

УДК 339

Дьяченко Ольга Володимирівна
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри публічного управління та адміністрування
Державний торговельно-економічний університет

Diachenko Olha
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Public Administration
State University of Trade and Economics
ORCID: 0000-0002-2012-8496

DOI: 10.25313/2520-2294-2024-12-10577

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВІЙНИ

E-COMMERCE DEVELOPMENT TRENDS IN UKRAINE DURING WAR

ІНШЕ

Анотація. Вступ. В останні десятиліття електронна комерція стала одним із основних драйверів розвитку світової економіки, і Україна не є винятком. В умовах пандемії COVID-19 та воєнних дій, що тривають на території України, цифрові технології та електронна комерція набули особливої актуальності, адже вони стали важливими інструментами не лише для збереження бізнесу, але й для забезпечення сталого економічного розвитку країни.

Мета. Метою дослідження є оцінка поточного стану ринку електронної комерції в Україні, визначення основних факторів, що впливають на зростання цієї галузі, а також ідентифікація перешкод, які стримують її розвиток.

Матеріали і методи. Матеріалами дослідження є: 1) публікації вітчизняних авторів, що здійснюють науково-практичне дослідження у сфері електронної комерції України; 2) результати досліджень аналітичних компаній.

В процесі здійснення дослідження було використано такі наукові методи: аналізу та синтезу (для аналізу розвитку ринку електронної комерції в Україні); узагальнення та систематизації (для визначення основних факторів, що впливають на зростання цієї галузі, а також ідентифікації перешкод, які стримують її розвиток); логічного узагальнення результатів (для формулювання висновків).

Результати. У статті проаналізовано показники розвитку онлайн торгівлі в Україні. Визначено ключові фактори, які сприяють зростанню цієї галузі, а також виявлено перешкоди, що обмежують її подальший розвиток. Запропоновано ряд заходів для підтримки сталого розвитку електронної комерції в Україні.

Перспективи. У подальших наукових дослідженнях доцільно зосередити увагу на розробленні гнучких механізмів державного регулювання електронної комерції в Україні.

Ключові слова: електронна комерція, електронна торгівля, онлайн торгівля, інтернет-торгівля, цифровізація.

Summary. Introduction. In recent decades, e-commerce has become one of the main drivers of the development of the world economy, and Ukraine is no exception. In the conditions of the COVID-19 pandemic and the ongoing hostilities on the territory of Ukraine, digital technologies and online trade have become especially relevant, because they have become important tools not only for preserving business, but also for ensuring the sustainable economic development of the country.

Purpose. The purpose of the study is to assess the current state of the e-commerce market in Ukraine, to identify the main factors affecting the growth of this industry, as well as to identify obstacles that hinder its development.

Materials and methods. The following materials were used in the study 1) publications of domestic authors conducting scientific and practical research in the field of electronic commerce of Ukraine; 2) research results of analytical companies.

In the process of study the following scientific methods were used: analysis and synthesis (to analyze the development of the e-commerce market in Ukraine); generalization and systematization (to determine the main factors affecting the growth of this industry, as well as to identify obstacles that restrain its development); logical generalization of the results (for formulation of conclusions).

Results. The article analyzes the indicators of the development of online trade in Ukraine. Key factors contributing to the growth of this industry have been identified, as well as obstacles limiting its further development. A number of measures are proposed to support the sustainable development of e-commerce in Ukraine.

Discussion. In further research it is proposed to focus on the development of effective mechanisms for state regulation of e-commerce in Ukraine.

Key words: e-commerce, electronic trade, online trade, internet trade, digitization.

