

УДК 004:339.3

**Пилипенко Вячеслав Валентинович**

*кандидат економічних наук, професор,  
професор кафедри економіки  
та підприємництва*

*Сумський національний аграрний  
університет*

ORCID: 0000-0001-5995-013X

**Клочко Тетяна Анатоліївна**

*кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри економіки  
та підприємництва*

*Сумський національний аграрний  
університет*

ORCID: 0000-0002-8942-0938

<https://doi.org/10.25313/3083-7782-2026-4-12>

## СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ

**Анотація.** Вступ. У статті досліджено сучасний стан, ключові тенденції та перспективи розвитку електронної торгівлі в Україні в умовах війни та майбутнього повоєнного відновлення. Актуальність теми зумовлена зростанням ролі електронної торгівлі як інструменту підтримки економічної активності, забезпечення безперервності торговельних операцій, розширення ринків збуту та адаптації бізнесу до кризових умов функціонування.

Мета статті. Метою статті є аналіз сучасного стану та оцінка перспектив розвитку електронної торгівлі в Україні в умовах війни та майбутнього повоєнного відновлення.

Матеріали і методи. Методологічну основу дослідження становлять загальнонаукові методи аналізу та логічного узагальнення, а інформаційну базу – праці вітчизняних і зарубіжних науковців, присвячені проблемам цифровізації торгівлі, логістики, платіжної інфраструктури, кібербезпеки та регуляторного забезпечення електронної комерції

Результати. У результаті дослідження встановлено, що електронна торгівля в Україні характеризується стійкою адаптивністю до кризових умов та зберігає потенціал подальшого розвитку. Визначено, що основними чинниками її зростання є поширення інтернет-технологій, розвиток мобільної комерції, цифровізація бізнес-процесів, удосконалення платіжної інфраструктури та зміна споживчої поведінки. Обґрунтовано, що стримувальними факторами розвитку залишаються логістичні обмеження, нерівномірний доступ до цифрової інфраструктури, проблеми нормативно-правового регулювання, кіберризиків та недостатня емпірична оцінка ефективності окремих цифрових і регуляторних рішень.

Доведено, що подальший розвиток електронної торгівлі в Україні пов'язаний із розширенням цифрової інфраструктури, розвитком фулфілмент-сервісів, впровадженням сучасних цифрових систем управління, інтеграцією інструментів open banking та посиленням кіберзахисту електронних транзакцій і торговельних платформ.

Практичне значення одержаних результатів полягає у можливості їх використання для вдосконалення державної політики у сфері регулювання електронної торгівлі, розвитку цифрового підприємництва та формування стратегій повоєнного відновлення торговельної інфраструктури України

Перспективи. Перспективи подальших досліджень полягають у поглибленому вивченні впливу цифрових інструментів, логістичних рішень, платіжних інновацій та механізмів кіберзахисту на фінансові й операційні показники підприємств електронної торгівлі, а також у розробленні практичних рекомендацій для державної політики щодо гармонізації регулювання з європейськими стандартами та стимулювання повоєнного відновлення цифрового підприємництва

**Ключові слова:** електронна торгівля, електронна комерція, цифровізація, логістика, фулфілмент, open banking, кібербезпека, цифрова інфраструктура.



Copyright © The Author(s).

This is an open access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License 4.0 (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

**Постановка проблеми.** У сучасних умовах цифровізації економіки електронна торгівля стає одним із ключових напрямів трансформації торговельної діяльності. Вона забезпечує розширення ринків збуту, зниження трансакційних витрат та підвищення доступності товарів і послуг для споживачів. Саме тому проблематика розвитку електронної торгівлі активно досліджується як у світовій, так і в українській економічній науці.

Особливої актуальності розвиток електронної торгівлі в Україні набуває в умовах війни із росією та поширення глобальної геополітичної нестабільності.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** В останні роки в науковій літературі з'явилося чимало публікацій, присвячених проблемам розвитку електронної торгівлі в Україні. Зокрема Д. Баскаков та О. Андрющенко [3] аналізують концепції, адаптаційні моделі E-commerce та маркетингові моделі та наводять структурні описи ринку та бізнес-моделей. Н. Литвин та ін. [17] роблять фокус на кризових/воєнних умовах, логістичних розривах, змінах споживчої поведінки та потребі у моделях відновлення. Питання логістики та стійкості ланцюгів постачання розглядаються в працях Є. Бублик та ін. [13] та О. Кукоба, М. Хмелюк [10]. Значна увага приділяється регулюванню, фіскалізації та податковому адмініструванню в дослідженнях О. Г. Боднарчук та О. І. Боднарчук [4], В. Адамика та А. Поріцької [1], К. Єфремової та Є. Климчук [7]. Т. Капелюшна та ін. [15], Ю. Коваль [9] свою увагу зосереджують на проблемах кібербезпеки і «цифрової довіри». Розвитку платежів та open banking присвячені дослідження І. Іпполітової [8], К. Єфремової та Є. Климчук [7], Ю. Коваль [9]. Аналіз використання ERP, CRM, хмарних сервісів, AI та Big Data як «внутрішньої цифровізації» торгівлі проведений М. Шаренко та К. Добруновою [12], С. Бреус та А. Іваненко [5], С. Бай та В. Єлісєєвим [2]. Особливу увагу М. Pchuk, А. Kyrychenko, М. Vodnitskyi [14] приділяють впливу воєнних умов на розвиток електронної торгівлі.

Значні зміни, які відбуваються сьогодні в світі та в Україні вимагають подальшого моніторингу та аналізу тенденцій, що сформувалися в умовах війни, що й визначає мету даного дослідження.

**Мета статті.** Аналіз стану та оцінка перспектив розвитку електронної торгівлі в Україні в умовах війни та майбутнього повоєнного відновлення.

**Матеріали і методи.** Дослідження проведено на основі публікацій вітчизняних та зарубіжних науковців з використанням таких методів дослідження, як аналіз (при оцінці стану розвитку електронної торгівлі) та логічне узагальнення (при формулюванні висновків та оцінці подальших перспектив).

**Виклад основного матеріалу.** Значна кількість наукових праць присвячена аналізу розвитку електронної торгівлі в Україні. У роботах українських дослідників розглядаються інституційні, технологічні та економічні фактори формування цифрового торговельного середовища. Так, у дослідженні розвитку електронної комерції в умовах воєнного та післявоєнного періодів підкреслюється, що електронна торгівля є важливим інструментом підтримки економічної активності, особливо в умовах кризових явищ та обмежень традиційних каналів продажу. Автори наголошують, що розширення онлайн-каналів збуту дозволяє підприємствам швидше адаптуватися до змін економічного середовища та забезпечувати безперервність торговельних операцій [16; 17].

Дослідники також зазначають, що розвиток електронної торгівлі в Україні значною мірою стимулюється глобальними тенденціями цифровізації, зростанням проникнення інтернету та поширенням смартфонів. Зокрема, збільшення кількості інтернет-користувачів і розвиток мобільної комерції створюють нові можливості для онлайн-торгівлі та розширення електронних торговельних платформ [3; 6; 8].

У науковій літературі значна увага приділяється впливу пандемії COVID-19 на розвиток електронної торгівлі. Дослідження показують, що пандемія стала потужним каталізатором переходу бізнесу до онлайн-формату, сприяючи зростанню обсягів електронної торгівлі у більшості країн світу. Подібні тенденції спостерігалися і в Україні, де значна частина підприємств почала активно використовувати цифрові канали продажу [3; 8].

