

УДК 339.5

**Губарев Андрій Павлович**аспірант кафедри міжнародного  
менеджментуКиївського національного економічного  
університету імені Вадима Гетьмана

ORCID: 0009-0000-2950-7954

<https://doi.org/10.25313/3083-7782-2026-5-71>

## СУЧАСНІ ТRENДИ ТА ОСОБЛИВОСТІ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ E-COMMERCE В УКРАЇНІ

**Анотація.** Вступ. Сфера електронної комерції (e-commerce) – один із найбільш динамічних сегментів сучасної економіки. Цифровізація суттєво видозмінює традиційні моделі ведення бізнесу, структуру торгівлі та поведінку споживачів. В умовах активного поширення ІКТ, зростання рівня проникнення Інтернету та прискорення цифрової трансформації електронна торгівля стає для багатьох економік драйвером зростання. Так, попри кризові явища та воєнні виклики, сектор e-commerce України демонструє стійке зростання, активізує процеси цифровізації національного бізнесу та інтеграції України у глобальний економічний простір. Водночас зберігається низка системних проблем: недостатній рівень цифрової інфраструктури, «тінізація» онлайн-ринку, прогалини у нормативно-правовому регулюванні та виклики кібербезпеки. Усі ці проблеми стримують ефективний розвиток галузі та потребують комплексного наукового осмислення.

**Мета.** Метою статті є комплексний аналіз сучасних тенденцій розвитку електронної комерції в Україні та особливостей її державного регулювання з метою підвищення ефективності та конкурентоспроможності e-commerce на національному й міжнародному рівнях.

**Матеріали і методи.** Дослідження побудоване на комплексному використанні загальнонаукових і спеціальних методів: системного та порівняльного аналізу – з метою оцінки тенденцій розвитку e-commerce в Україні та на міжнародному рівні; статистичного аналізу – для вивчення кількісних показників електронної торгівлі; структурно-логічного методу – для обґрунтування авторської концепції змін у регулюванні e-commerce. Теоретичним базисом дослідження стали праці провідних зарубіжних та вітчизняних вчених щодо функціонування e-commerce та державного регулювання цього сегменту.

**Інформаційна основа дослідження** – дані Державної служби статистики України, платформи Statista; аналітичні матеріали ЮНКТАД, ОЕСР та Світового банку.

**Результати.** За результатами дослідження встановлено, що ключові показники e-commerce мають позитивну динаміку, що свідчить про поступове формування зрілого цифрового ринку в Україні. Кількість українців, які регулярно здійснюють онлайн-покупки, перевищує 8 млн. осіб, а частка населення, залученого до електронної торгівлі, продовжує зростати.

Встановлено три групи ключових трендів: цифрові (стрімке залучення нових онлайн-покупців, цифровізація споживчої поведінки під впливом війни, зростання ролі мобільної та платформної комерції); економічні та технологічні (збільшення частки e-commerce в структурі експорту, розвиток ІТ-екосистеми та цифрових послуг, інтеграція у глобальні цифрові ринки); логістичні та безпекові (диверсифікація логістичних ланцюгів, релокація складів і логістичних центрів, адаптація до воєнних ризиків). Обґрунтовано авторський підхід до вдосконалення регуляторного середовища, що поєднує нормативно-правове, інституційне та економічне забезпечення з орієнтацією на гармонізацію національного законодавства з директивами ЄС, зміцнення довіри споживачів до цифрових каналів та кібербезпеку.



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/>)

Перспективи. Подальший розвиток e-commerce в Україні потребує реалізації комплексної державної стратегії, що охоплюватиме правові, інституційні, технологічні та економічні виміри. Пріоритетними напрямками в регуляторній площині є: імплементація регуляторних стандартів ЄС у національне законодавство; розвиток механізмів захисту прав споживачів; кібербезпека. Ефективне поєднання державного регулювання з ринковими механізмами та міжнародним співробітництвом дозволить сформувати конкурентоспроможну та інноваційну e-commerce-екосистему, здатну забезпечити сталий розвиток цифрової економіки України.