Постановка проблеми. Електронна комерція є одним з найдинамічно зростаючих секторів економіки, що дозволяє значно розширювати ринки збуту та сприяє інтеграції України в глобальну економіку. Розвиток електронної комерції визначається інтеграцією цифрових технологій, таких як великі дані, штучний інтелект, мобільні додатки, електронні платіжні системи та платформи для онлайн торгівлі. Значні можливості для розвитку електронної комерції в Україні забезпечуються широким доступом до інтернету та прогресом у сфері мобільних технологій. Розвиток електронної комерції в Україні має також стратегічне значення для забезпечення економічної стабільності країни в умовах глобальної конкуренції. Ця сфера безпосередньо впливає на такі важливі аспекти, як зайнятість, інноваційний розвиток, конкурентоспроможність національної економіки та покращення якості життя населення через доступ до нових товарів і послуг. Тому дослідження тенденцій розвитку електронної комерції в Україні є важливим для формування ефективних стратегій підтримки цього сектору, який, незважаючи на існуючі труднощі, продовжує залишатися одним з найперспективніших напрямів для забезпечення економічного зростання країни.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Огляд останніх публікацій дозволяє виявити ключові тенденції та проблеми, що виникають на українському ринку електронної комерції. Так, у статті О. Заяць та Я. Капко [1] проаналізовано динаміку та визначено перешкоди розвитку електронної торгівлі в Україні. О. Баула, О. Лютак та В. Федішин [2] досліджують концептуальні основи електронної комерції в контексті глобалізації та розвитку інформаційних технологій, підкреслюючи важливість розуміння цих процесів для успішного розвитку як локальних, так і глобальних бізнес-стратегій. Н. Лесько та С. Кіра [3] розглядають вплив міжнародних та європейських організацій у сфері цифрової комерції на конкурентоспроможність підприємницької діяльності в Україні, підкреслюючи необхідність створення органів адвокації для підтримки цього сектору економіки. Д. Крилов [4], О. Кублицька [5], В. Стрілець, Б. Гаращенко, В. Соколовський, А. Аржаннікова [6], Н. Шведа, О. Краузе [7] аналізують вплив війни на ринок електронної комерції в Україні та фокусуються на визначенні можливостей для його зростання в складних умовах.

Метою статті є оцінка поточного стану ринку електронної комерції в Україні, визначення основних факторів, що впливають на зростання цієї галузі, а також ідентифікація перешкод, які стримують її розвиток.

Матеріали і методи. Матеріалами дослідження є: 1) публікації вітчизняних авторів, що здійснюють науково-практичні дослідження у сфері електронної комерції України; 2) результати досліджень аналітичних компаній.

В процесі здійснення дослідження було використано такі наукові методи: аналізу та синтезу (для аналізу розвитку ринку електронної комерції в Україні); узагальнення та систематизації (для визначення основних факторів, що впливають на зростання цієї галузі, а також ідентифікації перешкод, які стримують її розвиток); логічного узагальнення результатів (для формулювання висновків).

Виклад основного матеріалу. Ринок електронної комерції в Україні продовжує розвиватися на тлі зростаючої цифровізації, зміни звичок споживачів та адаптації до нових економічних реалій. 2023–2024 роки стали важливим етапом для аналізу можливостей та викликів у сфері онлайн-торгівлі в Україні, оскільки ринок зіштовхувався з новими викликами, пов'язаними з війною, економічною невизначеністю та проблемами інфраструктури.

У 2023 році в Україні спостерігалось значне збільшення обсягів онлайн-покупок, зокрема в умовах збереження високого рівня мобільності, нестабільної ситуації на ринку праці та глобальних економічних змін. Український онлайн-ринок досяг рекордних результатів (рис. 1), причому представники багатьох секторів перевищили показники, що були до початку повномасштабного вторгнення. Електронна комерція стала одним із важливих інструментів для забезпечення доступу до товарів та послуг у складних умовах. Однією з основних тенденцій ринку електронної комерції в Україні у 2024 році стало поступове покращення інфраструктури онлайн-торгівлі.

Попри те, що країна ще має низку проблем щодо забезпечення рівномірного доступу до Інтернету в різних регіонах, високий рівень його проникнення у міських регіонах дозволяє значно розширити ринок. Зростання попиту на онлайн-покупки та мобільні додатки для покупок стимулювали розвиток нових платіжних систем і логістичних послуг, які сприяли більшій доступності товарів. Зокрема, підприємства, які займаються доставкою, суттєво покращили логістичні можливості, активно розвиваючи інфраструктуру для оброблення замовлень, що позитивно вплинуло на швидкість доставки і зменшило витрати для покупців.