Наукові дослідження акцентують увагу на ключових драйверах розвитку електронної торгівлі в Україні. До них належать підвищення рівня цифрової грамотності населення, розвиток платіжних систем, удосконалення логістичних послуг та зростання довіри споживачів до онлайн-покупок. Водночас серед основних бар'єрів розвитку дослідники виділяють недостатній рівень регуляторного забезпечення, проблеми кібербезпеки та нерівномірний доступ до цифрової інфраструктури [6; 10; 12].

У багатьох наукових працях також розглядаються перспективи подальшого розвитку електронної торгівлі в Україні. Зокрема, дослідники прогнозують подальше зростання ринку онлайн-торгівлі, що буде зумовлено розширенням цифрової інфраструктури, інтеграцією України до європейського цифрового ринку та розвитком інноваційних технологій у сфері електронної комерції [1; 4]. Важливим напрямом є гармонізація нормативно-правової бази України з європейськими стандартами електронної торгівлі та створення сприятливих умов для розвитку цифрового підприємництва [7; 9; 11].

Аналізуючи ситуацію з розвитком е-торгівлі, можна констатувати, що автори добре описують, що відбувається (тренди, бар'єри, нормативні потреби), але гірше «знають, що працює» (каузальні ефекти кон-

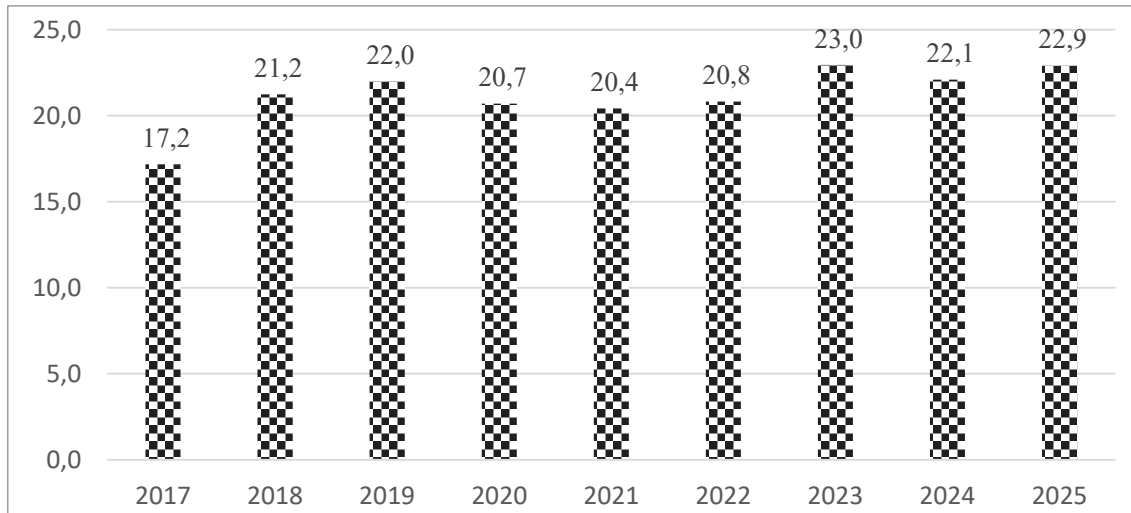


Рис. 1. Рівень проникнення електронної комерції в Україні, %

Джерело: побудовано за даними [18]

кретних інтервенцій, технологій чи регуляції). Це стосується праць, присвячених проблемам регуляції та удосконалення систем платежів, де домінують кореляційні та описові підходи [6; 8], а також у e-commerce, де моделі й прогнози сильно залежать від вторинних даних та сценаріїв війни [14; 17].

Водночас вітчизняні науковці наголошують, що український ринок електронної торгівлі перебуває на стадії активного формування та має значний потенціал розвитку. На рисунку 1 наведено динаміку рівня проникнення електронної комерції в Україні у 2017–2025 роках.

Важливо зазначити, що темпи зростання проникнення електронної комерції не є лінійними, що свідчить про вплив зовнішніх шоків та нерівномірність цифрової трансформації економіки. Коливання у 2020–2022

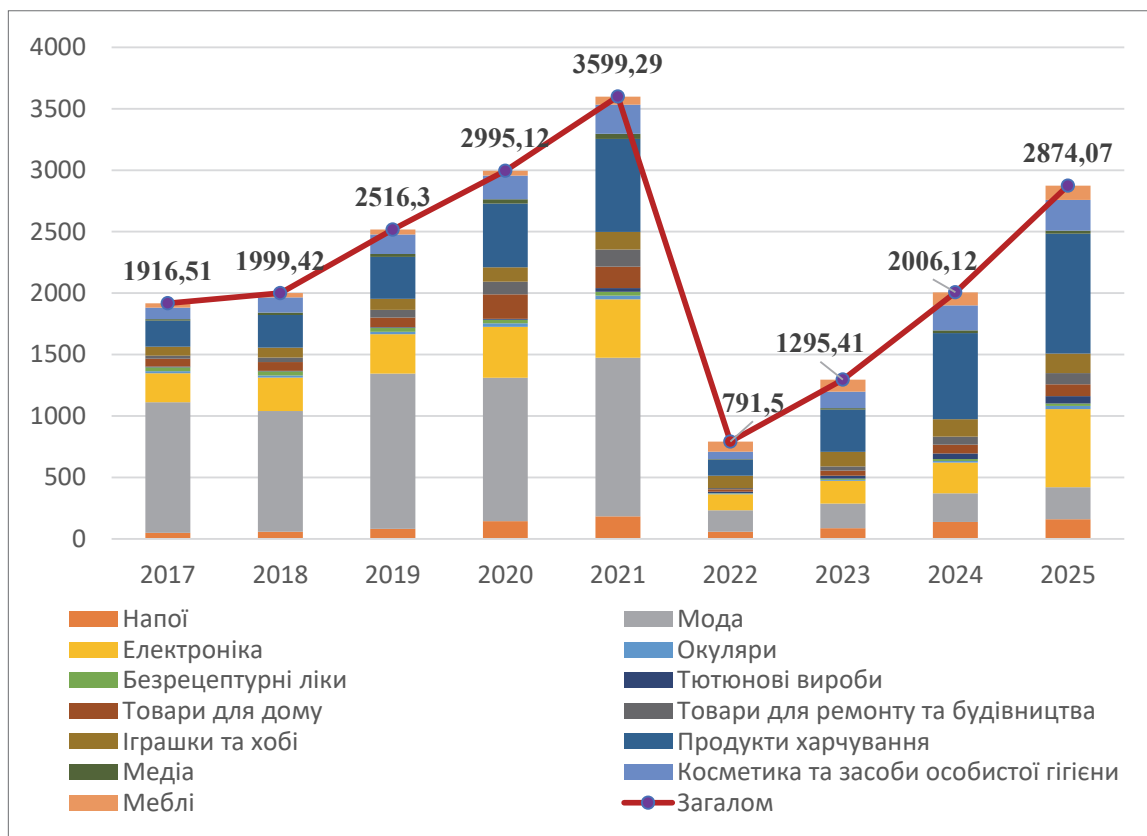


Рис. 2. Динаміка обсягів е-торгівлі в Україні, млн. \$ США

Джерело: побудовано за даними [18]

рр. відображають комбінований вплив пандемії COVID-19 та військових подій, що змінювали як попит, так і пропозицію на ринку.

Дані свідчать про загальне зростання показника з 17,2% у 2017 році до 22,9% у 2025 році, (хоча в окремі роки спостерігалися незначні коливання), що підтверджує тенденцію до поширення онлайн-торгівлі в Україні.

Попри високі темпи зростання, частка ринку електронної торгівлі у структурі роздрібною торгівлі поки що залишається нижчою, ніж у більшості європейських країн. Це пояснюється низкою факторів, зокрема обмеженим рівнем доходів населення, недостатнім розвитком платіжної інфраструктури та логістичних сервісів.

