакалія та їжа. Дані статистики [5] свідчать про швидкі темпи розвитку електронної комерції. Вона приносить прибуток підприємцям та надає безліч переваг споживачам.

Встановлено, що існує низка проблем, які стоять на заваді розвитку електронної комерції, серед них кібератаки й витік даних, високий рівень конкуренції, постійний розвиток нових технологій, логістика та доставка, повернення та відшкодування грошових коштів.

Важливим фактором є також вплив воєнних дій, які призвели до порушення логістичних ланцюгів, змін у поведінці споживачів та необхідності адаптації бізнесу до нових умов функціонування. Стан економіки в Україні є складним і нестабільним. За підсумками 2024 року зростання ВВП склало всього

2,9%. [4] Негативний вплив на економіку країни має війна – прискорення інфляції; порушення ланцюгів поставок; обмеження доступності товарів; нестача кваліфікованих працівників тощо.

Серед основних проблем розвитку електронної комерції в Україні визначено:

- тінізацію ринку;
- нестабільність логістики та пошкодження інфраструктури;
- недосконалість правового регулювання;
- кіберзагрози та шахрайство .

В Україні варто розвивати безпечні системи онлайн-платежів і зміцнювати довіру споживачів до них, що допоможе збільшити активність в інтернет-торгівлі. Створення високоякісного сервісу та побудова лояльних відносин із клієнтами також є важливими для організації стійкого інтернет-бізнесу.

Крім того, встановлено наявність законодавчих прогалин, зокрема у сфері регулювання діяльності маркетплейсів та цифрових фінансових інструментів. Нерозвинене законодавство, відсутність чітких правил ведення бізнесу в онлайн-середовищі, а також проблеми з податковим регулюванням створюють перешкоди для розвитку електронної комерції.

Попри наявні виклики, електронна комерція в Україні має значний потенціал для розвитку. Вона поступово трансформується у стратегічно важливий сектор цифрової економіки. Тенденції в електронній комерції спрямовані на формування унікальних брендів; омніканальні продажі; прямі продажі через інтернет-магазини в сегменті B2B; повторні продажі та утримання клієнтів; збільшення суми середнього чеку через Cross-sell та Up-sell; персоналізацію та унікальний досвід для клієнтів; запити на безкоштовну доставку і можливість повернення товару; тримання конкуренції з маркетплейсами.

Основними напрямками розвитку визначено:

- цифровізацію бізнес-процесів;

- розвиток логістичної інфраструктури;
- удосконалення правового регулювання;
- підвищення рівня кібербезпеки;
- інтеграцію у міжнародні електронні ринки.

У результаті дослідження встановлено, що електронна комерція в Україні є динамічною та перспективною сферою, яка активно розвивається навіть в умовах кризових викликів, стала локомотивом цифрової трансформації економіки, продемонструвавши виняткову адаптивність до умов воєнного стану. E-commerce перетворилася на важливий елемент цифрової економіки, який забезпечує адаптацію бізнесу до сучасних умов та сприяє економічній стабільності країни. Ринок перейшов на стадію домінування екосистемних маркетплейсів та соціальної комерції, що потребує нових підходів до маркетингу та сервісу. Ключові проблеми розвитку галузі, серед яких логістичні обмеження, правові прогалини, кіберзагрози та вплив воєнних дій. Подальший розвиток електронної комерції в Україні можливий за умови комплексного підходу, що передбачає удосконалення державної політики, розвиток цифрової інфраструктури та впровадження інноваційних технологій.

Перелік використаних джерел:

1. Електронна комерція та інтернет-торгівля: навч.-метод. посіб. / К. М. Краус, Н. М. Краус, О. В. Манжура. Київ: Аграр Медіа Груп, 2021. 454 с.
2. Закон України «Про електронну комерцію» №675-VIII від 3 вересня 2015 р. Редакція від 01.01.2024. URL : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/675-19>.
3. OECD Annual Report 2000: веб-сайт. URL: https://www.oecd.org/en/publications/oecd-annual-report-2000_annrep-2000-en.html.
4. Daniel Ker, Pilar Fajarnes-Garces, Torbjörn Fredriksson. *Measuring the value of E-commerce*. Geneva: United Nations, 2023. 79 с.
5. Звіт про цифрову економіку, 2024 рік. Огляд. Формування екологічно стійкого та інклюзивного цифрового майбутнього : веб-сайт. URL: <https://unctad.org/about>
6. Тренди в електронній комерції на 2025 рік : веб-сайт. URL: <https://elit-web.ua/ua/blog/trendy-ukrainskogo-e-commerce-na-2025-god>
7. Самойлюк М. Трекер економіки України під час війни : веб-сайт. URL: <https://ces.org.ua/tracker-economy-during-the-war/>.
8. Державна служба статистики України: Оптовий та роздрібний товарооборот підприємств оптової та роздрібною торгівлі. URL : <https://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 16.05.2025).

References

1. Kraus K. M., Kraus N. M., Manzhura O. V. *Electronic Commerce and Internet Trade: Educational and Methodological Manual*. Kyiv: Ahrar Media Hrup, 2021. 454 p.
2. Verkhovna Rada of Ukraine. Law of Ukraine “On Electronic Commerce” No. 675-VIII of September 3, 2015. Edition of January 1, 2024. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/675-19>
3. OECD Annual Report 2000. URL: https://www.oecd.org/en/publications/oecd-annual-report-2000_annrep-2000-en.html
4. Ker D., Fajarnes-Garces P., Fredriksson T. *Measuring the Value of E-commerce*. Geneva: United Nations, 2023. 79 p. URL:
5. UNCTAD. *Digital Economy Report 2024. Overview. Shaping an Environmentally Sustainable and Inclusive Digital Future*. URL: <https://unctad.org/about>
6. Elit-Web. *E-commerce Trends for 2025*. URL: <https://elit-web.ua/ua/blog/trendy-ukrainskogo-e-commerce-na-2025-god>
7. Samoiliuk M. *Tracker of Ukraine’s Economy During the War*. URL: <https://ces.org.ua/tracker-economy-during-the-war/>
8. State Statistics Service of Ukraine. *Wholesale and Retail Turnover of Wholesale and Retail Trade Enterprises*. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>

Стаття надійшла 21.04.2025

Стаття прийнята 05.05.2025

Стаття опублікована 22.05.2025