Важливим фактором розвитку української електронної комерції є впровадження нових платіжних рішень. Зокрема, активно зростає популярність електронних платежів та моделей «Купуй зараз, плати пізніше» (BNPL). Інтеграція фінансових

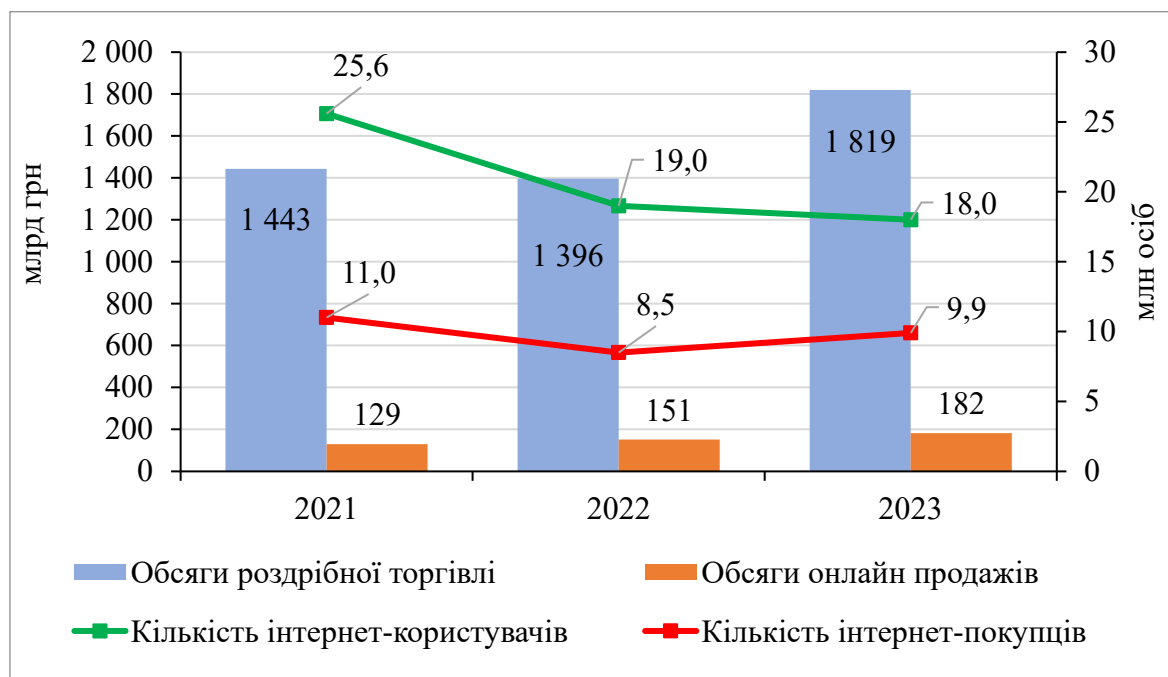


Рис. 1. Показники розвитку онлайн торгівлі в Україні, 2021–2023

Джерело: складено автором на основі [8]

сервісів, таких як Monobank та Privat24, спрощує процеси оплати та управління фінансами для фізичних осіб і бізнесу. Мобільні платформи, а також розвиток сервісів електронних платежів, таких як Apple Pay, Google Pay, стали важливими елементами ринку електронної комерції, що створило зручні умови для споживачів, які все більше віддають перевагу онлайн-шопінгу завдяки швидким і безпечним способам оплати.

Останні два роки стали періодом суттєвих змін на українському ринку електронної комерції, головною ознакою яких є підвищення значущості кожного окремого споживача. Після початку повномасштабного вторгнення спостерігається зменшення кількості інтернет-користувачів в Україні, проте серед активних онлайн-покупців відзначається суттєве збільшення частоти здійснення покупок [9]. Хоча загальна кількість покупців зменшилася, кожен з них здійснює більше покупок, збільшуючи таким чином індивідуальну купівельну активність. Отже, продавці повинні фокусуватися не стільки на залученні нових клієнтів, скільки на утриманні наявних, що значно важливіше для збереження стабільного доходу. Клієнтська лояльність і персоналізовані пропозиції стають ключовими аспектами для підтримки високої купівельної активності. Продавцям необхідно створювати умови для збереження довіри і задоволення потреб постійних покупців, оскільки вони стають основним джерелом доходу в умовах зменшення загальної кількості онлайн-споживачів.

Онлайн-торгівля через соціальні мережі, зокрема в Instagram, TikTok та Facebook, також демонструють значне зростання [10], оскільки ці платформи

стали зручним інструментом для продажу товарів без необхідності створення складної інфраструктури для онлайн-магазинів та забезпечуючи прямий зв'язок між брендами та аудиторією. Цей тренд зумовлений прагненням дрібних підприємців швидше реагувати на змінні умови ринку та обмеження, пов'язані з традиційними комерційними каналами.