З одного боку, воєнні дії спричинили значні логістичні та економічні труднощі, зниження доходів населення та скорочення купівельної спроможності. З іншого боку, вони стимулювали активнішу цифровізацію бізнесу та розширення онлайн-каналів продажу, що дозволило частково компенсувати втрати традиційної торгівлі (рис. 2).

Структурний аналіз показує, що після різкого падіння у 2022 році відновлення відбувається за рахунок найбільш цифровізованих сегментів (електроніка, продукти, товари першої необхідності), що підтверджує гіпотезу про прискорену адаптацію бізнесу до кризових умов.

Різке падіння обсяг продаж у 2022 році було зумовлено початком повномасштабної агресії росії, але вже з 2023 року знову спостерігається чітка тенденція стійкого росту, що свідчить про адаптацію як продавців, так і споживачів до умов війни.

Незважаючи на війну та ускладнення логістики, прибутковість е-торгівлі в останні роки зростає (рис. 3).

Зростання показника рентабельності після 2022 року може свідчити не лише про відновлення попиту, але й про оптимізацію бізнес-процесів, скорочення витрат та перехід до більш ефективних цифрових моделей управління.

Узагальнення наявних статистичних даних дозволяє зробити висновок про наявність позитивної залежності між рівнем проникнення інтернету, поширенням безготівкових платежів та обсягами електронної торгівлі.

У 2022–2024 рр. спостерігається відновлення ринку електронної торгівлі паралельно зі зростанням частки cashless-операцій та цифрових платіжних сервісів, що свідчить про структурну трансформацію споживчої поведінки. Різке падіння у 2022 році підтверджує високу чутливість електронної торгівлі до шоків пропозиції (логістика, безпека) та попиту (доходи населення). Це дозволяє інтерпретувати розвиток електронної торгівлі як функцію не лише цифровізації, а й інституційної та безпекової стабільності.

З метою поглиблення аналітичного обґрунтування отриманих результатів в дослідженні проведено економетричне моделювання факторів розвитку електронної торгівлі в Україні. Інформаційну базу аналізу становили статистичні дані щодо обсягів електронної торгівлі, кількості користувачів електронної комерції, рівня проникнення e-commerce, а також показників участі підприємств у електронній торгівлі за 2017–2025 рр. (табл. 1). З урахуванням специфіки досліджуваного періоду, зокрема наявності структурного зламу, пов'язаного з повномасштабною війною, було сформовано багатфакторну регресійну модель, у якій залежною змінною виступає обсяг електронної торгівлі, а пояснювальними змінними — кількість

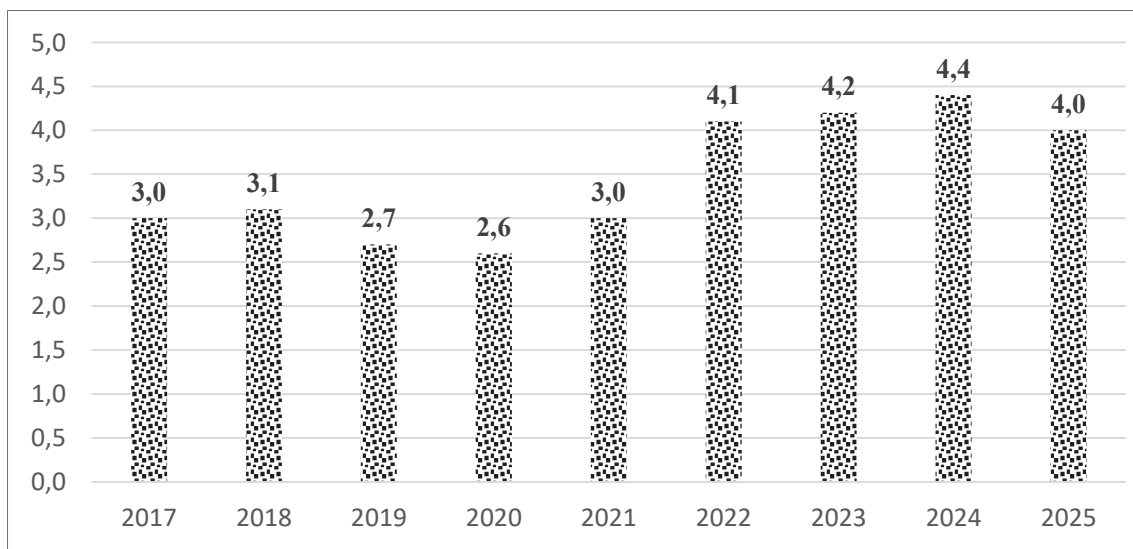


Рис. 3. Динаміка коефіцієнту дохідності від інвестицій в е-торгівлю, %

Джерело: побудовано за даними [18]

користувачів електронної комерції, рівень проникнення електронної торгівлі та dummy-змінна воєнного періоду:

$$Et = \beta_0 + \beta_1 Users_t + \beta_2 Penetration_t + \beta_3 War_t + \varepsilon_t$$

де  $Et$  — обсяг електронної торгівлі, млн. дол. США;

$Users_t$  — кількість користувачів електронної комерції, млн. осіб;

$Penetration_t$  — рівень проникнення електронної торгівлі, %;

$War_t$  — бінарна змінна, що відображає вплив воєнного періоду (0 — до 2022 р., 1 — з 2022 р.);

$\varepsilon_t$  — випадкова похибка моделі.

За результатами оцінювання параметрів моделі методом найменших квадратів отримано таке рівняння регресії:

$$Et = 2725,35 + 1248,23Users_t - 388,50Penetration_t - 2266,74War_t + \varepsilon_t$$

Таблиця 1

**Вихідні дані для економетричного аналізу розвитку електронної торгівлі в Україні за 2017–2025 рр.**

Рік	Е (обсяг електронної торгівлі, млн. дол. США)	Users (кількість користувачів e-commerce, млн. осіб)	Penetration (рівень проникнення e-commerce, %)	War
2017	1916,51	4,52	17,2	0
2018	1999,42	5,91	21,2	0
2019	2516,30	6,82	22,0	0
2020	2995,12	6,82	20,7	0
2021	3599,29	7,04	20,4	0
2022	791,50	7,07	20,8	1
2023	1295,41	7,76	23,0	1
2024	2006,12	8,22	22,1	1
2025	2874,07	8,70	22,9	1

Джерело: складено авторами на основі узагальнення статистичних даних

Отримане рівняння дозволяє кількісно оцінити вплив ключових факторів на розвиток електронної торгівлі в Україні. Найбільш вагомий позитивний вплив на розвиток електронної торгівлі має кількість користувачів електронної комерції. Збільшення кількості користувачів електронної комерції на 1 млн. осіб супроводжується зростанням обсягу електронної торгівлі в середньому на 1248,23 млн. дол. США, що свідчить про визначальну роль попиту у формуванні ринку. Водночас підвищення рівня проникнення електронної торгівлі на 1% асоціюється зі зменшенням обсягу ринку, що пояснюється ефектом мультиколінеарності та структурним зломом у 2022 році. Змінна воєнного періоду має негативний вплив: у середньому воєнний шок знижує обсяг електронної торгівлі на 2266,74 млн. дол. США за інших рівних умов. Це свідчить про високий рівень чутливості ринку до макроекономічних та інституційних шоків, зокрема порушень логістичних ланцюгів, зниження доходів населення та загальної економічної нестабільності. Отриманий негативний знак коефіцієнта при змінній рівня проникнення електронної торгівлі пояснюється особливостями короткої часової вибірки та впливом структурного розриву у 2022 році, що призводить до часткової мультиколінеарності факторів та викривлення оцінок у короткостроковому періоді.