**Ключові слова:** електронна комерція, e-commerce, цифрова економіка, державне регулювання, цифровізація, логістичні ланцюги, бізнес-моделі, онлайн-торгівля.

**Постановка проблеми.** В умовах цифрової трансформації світової економіки e-commerce стала одним із найбільш динамічних сегментів глобального ринку, який суттєво впливає на зміну традиційних моделей ведення бізнесу, міжнародної торгівлі та споживчої поведінки. Активний розвиток інформаційно-комунікаційних технологій, поширення Інтернету, мобільного зв'язку та цифрових платформ сприяють швидкому зростанню обсягів онлайн-торгівлі та формуванню нових економічних відносин між виробниками, продавцями та споживачами.

Для України розвиток сфери e-commerce набуває особливого значення в умовах адаптації бізнесу до кризових воєнних викликів, а також інтеграції до європейського економічного простору. У цих умовах особливої актуальності набуває дослідження сучасних трендів електронної комерції в Україні, аналіз факторів її розвитку (зокрема, регуляторного середовища), структурних змін і перспектив інтеграції у глобальний цифровий ринок.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблематика розвитку сфери e-commerce досліджувався багатьма як зарубіжними, так і вітчизняними науковцями.

Комплексно досліджують теоретичні, технологічні, економічні та соціальні аспекти розвитку e-commerce американські вчені К. Лаудон та К. Тревер. Їх робота є однією з фундаментальних праць у сфері e-commerce та розглядає електронну торгівлю як багатокomпонентну систему, що поєднує бізнес-процеси, цифрові технології та суспільні трансформації. Автори розкривають взаємозв'язок між розвитком цифрових технологій, трансформацією бізнес-моделей та змінами у глобальній економіці. Особливу увагу приділено впливу ІКТ на формування цифрових ринків, регуляторним аспектам, безпеці та поведінці споживачів, що робить дану працю однією з базових у дослідженні сучасної e-commerce-системи [1].

У науковій праці Л. Березовської та А. Кириченко проведена порівняльна характеристика розвитку сфери електронної комерції в Україні та ЄС, автори охарактеризували усі сегменти електронної комерції і зосередили увагу на основних особливостях B2G. Автори акцентували увагу на тому, що складовою цифрової економіки є електронна торгівля, яка «здійснюється в цифровій формі через інтернет або інші електронні мережі» [2].

Важливі основні правові та економічні аспекти, що впливають на розвиток електронної комерції, піднімаються у статті Волинець В та ін., де автори підкреслюють важливість правового регулювання як засобу вирішення міжнародних комерційних викликів, включаючи захист інтелектуальної власності, кібербезпеку та захист прав споживачів у цифровому просторі. Крім того, автори розкривають фактори впровадження цифрових технологій у комерційну діяльність, показують вплив глобалізації на електронну комерцію та стратегії адаптації бізнесу до міжнародних викликів [3].

Заслужують на увагу результати досліджень інших вітчизняних авторів, які зазначають: «...війна стала лакмусовим папірцем для виявлення недоліків розвитку електронної комерції в Україні, один з яких можна вважати недосконалою законодавчу базу. Отже, питання зміни у законодавстві, особливо у частині, що пов'язана з регулюванням цифрових товарів та послуг, потребує окремого та системного рішення» [4].

У науковій праці І. Іпполітової зазначається, що повністю реалізувати потенціал електронної торгівлі можна за умови: узгодження правил ведення бізнесу між різними країнами, вирішення питань у сфері нарахування та стягнення податків, захисту прав інтелектуальної власності, використання ефективних та надійних механізмів ведення бізнесу, універсальність використання [5].

У свою чергу, інші вітчизняні науковці — В. Баула, О. Лютак, В. Феदिшин — виділяють стимули для розвитку електронної торгівлі на сучасному етапі: глобальна присутність; цілодобова робота; широкий асортимент; рівні можливості; доступ до фінансування [6].