Збройний конфлікт суттєво вплинув на поведінку споживачів та на функціонування компаній. Але не зважаючи на те, що багато підприємств, зокрема в постраждалих регіонах, були змушені тимчасово припинити свою діяльність, або перенести її в інші регіони країни, значна частина бізнесів прагнула адаптуватися до нових умов шляхом трансформації своєї діяльності в онлайн-простір. Війна прискорила цифровізацію для багатьох компаній, оскільки онлайн-платформи стали єдиним інструментом підтримки комунікації з клієнтами та забезпечення постачання товарів у складних умовах.

Разом з цим, економічна невизначеність, проблеми з логістикою та поставками призвели до скорочення асортименту товарів у деяких онлайн-магазинах. Проблеми з інфляцією також негативно вплинули на купівельну спроможність населення, що завадило деяким сегментам ринку електронної комерції зростати так швидко, як це очікувалося до початку війни.

Водночас ринок електронної комерції в Україні активно залучає нові технології, такі як штучний інтелект, блокчейн і автоматизацію процесів для підвищення ефективності онлайн-торгівлі, забезпечення безпеки покупок та лояльності користувачів. Це дозволяє онлайн-бізнесам ставати більш конкурентоспроможними, а також пропонувати нові

послуги та функції для своїх клієнтів, що відповідають сучасним вимогам.

Попри наявність значних перспектив, ринок електронної комерції в Україні стикається з низкою серйозних викликів.

Головною проблемою залишається вплив військового конфлікту, який продовжує суттєво дестабілізувати ринок. Війна безпосередньо впливає на логістику, стабільність електропостачання та постачання товарів, що спричиняє численні труднощі для компаній. Проте бізнеси адаптуються до цих умов, змінюючи логістичні маршрути та розширюючи діяльність у менш постраждалих регіонах, що дозволяє деяким компаніям зберігати стабільність, незважаючи на складну ситуацію в країні.

Одним із основних залишається питання безпеки та довіри з боку споживачів [11]. Хоча за останні роки спостерігається покращення в галузі кібербезпеки, побоювання щодо шахрайства та захисту персональних даних все ще є вагомими бар'єрами для багатьох українців при здійсненні онлайн-покупок. Для забезпечення стійкого розвитку платформ електронної комерції необхідно продовжувати інвестувати в інноваційні технології шифрування та вдосконалення систем виявлення шахрайських операцій.

Не менш важливою проблемою є регуляторна невизначеність [12]. Законодавча база для електронної комерції в Україні залишається недостатньо розвинутою, що створює певні перешкоди для бізнесу. Хоча спостерігаються зрушення в напрямі вдосконалення нормативно-правової бази для підтримки електронної комерції, ще залишаються значні прогалини в законодавстві, зокрема в питаннях захисту персональних даних, онлайн-платежів, прав споживачів, необхідності контролю за якістю товарів.

Іншим викликом є зростаюча конкуренція на ринку електронної комерції, де локальні та міжнародні гравці активно змагаються за частку ринку. Великі бренди створюють власні маркетплейси, що спричиняє конкуренцію з іншими проектами. На сьогодні частка маркетплейсів у сегменті електронної комерції в Україні становить 60% і продовжує зростати [13]. Одночасно з цим, українські споживачі активно користуються послугами міжнародних платформ, таких як Aliexpress та Amazon, що також впливає на розвиток внутрішнього ринку.

З урахуванням виявлених тенденцій доцільним є впровадження комплексу заходів, які сприятимуть розвитку електронної комерції в Україні.

Необхідним є формування чіткої та зрозумілої нормативно-правової бази для електронної комерції. Запровадження відповідного законодавства щодо захисту прав споживачів в онлайн-середовищі, охорони персональних даних та боротьби з шахрай-

ством сприятиме зниженню бар'єрів для потенційних покупців. Державні органи мають забезпечити гармонізацію національних норм з європейськими стандартами, а також створити спеціалізовані інституції для регулювання онлайн-торгівлі та вирішення спірних питань. На практиці це може включати створення електронних сервісів для оперативної реєстрації скарг споживачів, обов'язкову сертифікацію онлайн-продавців і маркетплейсів, а також запровадження механізмів контролю якості товарів, що продаються в мережі Інтернет.