Результати оцінювання параметрів моделі свідчать про її високу пояснювальну здатність: коефіцієнт детермінації становить  $R^2 = 0,911$ , що означає пояснення понад 91% варіації обсягу електронної торгівлі включеними до моделі факторами.

З метою перевірки стійкості отриманих результатів було побудовано спрощену регресійну модель, що враховує лише ключові фактори попиту та воєнного впливу:

$$Et = \beta_0 + \beta_1 Users_t + \beta_2 War_t + \varepsilon_t$$

За результатами оцінювання параметрів спрощеної моделі методом найменших квадратів отримано таке рівняння регресії:

$$Et = -1877,58 + 720,49Users_t - 2099,56War_t + \varepsilon_t$$

Отримане рівняння підтверджує збереження економічного змісту основних факторів навіть після спрощення моделі. Збільшення кількості користувачів електронної комерції на 1 млн. осіб супроводжується зростанням обсягу електронної торгівлі в середньому на 720,49 млн. дол. США. Воєнний період має статистично значущий негативний вплив: за інших рівних умов обсяг електронної торгівлі зменшується приблизно на 2099,56 млн. дол. США. Порівняно з базовою моделлю, коефіцієнти зберігають очікувані знаки та економічний зміст, що свідчить про стійкість отриманих результатів.

Результати оцінювання цієї моделі також підтвердили статистичну значущість обраних факторів та збереження їх економічного змісту. Коефіцієнт детермінації становить  $R^2=0,767$ , що свідчить про достатньо високий рівень пояснення варіації залежної змінної навіть у спрощеній специфікації.

Таким чином, результати економетричного аналізу дозволяють зробити висновок, що розвиток електронної торгівлі в Україні має мультифакторний характер і визначається одночасним впливом попиту (зростання кількості користувачів), пропозиції (розширення участі підприємств) та зовнішніх шоків (воєнні дії). При цьому електронна торгівля демонструє високу адаптивність до кризових умов, що проявляється у відновленні динаміки після різкого падіння у 2022 році. Слід враховувати, що результати моделювання мають інтерпретуватися з урахуванням обмеженого обсягу часової вибірки та наявності структурних зрушень, що можуть впливати на точність оцінок параметрів.

Результати проведеного економетричного аналізу свідчать про те, що ключовим драйвером розвитку електронної торгівлі в Україні є розширення кількості користувачів електронної комерції. У зв'язку з цим доцільним є спрямування державної політики на стимулювання цифрової інклюзії населення, зокрема через розвиток цифрової інфраструктури, підвищення рівня цифрової грамотності та розширення доступу до інтернету.

Значущий негативний вплив воєнного фактора обумовлює необхідність посилення стійкості електронної торгівлі до кризових умов. Це передбачає розвиток альтернативних логістичних маршрутів, підтримку електронного бізнесу та стимулювання використання цифрових каналів продажу в умовах нестабільності.

У цьому контексті доцільно виокремити ключові напрями підвищення ефективності розвитку електронної торгівлі в Україні. Зокрема, з боку попиту пріоритетним є стимулювання зростання кількості користувачів електронної комерції через підвищення рівня цифрової грамотності населення, розширення доступу до інтернету та підвищення довіри до онлайн-транзакцій. З боку пропозиції важливим є розширення участі підприємств у електронній торгівлі, насамперед малого та середнього бізнесу, шляхом спрощення доступу до цифрових платформ, розвитку інфраструктури електронних платежів та впровадження сучасних цифрових рішень у бізнес-процеси. Особливу увагу слід приділити підвищенню стійкості електронної торгівлі до кризових та воєнних шоків. Це передбачає розвиток альтернативних логістичних каналів, підтримку електронного бізнесу в умовах нестабільності та забезпечення безперервності цифрових сервісів.

Узагальнення результатів економетричного аналізу дозволило сформулювати системний підхід до визначення пріоритетних напрямів розвитку електронної торгівлі в Україні, які структуровано за рівнями реалізації та подано на рисунку 4.

Основними драйверами розвитку є цифровізація економіки, поширення інтернет-технологій, зміна споживчої поведінки та інтеграція України у світову цифрову економіку. Водночас подальший розвиток електронної торгівлі потребує вдосконалення цифрової інфраструктури, логістичних сервісів та нормативно-правового регулювання. Представлена структура відображає взаємозв'язок між ключовими драйверами

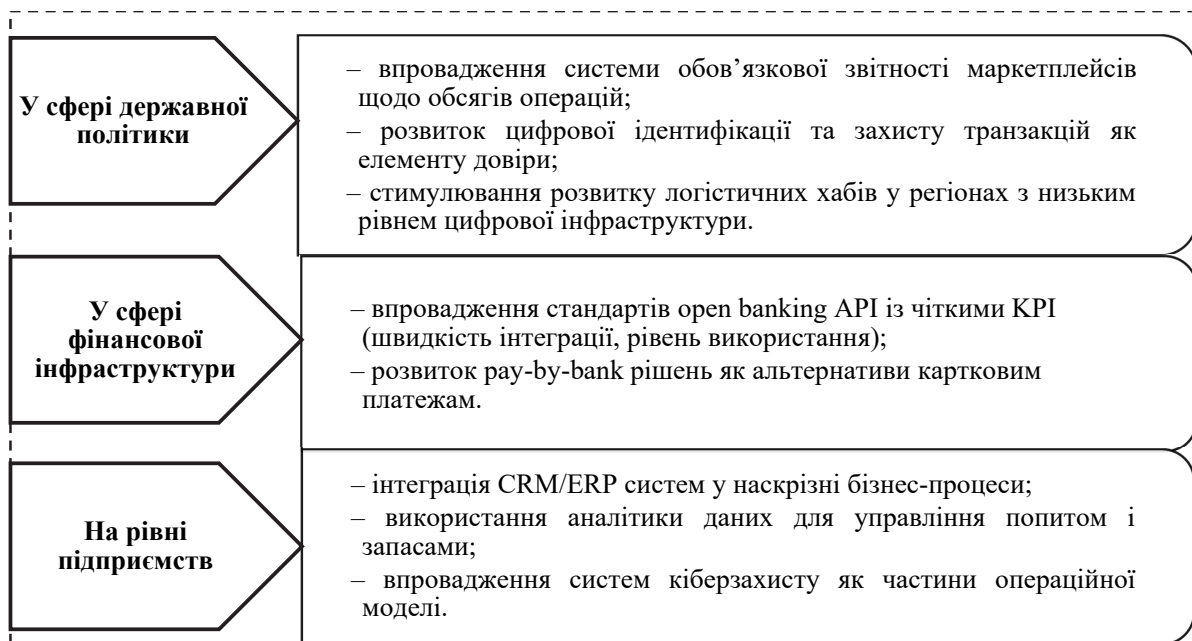


Рис. 4. Пріоритетні напрями розвитку електронної торгівлі в Україні за рівнями реалізації

Джерело: побудовано авторами

розвитку електронної торгівлі та інструментами їх реалізації. На рівні державної політики визначальними є формування інституційного середовища, забезпечення прозорості ринку та розвиток базової цифрової і логістичної інфраструктури. На рівні фінансової інфраструктури акцент зроблено на впровадженні інноваційних платіжних рішень, стандартизації відкритих фінансових сервісів та підвищенні ефективності фінансових транзакцій. На рівні підприємств ключовими напрямками виступають цифрова трансформація бізнес-процесів, інтеграція інформаційних систем, використання аналітики даних та забезпечення кібербезпеки. Така багаторівнева взаємодія створює передумови для підвищення ефективності функціонування електронної торгівлі та її стійкості до зовнішніх викликів.