У підсумку, компаративний аналіз праць вчених дає можливість зробити важливий висновок, що електронна комерція швидко розвивається під тиском цифровізації, але в її розвитку формують і певні виклики для економічної системи в цілому та для окремих економічних агентів.

**Мета статті** полягає в комплексному аналізі сучасних тенденцій розвитку електронної комерції в Україні та особливостей її державного регулювання для підвищення її ефективності та конкурентоспроможності на національному й міжнародному рівнях.

**Матеріали і методи.** Дослідження побудоване на комплексному використанні загальнонаукових і спеціальних методів: системного та порівняльного аналізу — з метою оцінки тенденцій розвитку e-commerce в Україні та на міжнародному рівні; статистичного аналізу — для вивчення кількісних показників електронної торгівлі; структурно-логічного методу — для обґрунтування авторської концепції змін у регулюванні e-commerce. Теоретичним базисом дослідження стали праці провідних зарубіжних та вітчизняних вчених щодо функціонування e-commerce та державного регулювання цього сегменту.

Інформаційна основа дослідження — дані Державної служби статистики України, платформи Statista; аналітичні матеріали ЮНКТАД, ОЕСР та Світового банку.

**Виклад основного матеріалу.** Сфера електронної торгівлі в Україні в останні роки демонструє високі темпи розвитку та характеризується стійким зростанням основних кількісних показників, що відображають активізацію як споживчого попиту, так і бізнес-активності у цифровому середовищі. Ключові показники e-commerce в Україні мають позитивну динаміку, що свідчить про поступове формування зрілого цифрового ринку. Цифровізація суттєво відбилася на e-commerce в Україні [7, с. 11]. Кількість українців, які регулярно здійснюють онлайн-покупки, перевищує 8 млн. осіб (рис. 1), а частка населення, залученого до електронної торгівлі, продовжує зростати [8]. Одночасно спостерігається збільшення частоти покупок і середнього чека, що свідчить про посилення довіри до цифрових каналів продажу та формування стабільного споживчого попиту.

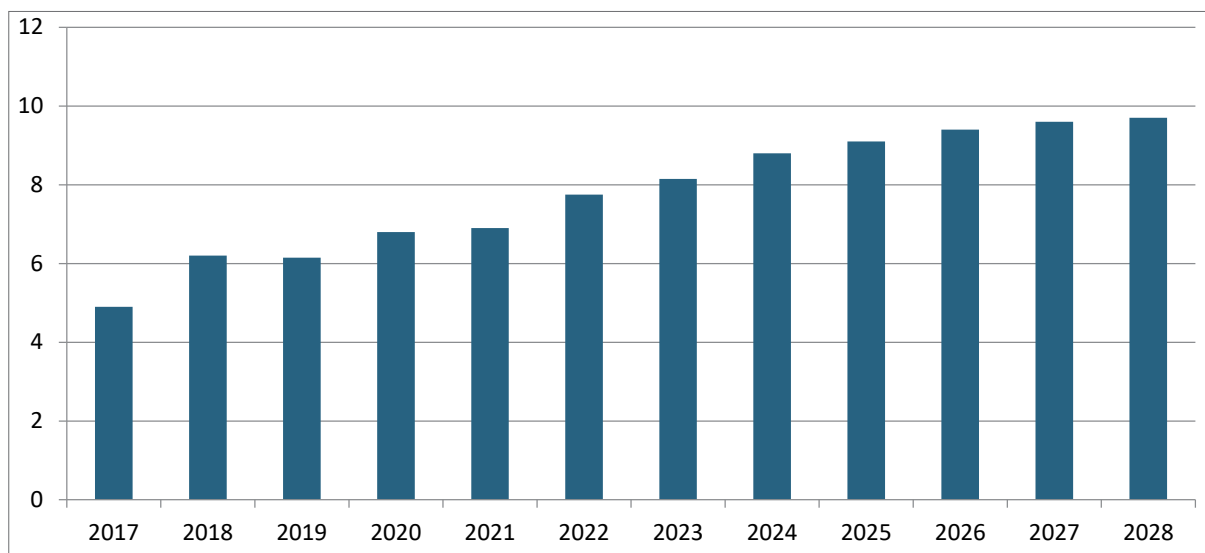


Рис. 1. Кількість користувачів на ринку e-commerce в Україні та прогноз на 2025–2028 рр., млн. осіб  
Джерело: складено самостійно за [8]