Для посилення безпеки онлайн-платежів доцільно продовжити інтеграцію з розвиненими фінтех-сервісами, застосовувати технології блокчейну для прозорості транзакцій, розширювати використання багатофакторної аутентифікації та автоматизованих систем виявлення підозрілих операцій. З точки зору забезпечення кібербезпеки доцільно проводити регулярні аудити безпеки, навчати персонал ефективним практикам захисту даних та інвестувати в сучасні методи шифрування інформації.

Українським онлайн-платформам слід працювати над створенням впізнаваного бренду, активно використовувати маркетинг у соціальних мережах, налагоджувати співпрацю з локальними інфлюенсерами та залучати нові канали промоції. Такий підхід сприятиме підвищенню конкурентоспроможності, формуванню стабільної споживчої аудиторії та зміцненню позицій українських проектів на тлі діяльності великих міжнародних гравців.

Забезпечення сталого розвитку електронної комерції в Україні потребує постійного моніторингу тенденцій, аналізу найкращих міжнародних практик та адаптації інноваційних технологій. Поєднання інфраструктурних інвестицій, чіткого регулятивного середовища, клієнтоорієнтованих стратегій та підвищення стандартів безпеки і прозорості є ключем до посилення конкурентоспроможності вітчизняних онлайн-бізнесів, покращення загальної якості обслуговування та поступового перетворення електронної комерції на визначальний чинник економічного зростання України.

Висновки. Незважаючи на труднощі, зумовлені війною та економічною нестабільністю, ринок електронної комерції в Україні демонструє розвиток. Онлайн-торгівля стала важливим інструментом для забезпечення доступу до товарів та послуг завдяки стрімкому впровадженню інформаційних технологій. Серйозними бар'єрами на шляху розвитку галузі залишаються війна, економічні труднощі та правова невизначеність. Для подальшого розвитку електронної комерції в Україні необхідно вирішити низку інфраструктурних, правових та соціальних проблем, що дозволить цій сфері стати ключовим рушієм економіки країни в умовах цифрової трансформації.

Література

1. Заяць О., Капко Я. Сучасні тенденції розвитку електронної комерції. *Економіка та суспільство*. 2023. № 55. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-55-65>.
2. Баула О., Лютак О., Федішин В. Розвиток електронної комерції та її вплив на вітчизняне та міжнародне бізнес-середовище. *Економічний простір*. 2024. № 191. С. 285–289. <https://doi.org/10.32782/2224-6282/191-47>.
3. Лесько Н.В., Кіра С.О. Особливості розвитку ринку електронної комерції в Україні. *Юридичний науковий електронний журнал*. 2024. № 9. С. 241–243. <https://doi.org/10.32782/2524-0374/2024-9/55>.
4. Крилов Д.В. Розвиток електронної комерції в Україні в сучасних умовах. *Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління*. 2024. № 12. <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2024-12-03-02>.
5. Кубліцька О. Ринок електронної комерції в Україні: сучасний стан та тенденції повоєнного відновлення. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2023. № 3(35). С. 98–108. [https://doi.org/10.25140/2411-5215-2023-3\(35\)-98-108](https://doi.org/10.25140/2411-5215-2023-3(35)-98-108).
6. Стрілець В., Гаращенко Б., Соколовський В., Аржаннікова А. Сучасні тренди та перспективи інтернет-торгівлі як інструменту стратегічного розвитку підприємств в умовах глобалізації. *Підприємництво та інновації*. 2024. № 32. С. 239–245. <https://doi.org/10.32782/2415-3583/32.37>.
7. Шведа Н.М., Краузе О.І. Електронна комерція: сучасний стан та стратегії розвитку. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: «Економічні науки»*. 2024. № 2. <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2024-2-9639>.
8. Як український eCommerce пережив 2023. URL: <https://www.promodo.ua/yak-ukrayinskiy-ecommerce-pereziv-2023#Zmini-kliuchovikh-pokaznikiv-v-eCommerce> (дата звернення 20.12.2024).
9. Соха А. Як розвивається електронна комерція в Україні. URL: <https://sprava.prom.ua/yak-rozvyvayetsya-elektronna-komercziya-v-ukrayini/> (дата звернення 20.12.2024).
10. Шимкович В. 35 ключових показників і трендів ринку інтернет-продажів у 2024 році. URL: <https://sprava.prom.ua/35-trendiv-2024/> (дата звернення: 20.12.2024).
11. Коломієць Г.М., Москаленко М.О. Виклики зміцнення довіри в галузі е-комерції. *Бізнес Інформ*. 2024. № 8. С. 224–230. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2024-8-224-230>.
12. Волинець В.В. Виклики правового регулювання електронної комерції в контексті глобалізації цифрової економіки. *Науковий вісник Ужгородського Національного Університету. Серія ПРАВО*. 2024. № 84. С. 9–15. <https://doi.org/10.24144/2307-3322.2024.84.2.1>.
13. Тренди та виклики українського ринку eCommerce у 2024 році. URL: <https://uaateam.agency/blog/trendy-ta-vyklyku-ukrainskogo-rynku-ecommerce/> (дата звернення 20.12.2024).