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** Отже, результати проведеного дослідження дозволяють зробити висновок, що електронна торгівля в Україні демонструє високий потенціал розвитку, незважаючи на суттєві виклики, пов'язані з воєнним станом та загальною економічною нестабільністю. Динаміка основних показників свідчить про стійкість ринку та його здатність до адаптації в умовах кризових шоків.

Проведений економетричний аналіз підтвердив, що ключовими детермінантами розвитку електронної торгівлі є кількість користувачів електронної комерції та вплив воєнного фактору. Зокрема, зростання кількості користувачів має статистично значущий позитивний вплив на обсяги ринку, тоді як воєнний період зумовлює їх скорочення у короткостроковій перспективі. Високе значення коефіцієнта детермінації свідчить про достатню пояснювальну здатність побудованих моделей. Додаткове оцінювання спрощеної моделі підтвердило стійкість отриманих результатів, що дозволяє зробити висновок про надійність визначених факторів впливу. Таким чином, розвиток електронної торгівлі має мультифакторний характер та залежить від взаємодії попиту, пропозиції та зовнішніх шоків.

На основі отриманих результатів обґрунтовано ключові напрями розвитку електронної торгівлі, що охоплюють державну політику, фінансову інфраструктуру та рівень підприємств. Їх реалізація сприятиме підвищенню ефективності функціонування ринку, розширенню цифрової участі бізнесу та населення, а також зміцненню стійкості електронної торгівлі до кризових впливів.

*Перспективи подальших досліджень* полягають у розширенні інформаційної бази аналізу, застосуванні більш складних економетричних підходів, а також у поглибленні аналізу поведінкових та інституційних факторів розвитку електронної торгівлі в умовах післявоєнного відновлення економіки.

### **ДОДАТКОВА ІНФОРМАЦІЯ**

**ВНЕСОК АВТОРІВ:** Усі автори зробили внесок порівну.

**ФІНАНСУВАННЯ:** Автори не отримували фінансування для цього дослідження.

**ЗАЯВА ПРО ДОСТУПНІСТЬ ДАНИХ:** Не застосовується.

**КОНФЛІКТ ІНТЕРЕСІВ:** Автори заявляють про відсутність конфлікту інтересів.

### **Література**

1. Адамик В., Поріцька А. Міжнародні та вітчизняні ініціативи з регулювання електронної торгівлі. *Вісник економіки*. 2021. Вип. 2. С. 66–79. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vtneq\\_2021\\_2\\_7](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vtneq_2021_2_7) (дата звернення: 15.01.2026).
2. Бай С., Єлісєєв В. Цифровізація у забезпеченні стійкості торговельних підприємств. *Scientia fructuosa*. 2025. 162,4 (Ver 2025). С. 38–54. DOI: [https://doi.org/10.31617/1.2025\(162\)03](https://doi.org/10.31617/1.2025(162)03)
3. Баскаков Д., Андрющенко О. Цифровізація торговельного підприємництва: виклики та можливості для України. *Сталий розвиток економіки*. 2025. № 6 (57). DOI: <https://doi.org/10.32782/2308-1988/2025-57-42>
4. Боднарчук О.Г., Боднарчук О.І. Інтернет торгівля в Україні: суперечності розвитку та напрями модернізації. *Актуальні проблеми вітчизняної юриспруденції*. 2018. № 1. С. 101–103. URL: <https://ir.dpu.edu.ua/entities/publication/5ae0d79-4793-4b0a-875f-3466d6f5ab16/full> (дата звернення: 17.02.2026).
5. Бреус С., Іваненко А. Інформаційні системи у торгівлі в умовах цифрової трансформації: виклики, ризики та потенціал зростання. *Економіка та суспільство*. 2025. (75). DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-75-46>
6. Дзюблюк О., Луців Б., Чайковський Я. Сучасний розвиток ринку платіжних карток у цифровій економіці. *Financial and Credit Activity: Problems of Theory and Practice*. 2022. 6(47). С. 51–64. DOI: <https://doi.org/10.55643/fcaptr.6.47.2022.3894>
7. Єфремова К., Климчук Є. Податковий контроль у сфері електронної комерції в Україні та ЄС. *Право та інновації*. 2024. № 4 (48). DOI: [https://doi.org/10.37772/2518-1718-2024-4\(48\)-2](https://doi.org/10.37772/2518-1718-2024-4(48)-2)
8. Іпполітова І. Перспективи розвитку електронної торгівлі в Україні в умовах цифровізації економіки. *Економіка та суспільство*. 2023. (47). DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-47-18>

9. Коваль Ю. Запровадження відкритого банкінгу в Україні: порівняльно-правовий аналіз із законодавством ЄС. *Науковий вісник Ужгородського національного університету (серія «Право»)*. 2025. DOI: <https://doi.org/10.24144/2307-3322.2025.90.5.20>
10. Кукоба О., Хмелюк М. Надважливість розвитку фулфілмент-сервісу в Україні. *Економіка та суспільство*. 2024. (63). DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-63-82>
11. Товкун Л. В., Перепелиця М. О. Правове регулювання електронної комерції та особливості її оподаткування в Україні та світі. *Юридичний науковий електронний журнал*. 2022. № 3. С. 178–182. URL: <https://dspace.nlu.edu.ua/jspui/handle/123456789/19367> (дата звернення: 11.02.2026).
12. Шаренко М., Добрунова К. Open banking в Україні: потенціал розвитку та переваги для споживачів. *Аналітично-порівняльне правознавство*. 2025. № 01. DOI: <https://doi.org/10.24144/2788-6018.2025.01.92>
13. Bublyk Y., Shapoval Y., Shpanel-Yukhta O., Brus S. Effect of financial access on cashless economy: the case of Ukraine. *Banks and Bank Systems*. 2023. 18(1). P. 91–102. DOI: [https://doi.org/10.21511/bbs.18\(1\).2023.08](https://doi.org/10.21511/bbs.18(1).2023.08)
14. Ilchuk M. M., Kyrychenko A. V., Vodnitskyi M. V. Development of e-commerce in ukraine in the war and post-war conditions. *Science and Innovation*. 2023. 19(3). P. 3–14. DOI: <https://doi.org/10.15407/scine.19.03.003>
15. Kapeliushna T., Goloborodko A., Nesterenko S., Bezhenar I., Matviichuk B. Analysis of digitalization changes and their impact on enterprise security management under uncertainty. *Naukovyi Visnyk Natsionalnoho Hirnychoho Universytetu*. 2023. № 4. DOI: <https://doi.org/10.33271/nvngu/2023-4/150>
16. Kharsun, L., Kavun-Moshkovska, O., Kotova, M., Nechyporuk, A. Adaptation of risk management in the supply chains of e-commerce enterprises under the conditions of political instability. *Eastern-European Journal of Enterprise Technologies*. 2022. 5(13 (119)). P. 6–20. DOI: <https://doi.org/10.15587/1729-4061.2022.265649>
17. Lytvyn N., Boreyko N., Artemenko O., Subina T., Sliusarenko S. Ee-commerce in Ukraine: taxation challenges and global trends. *Journal of International Legal Communication*. 2023. 11(4). P. 89–105. DOI: <https://doi.org/10.32612/uw.27201643.2023.11.4>
18. eCommerce — Ukraine. *Statista*. URL: <https://www.statista.com/outlook/emo/ecommerce/ukraine> (дата звернення: 11.02.2026).