Зростання кількості користувачів електронної торгівлі та підприємств, що здійснюють електронні продажі в Україні протягом 2017–2025 років, обумовлено сукупністю технологічних, економічних, соціальних та інституційних факторів, і до 2028 року прогнозується подальше зростання. Упродовж зазначеного періоду електронна комерція поступово перетворилася на один із найбільш динамічних сегментів національної економіки, що сприяло розширенню як попиту, так і пропозиції на цифровому ринку.

Значна частина українців здійснила свої перші онлайн-покупки саме в умовах воєнного часу. Також важливими чинниками стали підвищення цифрової грамотності населення, зростання довіри до онлайн-магазинів, розвиток служб доставки та поштової логістики, ширший асортимент товарів і можливість швидкого порівняння цін, економія часу та зручність здійснення покупок.

У свою чергу, вітчизняний бізнес активно використовує цифровізацію у своїх конкурентних стратегіях, що сприяє зростанню компаній, які здійснювали електронну торгівлю (табл. 1).

Слід також відзначити, що з боку бізнесу основною причиною стало зростання попиту на онлайн-покупки. Розширення клієнтської бази створило економічні стимули для підприємств впроваджувати цифрові канали продажу та розвивати власні інтернет-магазини. Суттєве значення також мало зниження вартості цифрових технологій. Сучасні маркетплейси, системи управління контентом та готові рішення для електронної торгівлі значно спростили вихід підприємств у цифровий простір та скоротили витрати на створення онлайн-магазинів. Особливим драйвером стало стрімке поширення маркетплейсів. Українські платформи та міжнародні торговельні майданчики дозволили навіть малим підприємствам отримати доступ до широкої аудиторії без значних інвестицій у власну цифрову інфраструктуру. Таким чином, цифровізація

Таблиця 1

**Кількісні показники розвитку сфери електронної торгівлі в Україні**

Показники	2020	2021	2022	2023	2024
Кількість підприємств, які здійснювали електронну торгівлю, од., у т.ч.:	2494	2513	2346	2478	3033
у % до загальної кількості підприємств	4,9	5,0	6,1	6,9	8,7
від 10 до 49 осіб	1637	1644	1542	1499	1870
від 50 до 249 осіб	612	617	535	674	861
250 осіб і більше	245	252	269	305	302
від 10 до 49 осіб	4,1	4,2	5,3	5,6	7,2
від 50 до 249 осіб	6,7	6,8	6,9	9,6	12,2
250 осіб і більше	10,3	10,5	16,6	17,8	17,6

Джерело: складено автором за [9]

споживчої поведінки призвела до постійного збільшення кількості онлайн-покупців, відбулося зростання частки підприємств із електронними продажами — особливо серед малого та середнього бізнесу, подальше розвивається мобільна комерція завдяки збільшенню покупок через смартфони, розвиваються й цифрові платежі і логістичні сервіси, й загалом відбувається інтеграція українського бізнесу у міжнародні цифрові ринки. Також відзначимо й зростання ролі електронної торгівлі як інструменту підтримки економічної стійкості в умовах кризи.

Загалом дане дослідження підтверджує результати наукової праці Вербівської Л. та ін. щодо того, що електронна комерція в Україні розвивається стрімкими темпами, і Україна має великий потенціал для розвитку електронної комерції, який полягає у наявності людського капіталу та підприємницьких здібностей молодого населення України, розвитку науки і технологій у країні [10, С. 338]. Суттєвий вплив на розвиток електронної торгівлі справило поширення Інтернету, що кардинально трансформувало сучасну бізнес- та торговельну практику. В сучасних умовах економічного розвитку України війна стала важливим каталізатором пришвидшення цифровізації суспільства та бізнесу. Станом на 2025 рік понад 65% українців мають досвід онлайн-покупок, причому значна частина споживачів уперше почала користуватися e-commerce саме після початку повномасштабного вторгнення [11]. Важливою тенденцією є також зростання частки електронної комерції у структурі експорту товарів і послуг з України.