References

1. Zayats O., Kapko Y. (2023). Suchasni tendentsii rozvytku elektronnoi komertsii [Analysis of global trends in e-commerce development]. *Ekonomika ta suspilstvo*, № 55. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-55-65> [in Ukrainian].
2. Baula O., Liutak O., Fedyshyn V. (2024). Rozvytok elektronnoi komertsii ta yii vplyv na vitchyzniane ta mizhnarodne biznes-seredovyshche [Development of electronic commerce and its impact on the domestic and international business environment]. *Ekonomichniy prostir*, № 191. pp. 285–289. <https://doi.org/10.32782/2224-6282/191-47> [in Ukrainian].
3. Lesko N. V., Kira S. O. (2024). Osoblyvosti rozvytku rynku elektronnoi komertsii v Ukraini [Features of the development of the electronic commerce market in Ukraine]. *Yurydychnyi naukovyi elektronnyi zhurnal*, № 9. pp. 241–243. <https://doi.org/10.32782/2524-0374/2024-9/55> [in Ukrainian].
4. Krylov D. V. (2024). Rozvytok elektronnoi komertsii v Ukraini v suchasnykh umovakh [Development of e-commerce in Ukraine in modern conditions]. *Problemy suchasnykh transformatsii. Serii: ekonomika ta upravlinnia*, № 12. <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2024-12-03-02> [in Ukrainian].
5. Kublitska O. (2023). Rynok elektronnoi komertsii v Ukraini: suchasnyi stan ta tendentsii povoiennoho vidnovlennia [Electronic commerce market in Ukraine: current state and trends of post-war recovery]. *Problemy i perspektyvy ekonomiky ta upravlinnia*, № 3(35). pp. 98–108. [https://doi.org/10.25140/2411-5215-2023-3\(35\)-98-108](https://doi.org/10.25140/2411-5215-2023-3(35)-98-108) [in Ukrainian].
6. Strilets V., Harashchenko B., Sokolovsky V., Arzhannikova A. (2024). Suchasni trendy ta perspektyvy internet-torhivli yak instrumentu stratehichnoho rozvytku pidpriemstv v umovakh hlobalizatsii [Modern trends and prospects of internet commerce as a tool for business development in the context of globalization of international economic relations]. *Pidpriemnytstvo ta innovatsii*, № 32. pp. 239–245. <https://doi.org/10.32782/2415-3583/32.37> [in Ukrainian].
7. Shveda N., Krause O. (2024). Elektronna komertsii: suchasnyi stan ta stratehii rozvytku [E-commerce: current state and development strategies]. *Mizhnarodnyi naukovyi zhurnal "Internauka". Serii: "Ekonomichni nauky"*, № 2. <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2024-2-9639> [in Ukrainian].
8. Iak ukrainskyi eCommerce Perezhyv 2023. URL: <https://www.promodo.ua/yak-ukrayinskiy-ecommerce-pereziv-2023#Zmini-kliuchovikh-pokaznikiv-v-eCommerce> [in Ukrainian].
9. Sokha A. Yak rozvyvaietsia elektronna komertsii v Ukraini. URL: <https://sprava.prom.ua/yak-rozvyvayetsya-elektronna-komercziya-v-ukrayini/> [in Ukrainian].