## References

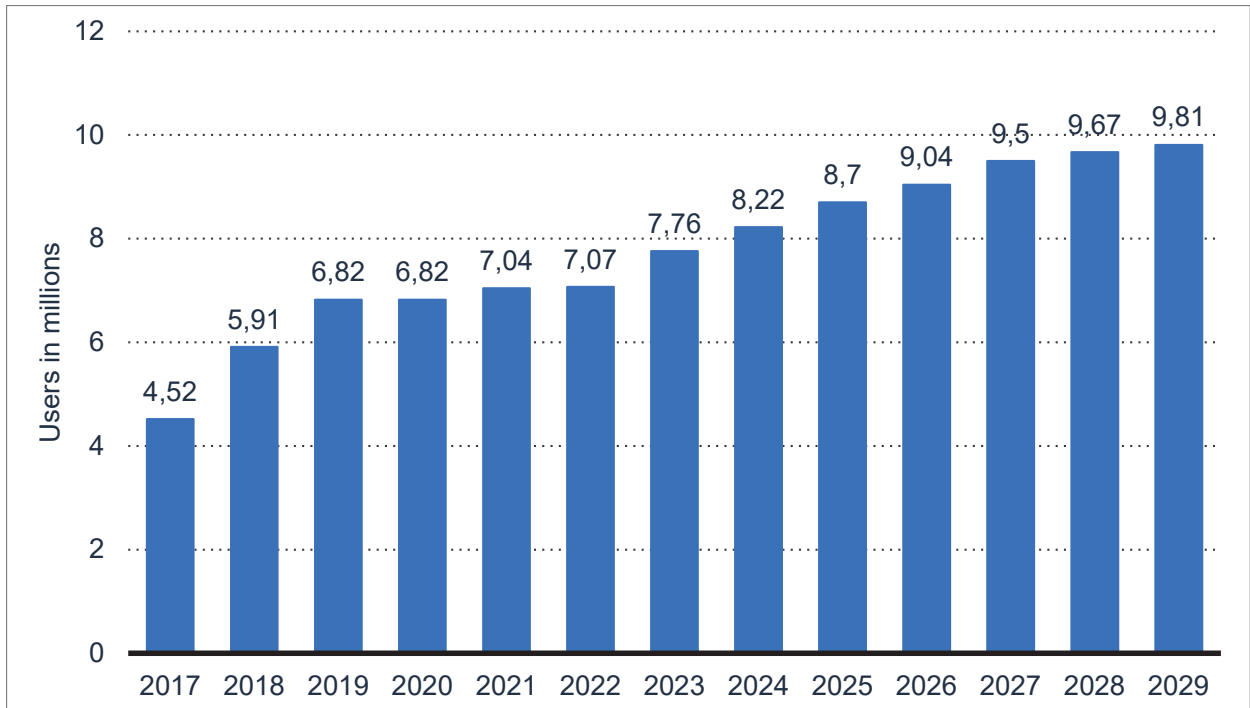
1. Adamyk, V., & Poritska, A. (2021). Mizhnarodni ta vitchyzniani initsiatyvy z rehulivannia elektronnoi torhivli [International and domestic initiatives for regulating e-commerce]. *Visnyk ekonomiky*, (2), 66–79. Retrieved from [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vtneu\\_2021\\_2\\_7](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vtneu_2021_2_7) [in Ukrainian].
2. Bai, S., & Yeliseiev, V. (2025). Tsyfrovizatsiia u zabezpechenni stiiokosti torhovelnnykh pidpriemstv [Digitalization in ensuring the resilience of trade enterprises]. *Scientia fructuosa*, 162(4), 38–54. [https://doi.org/10.31617/1.2025\(162\)03](https://doi.org/10.31617/1.2025(162)03) [in Ukrainian].
3. Baskakov, D., & Andriushchenko, O. (2025). Tsyfrovizatsiia torhovelnnoho pidpriemnytstva: vyklyky ta mozhlyvosti dlia Ukrainy [Digitalization of trade entrepreneurship: challenges and opportunities for Ukraine]. *Stalyi rozvytok ekonomiky*, (6(57)). <https://doi.org/10.32782/2308-1988/2025-57-42> [in Ukrainian].
4. Bodnarchuk, O. H., & Bodnarchuk, O. I. (2018). Internet torhivlia v Ukraini: superechnosti rozvytku ta napriamy modernizatsii [Internet trade in Ukraine: contradictions of development and directions of modernization]. *Aktualni problemy vitchyznianoï yurysprudentsii*, (1), 101–103. Retrieved from <https://ir.dpu.edu.ua/entities/publication/5ae0d793-4793-4b0a-875f-3466d6f5ab16/full> [in Ukrainian].
5. Breus, S., & Ivanenko, A. (2025). Informatysiini systemy u torhivli v umovakh tsyvrovoi transformatsii: vyklyky, ryzyky ta potentsial zrostannia [Information systems in trade under digital transformation: challenges, risks and growth potential]. *Ekonomika ta suspilstvo*, (75). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-75-46> [in Ukrainian].
6. Dziubliuk, O., Lutsiv, B., & Chaikovskiy, Ya. (2022). Suchasnyi rozvytok rynku platizhnykh kartok u tsyvrovii ekonomitsi [Modern development of the payment card market in the digital economy]. *Financial and Credit Activity: Problems of Theory and Practice*, 6(47), 51–64. <https://doi.org/10.55643/fcaptop.6.47.2022.3894> [in Ukrainian].
7. Iefremova, K., & Klymchuk, Ye. (2024). Podatkovyi kontrol u sferi elektronnoi komertsii v Ukraini ta EU [Tax control in the field of e-commerce in Ukraine and the EU]. *Pravo ta innovatsii*, 4(48). [https://doi.org/10.37772/2518-1718-2024-4\(48\)-2](https://doi.org/10.37772/2518-1718-2024-4(48)-2) [in Ukrainian].
8. Ippolitova, I. (2023). Perspektyvy rozvytku elektronnoi torhivli v Ukraini v umovakh tsyvrovizatsii ekonomiky [Prospects for the development of e-commerce in Ukraine under digitalization of the economy]. *Ekonomika ta suspilstvo*, (47). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-47-18> [in Ukrainian].
9. Koval, Yu. (2025). Zaprovadzhennia vidkrytoho bankinhu v Ukraini: porivnialno-pravovyi analiz iz zakonodavstvom EU [Introduction of open banking in Ukraine: comparative legal analysis with EU legislation]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu (Serii «Pravo»)*. <https://doi.org/10.24144/2307-3322.2025.90.5.20> [in Ukrainian].
10. Kukoba, O., & Khmeliuk, M. (2024). Nadvazhlyvist rozvytku fulfilment-servisv v Ukraini [The importance of fulfilment service development in Ukraine]. *Ekonomika ta suspilstvo*, (63). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-63-82> [in Ukrainian].