Емпірична перевірка дозволила нам обґрунтувати визначальну роль економічного зростання і цифрової інфраструктури як ключових драйверів e-commerce. Функціональну залежність обсягу реалізованої продукції (товарів і послуг), отриманої від електронної торгівлі нами формалізована у вигляді двофакторної економетричної моделі:

$$VET\ sales = f(GDP, OSI) \tag{1}$$

де, *VET sales* — обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) підприємств, отриманий від електронної торгівлі, млн. грн.;

*GDP* — валовий внутрішній продукт України, млн. грн.;

*OSI* — індекс онлайн-сервісів (Online Service Index).

Детальний аналіз прогнозної моделі та перспективи розвитку електронної торгівлі в Україні представлено на рис. 2.

Одним з основних показників якості моделі, на рис. 2. є *MAPE* = 4,38%, що засвідчує високу точність побудованої моделі (помилка <10%). Інші показники засвідчують: по-перше те, що модель має високу точність прогнозування, по-друге, похибки є незначними відносно масштабу показника, і по-третє, значення коефіцієнта Тейла свідчить про високу адекватність прогнозу. Отже, модель є якісною і придатною для прогнозування, і за її допомогою можна стверджувати про подальше зростання e-commerce **в Україні**.

Також зазначимо, що під впливом воєнних, економічних та інфраструктурних факторів підприємства дедалі активніше переходять до превентивних стратегій мінімізації ризиків. Як зазначає Р. Шаранов, ключовими напрямками адаптації стали диверсифікація логістичних ланцюгів, зменшення залежності від вразливих територій та релокація складів і логістичних центрів до більш безпечних регіонів України або за кордон [12]. Руйнування транспортної інфраструктури, перебої у постачанні, блокування маршрутів та зростання логістичних витрат створюють значні бар'єри для стабільного розвитку e-commerce. За оцінками ЮНКТАД, стійкість логістичних ланцюгів і енергетичної інфраструктури є критичним фактором ефективності цифрової економіки [13, с. 41]. У таких умовах формування ефективної системи державного регулювання e-commerce стає закономірною реакцією на динамічний розвиток цифрової економіки та глибоку трансформацію ринкових відносин (рис. 3).