11. Tovkun, L. V., & Perepelytsia, M. O. (2022). Pravove rehuliuвання elektronnoi komertsii ta osoblyvosti yii opodatkovannia v Ukraini ta sviti [Legal regulation of e-commerce and peculiarities of its taxation in Ukraine and the world]. *Yurydychnyi naukovi elektronnyi zhurnal*, (3), 178–182. Retrieved from <https://dspace.nlu.edu.ua/jspui/handle/123456789/19367> [in Ukrainian].
12. Sharenko, M., & Dobrunova, K. (2025). Open banking v Ukraini: potentsial rozvytku ta perevahy dlia spozhyvachiv [Open banking in Ukraine: development potential and benefits for consumers]. *Analitichno-porivnialne pravoznavstvo*, (1). <https://doi.org/10.24144/2788-6018.2025.01.92> [in Ukrainian].
13. Bublyk, Y., Shapoval, Y., Shpanel-Yukhta, O., & Brus, S. (2023). Effect of financial access on cashless economy: The case of Ukraine. *Banks and Bank Systems*, 18(1), 91–102. [https://doi.org/10.21511/bbs.18\(1\).2023.08](https://doi.org/10.21511/bbs.18(1).2023.08)
14. Ilchuk, M. M., Kyrychenko, A. V., & Vodnitskyi, M. V. (2023). Development of e-commerce in Ukraine in the war and post-war conditions. *Science and Innovation*, 19(3), 3–14. <https://doi.org/10.15407/scine19.03.003>
15. Kapeliushna, T., Goloborodko, A., Nesterenko, S., Bezhenar, I., & Matviichuk, B. (2023). Analysis of digitalization changes and their impact on enterprise security management under uncertainty. *Naukovyi Visnyk Natsionalnoho Hirnychoho Universytetu*, (4). <https://doi.org/10.33271/nvngu/20234/150>
16. Kharsun, L., Kavun-Moshkovska, O., Kotova, M., & Nechyporuk, A. (2022). Adaptation of risk management in the supply chains of e-commerce enterprises under the conditions of political instability. *Eastern-European Journal of Enterprise Technologies*, 5(13(119)), 6–20. <https://doi.org/10.15587/1729-4061.2022.265649>
17. Lytvyn, N., Boreyko, N., Artemenko, O., Subina, T., & Sliusarenko, S. (2023). E-commerce in Ukraine: Taxation challenges and global trends. *Journal of International Legal Communication*, 11(4), 89–105. <https://doi.org/10.32612/iuw.27201643.2023.11.4.pp.89-105>
18. Statista. (2026). *eCommerce — Ukraine*. Retrieved from <https://www.statista.com/outlook/emo/ecommerce/ukraine>

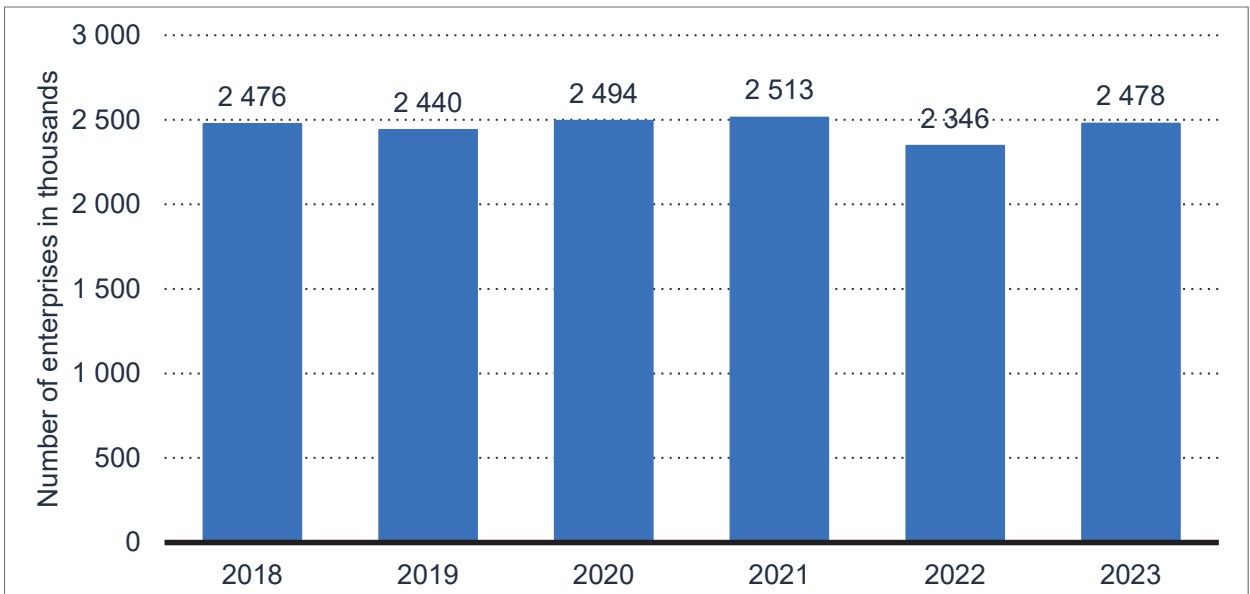
*Дата першого надходження статті до видання: 28.02.2026*