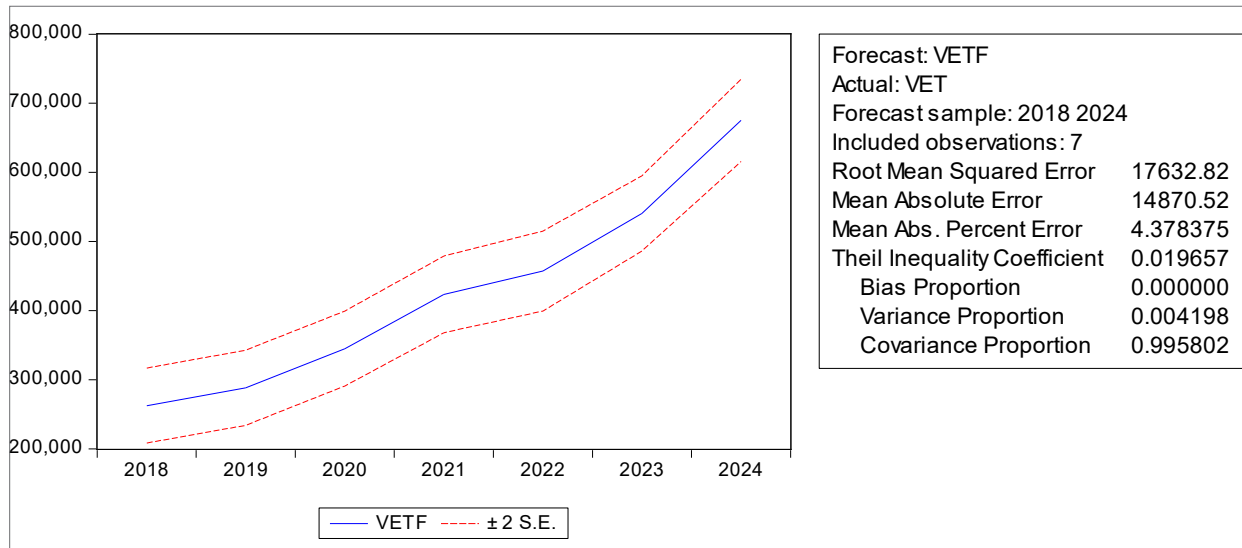


Рис. 2. Якість моделі і майбутні тенденції розвитку e-commerce в Україні  
Джерело: побудовано самостійно автором в програмі eViews



Рис. 3. Концептуальна схема регуляторної моделі сфери e-commerce в Україні  
Джерело: розроблено автором самостійно

Необхідність розвитку регуляторної моделі електронної комерції обумовлена низкою взаємопов'язаних факторів, серед яких ключове значення мають стрімке зростання обсягів онлайн-транзакцій, активний розвиток FinTech-сектору, посилення ролі цифрових платформ, а також потреба у забезпеченні належного захисту прав споживачів і безпеки цифрових даних. Додатковим фактором виступає транснаціональний характер сучасної електронної торгівлі, що ускладнює застосування виключно національних механізмів регулювання.

У контексті цифрової трансформації економіки електронна комерція стала одним із ключових драйверів економічного розвитку України. Зростання масштабів онлайн-торгівлі, з одного боку, створює нові можливості для розвитку підприємництва, розширення ринків збуту та підвищення доступності товарів і послуг, а з іншого — супроводжується появою нових ризиків і викликів.

За таких умов ефективне державне регулювання електронної торгівлі стає важливою передумовою забезпечення сталого розвитку цифрових ринків. Важливу роль у формуванні сучасних підходів до регулювання електронної комерції відіграють міжнародні організації та Європейський Союз, які розробляють стандарти цифрової торгівлі, рекомендації щодо регуляторної політики та механізми міжнародної координації. Зокрема, ключовими нормативними актами ЄС у цій сфері є Directive on Electronic Commerce, Digital Services Act, Digital Markets Act та Omnibus Directive [14].

Таким чином, в сучасних умовах економічного розвитку e-commerce потребує комплексної державної політики, яка повинна охоплювати правові, інституційні, економічні та технологічні аспекти функціонування цифрового середовища, забезпечуючи одночасно його безпечність, конкурентоспроможність та інноваційний розвиток.

**Висновки і перспективи подальших досліджень.** Отже, сучасний розвиток електронної торгівлі в Україні характеризується одночасним поєднанням активного зростання, прискореної цифровізації та адаптації до кризових умов. Сформовані тенденції свідчать про поступове перетворення e-commerce на один із ключових секторів цифрової економіки України та важливий інструмент її інтеграції у глобальні ринки. До основних трендів відносимо:

- ключові цифрові тренди — швидке поширення інтернет-доступу, активне залучення нових користувачів до онлайн-торгівлі, прискорена цифрова трансформація споживчої поведінки під впливом війни, а також зростання значення дистанційних каналів комунікації та продажів. Зростання проникнення інтернету та активне залучення нових користувачів напряду збільшить базу онлайн-покупців і призведе до зростання електронної комерції;
- економічні та технологічні тренди — збільшення частки e-commerce у структурі експорту, розвиток цифрових сервісів та IT-експорту, поглиблення інтеграції України у світові цифрові ринки, а також посилення ролі ІКТ як базової інфраструктури електронної комерції. Зростання ролі цифрового експорту та IT-екосистеми зробить e-commerce не лише внутрішнім, а й зовнішньоорієнтованим сектором;
- логістичні та безпекові тренди — диверсифікація логістичних маршрутів і ланцюгів постачання, переміщення складів і логістичних центрів, адаптація e-commerce до умов воєнних ризиків, а також зростання значення стійкості та гнучкості логістичних систем.