*Дата прийняття статті до друку після рецензування: 05.04.2026*

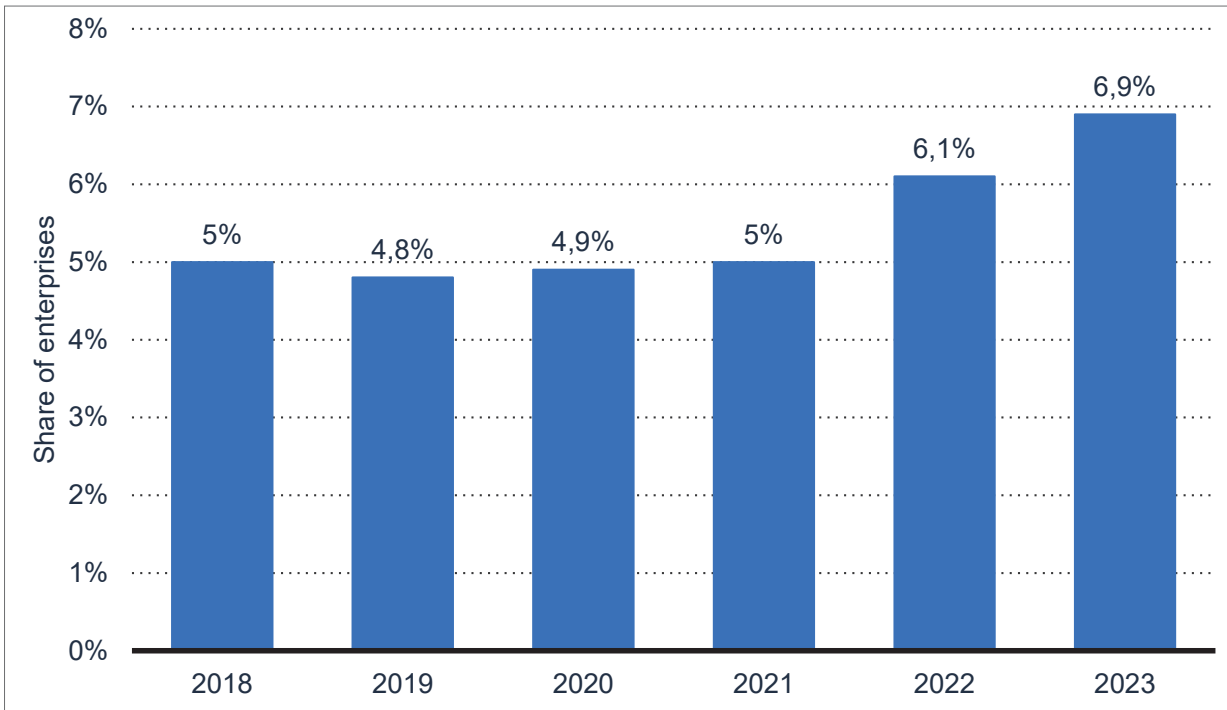
*Дата публікації: 13.04.2026*



Number of e-commerce users in Ukraine 2017-2029



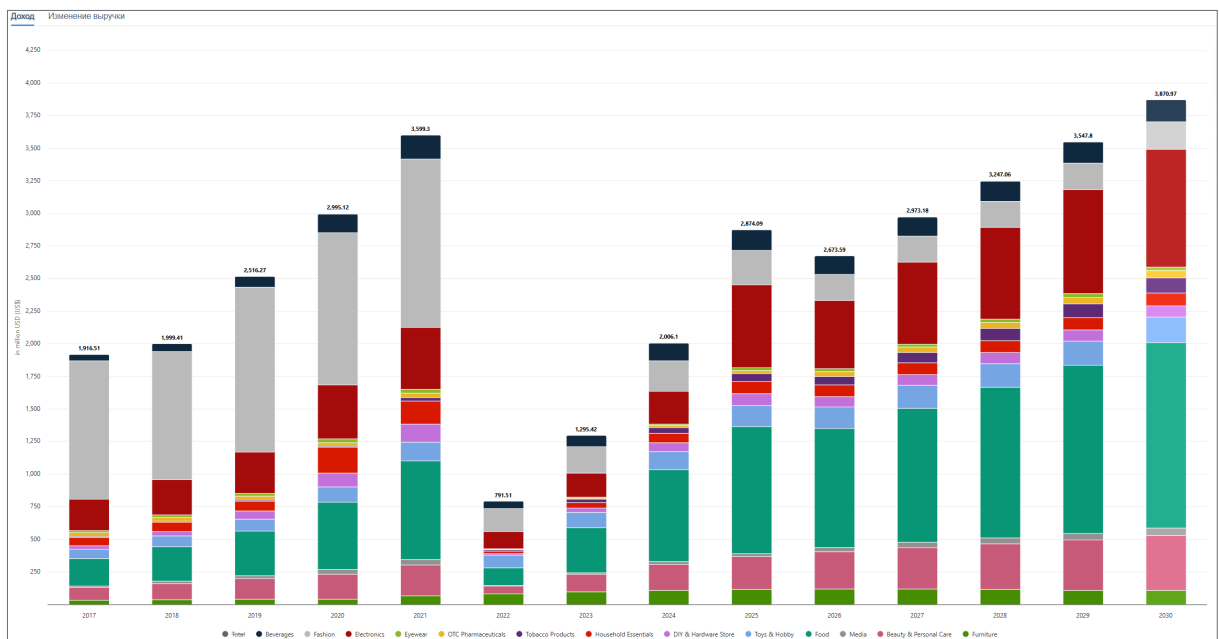
Number of business enterprises doing e-commerce in Ukraine from 2018 to 2023



Share of business enterprises doing e-commerce in Ukraine from 2018 to 2023

Доход Изменение выручки  
 ● в миллионах долларов США (US\$)

	2017 :	2018 :	2019 :	2020 :	2021 :	2022 :	2023 :	2024 :	2025 :	2026 :	2027 :	2028 :	2029 :	2030 :
Общий	1,916.51	1,999.42	2,516.3	2,995.12	3,599.29	791.5	1,295.41	2,006.12	2,874.07	2,673.61	2,973.17	3,247.07	3,547.79	3,870.96
Напитки	48.88	59.27	81.52	144.34	184.32	56.97	86.67	136.98	159.24	143.27	149.55	156.02	162.52	168.96
Мода	1,061.97	980.55	1,264.43	1,166.91	1,290.3	175.88	200.87	234.32	261.05	197.08	197.43	199.8	203.8	208.73
Электроника	237.49	271.97	318.75	414.62	474.45	129.79	183.9	249.52	636.13	523.17	628.55	703.06	798.55	903.55
Очи	16.09	18.08	20.29	27.11	29.98	6.77	9.21	12.24	25.4	23.57	24.59	25.67	26.83	28.07
Безрецептурные лекарственные препараты	31.79	32.68	33.2	29.92	32.29	2.54	8.92	16.35	19.55	37.15	41.39	46.2	51.66	57.87
Табачные изделия	5.21	5.4	5.23	7.02	29.17	11.17	25.52	43.39	60.48	66.42	79.39	92.34	104.04	115.85
Товары первой необходимости для дома	65.86	70.7	77.31	200.02	175.17	19.87	39.54	72.16	95.77	87.75	90.47	92.82	95.23	97.52
Магазины товаров для дома и ремонта	24.16	36.61	62.81	103.25	138.69	11.55	35.08	65.47	91.59	80.64	82.04	83.16	84.08	84.82
Игрушки и хобби	71.45	80.99	89.51	115.93	142.29	98.38	118.28	142.17	159.61	166.49	174.94	181.9	187.6	197.23
Еда	212.76	265.42	341.16	518.4	757.51	132.23	343.37	700.9	974.51	908.1	1,029.44	1,157.26	1,289.48	1,423.74
СМИ	12.6	19.62	24.35	35.55	41.57	3.93	12.41	22.12	25.15	36.94	40.73	44.76	49.13	53.9
Красота и уход за собой	94.39	123.84	157.29	192.25	236.38	60.12	134.13	201.95	250.27	283.72	315.79	350.03	386.63	423.14
Мебель	33.86	34.28	40.42	39.8	67.18	82.31	97.52	106.53	115.34	119.29	118.87	114.04	108.25	107.59



**Pylypenko Viacheslav**

*PhD in Economics, Professor,  
Professor of the Department of Economics and  
Entrepreneurship  
Sumy National Agrarian University*

**Klochko Tatiana**

*PhD in Economics, Associate Professor,  
Associate Professor of the Department of  
Economics and Entrepreneurship  
Sumy National Agrarian University*

## THE CURRENT STATE AND FUTURE PROSPECTS OF E-COMMERCE IN UKRAINE

**Summary.** Introduction. The article examines the current state, key trends, and prospects for the development of e-commerce in Ukraine under wartime conditions and in the context of future post-war recovery. The relevance of the topic is determined by the growing role of e-commerce as a tool for supporting economic activity, ensuring the continuity of trade operations, expanding sales markets, and helping businesses adapt to crisis conditions.

**Purpose.** The purpose of the article is to analyze the current state and assess the prospects for the development of e-commerce in Ukraine under wartime conditions and in the context of future post-war recovery

**Materials and methods.** The methodological basis of the study includes general scientific methods of analysis and logical generalization, while the information base consists of the works of domestic and foreign scholars devoted to the issues of trade digitalization, logistics, payment infrastructure, cybersecurity, and the regulatory support of e-commerce

**Results.** The study found that e-commerce in Ukraine is characterized by strong adaptability to crisis conditions and retains potential for further development. It was determined that the main drivers of its growth are the spread of Internet technologies, the development of mobile commerce, the digitalization of business processes, the improvement of payment infrastructure, and changes in consumer behavior. It was substantiated that the constraining factors of development remain logistics limitations, uneven access to digital infrastructure, problems of regulatory support, cyber risks, and the insufficient empirical assessment of the effectiveness of certain digital and regulatory solutions.

It was proved that the further development of e-commerce in Ukraine is connected with the expansion of digital infrastructure, the development of fulfillment services, the implementation of modern digital management systems, the integration of open banking tools, and the strengthening of cybersecurity for electronic transactions and trading platforms.

The practical significance of the obtained results lies in the possibility of their use for improving state policy in the field of e-commerce regulation, the development of digital entrepreneurship, and the formation of strategies for the post-war recovery of Ukraine's trade infrastructure

**Discussion.** The prospects for further research consist in a deeper study of the impact of digital tools, logistics solutions, payment innovations, and cybersecurity mechanisms on the financial and operational performance of e-commerce enterprises, as well as in the development of practical recommendations for public policy aimed at harmonizing regulation with European standards and stimulating the post-war recovery of digital entrepreneurship

**Key words:** e-commerce, electronic commerce, digitalization, logistics, fulfillment, open banking, cybersecurity, digital infrastructure.