В таких умовах зростає роль розвитку регуляторної моделі електронної комерції в Україні. Адже головним викликом залишається пошук розумного балансу між швидким зростанням і безпековими/інфраструктурними обмеженнями, які можуть нерівномірно впливати на різні регіони та бізнеси. І саме в цьому напрямкові мають розвиватися подальші наукові пошуки.

### **ДОДАТКОВА ІНФОРМАЦІЯ**

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

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

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

### **Література**

1. Laudon K., Traver C. E-commerce: Business, Technology, Society. New Jersey: Pearson Prentice Hall, 2017, 917 p.
2. Березовська Л., Кириченко А. Розвиток електронної комерції в Україні та ЄС. *Економіка та суспільство*. 2022. № 42. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-42-15>
3. Volynets V., Lohvynenko V., Korobka S., Kuzmenko O., Derhaliuk M. E-commerce development: Prospects and legal challenges of business digital transformation amidst economic de-shadowing. *Multidisciplinary Reviews*. 2024. Vol. 7. P. 1–9. DOI: <https://doi.org/10.31893/multirev.2024spe053>

4. Дубель М., Барвінченко О. Особливості розвитку електронної комерції в Україні в умовах війни. *Підприємство та інновації*. 2023. № 27. С. 16–22. DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-3583/27.2>
5. Іпполітова І. Перспективи розвитку електронної торгівлі в Україні в умовах цифровізації економіки. *Економіка та суспільство*. 2023 № 47. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-47-18>
6. 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. DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/191-47>
7. Гринько Т., Патлаха В. Е-комерція в Україні: сучасні тренди у роздрібній торгівлі. *Actual problems of economics*. 2024. № 11 (281). С. 6–13. DOI: [10.32752/1993-6788-2024-1-281-6-13](https://doi.org/10.32752/1993-6788-2024-1-281-6-13)
8. Number of e-commerce users in Ukraine 2017–2029. *Statista*. URL: <https://www.statista.com/statistics/1620345/number-of-e-commerce-users-ukraine/> (дата звернення: 20.04.2026).
9. Використання інформаційно-комунікаційних технологій на підприємствах. 2018–2024 роки. *Державна служба статистики України*. URL: [https://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2018/zv/ikt/arh\\_ikt\\_u.html](https://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2018/zv/ikt/arh_ikt_u.html) (дата звернення: 20.04.2026).
10. Вербівська Л., Жук О., Євсєєва О., Кучмієва Т., Саєнко В. Роль електронної комерції в стимулюванні інноваційного розвитку бізнесу в умовах євроінтеграції. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*. 2023. № 3(50). Р. 330–340. DOI: <https://doi.org/10.55643/fcaptp.3.50.2023.3930>
11. Ключові показники у різних нішах e-commerce. *Promodo*. 2022. URL: <https://www.promodo.ua/ukrainian-ecommerce-state-during-the-war-research-2> (дата звернення: 20.04.2026).
12. Шаранов Р. Механізм антикризового управління підприємства та його архітектура. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. 2023. № 1. С. 37–41. DOI: <https://doi.org/10.37734/2409-6873-2023-1-5>
13. Digital economy report 2021. Cross-border data flows and development: For whom the data flow. *UNCTAD*. 2021. 238 p. URL: [https://unctad.org/system/files/official-document/der2021\\_en.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/der2021_en.pdf) (дата звернення: 20.04.2026).
14. Puk M., Heckert I. E-commerce regulation in Europe. 2025. URL: <https://www.dudkowiak.com/e-commerce-law-in-poland/e-commerce-regulation-in-europe/> (дата звернення: 20.04.2026).

### References

1. Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2017). *E-commerce: Business, technology, society*. Pearson Prentice Hall.
2. Berezovska, L., & Kyrychenko, A. (2022). Rozvytok elektronnoi komertsii v Ukraini ta YeS [Development of electronic commerce in Ukraine and the EU]. *Ekonomika ta suspilstvo*, (42). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-42-15> [in Ukrainian].
3. Volynets, V., Lohvynenko, V., Korobka, S., Kuzmenko, O., & Derhaliuk, M. (2024). E-commerce development: Prospects and legal challenges of business digital transformation amidst economic de-shadowing. *Multidisciplinary Reviews*, 7, 1–9. <https://doi.org/10.31893/multirev.2024spe053>
4. Dubel, M., & Barvinchenko, O. (2023). Osoblyvosti rozvytku elektronnoi komertsii v Ukraini v umovakh viiny [Peculiarities of the development of electronic commerce in Ukraine under wartime conditions]. *Pidpriemnytstvo ta innovatsii*, (27), 16–22. <https://doi.org/10.32782/2415-3583/27.2> [in Ukrainian].
5. Ippolitova, I. (2023). Perspektyvy rozvytku elektronnoi torhivli v Ukraini v umovakh tsyfrovizatsii ekonomiky [Prospects for the development of e-commerce in Ukraine in the context of economic digitalization]. *Ekonomika ta suspilstvo*, (47). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-47-18> [in Ukrainian].
6. Baula, O., Liutak, O., & Fedyshyn, V. (2024). Rozvytok elektronnoi komertsii ta yii vplyv na vitchyzniane ta mizhnarodne biznes-seredovyshe [The development of electronic commerce and its impact on the domestic and international business environment]. *Ekonomichniy prostir*, (191), 285–289. <https://doi.org/10.32782/2224-6282/191-47> [in Ukrainian].
7. Hrynk, T. V., & Patlakha, V. V. (2024). E-komertsiiia v Ukraini: suchasni trendy u rozdrubnii torhivli [E-commerce in Ukraine: Modern trends in retail trade]. *Actual Problems of Economics*, 11(281), 6–13. <https://doi.org/10.32752/1993-6788-2024-1-281-6-13> [in Ukrainian].
8. Statista. (n.d.). *Number of e-commerce users in Ukraine 2017–2029*. Retrieved from <https://www.statista.com/statistics/1620345/number-of-e-commerce-users-ukraine/>
9. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. (n.d.). *Vykorystannia informatsiino-komunikatsiinykh tekhnologii na pidpriemstvakh* [Use of information and communication technologies at enterprises]. Retrieved from [https://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2018/zv/ikt/arh\\_ikt\\_u.html](https://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2018/zv/ikt/arh_ikt_u.html) [in Ukrainian].
10. Verbivska, L., Zhuk, O., Ievsieieva, O., Kuchmiiova, T., & Saienko, V. (2023). The role of e-commerce in stimulating innovative business development in the conditions of European integration. *Financial and Credit Activity: Problems of Theory and Practice*, 3(50), 330–340. <https://doi.org/10.55643/fcaptp.3.50.2023.3930>
11. Promodo. (2022). *Kliuchovi pokaznyky u riznykh nishakh e-commerce* [Key metrics in different e-commerce niches]. Retrieved from <https://www.promodo.ua/ukrainian-ecommerce-state-during-the-war-research-2> [in Ukrainian].
12. Sharanov, R. (2023). Mekhanizm antykrizovoho upravlinnia pidpriemstva ta yoho arkhitektura [The mechanism of anti-crisis management of the enterprise and its architecture]. *Naukovyi visnyk Poltavskoho universytetu ekonomiky i torhivli*, 1(107), 37–41. <https://doi.org/10.37734/2409-6873-2023-1-5> [in Ukrainian].

13. UNCTAD. (2021). *Digital economy report 2021: Cross-border data flows and development: For whom the data flow*. Retrieved from [https://unctad.org/system/files/official-document/der2021\\_en.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/der2021_en.pdf)
14. Dudkowiak & Putyra. (2025). *E-commerce regulation in Europe*. Retrieved from <https://www.dudkowiak.com/e-commerce-law-in-poland/e-commerce-regulation-in-europe/>

*Дата першого надходження статті до видання: 24.04.2026*

*Дата прийняття статті до друку після рецензування: 22.05.2026*

*Дата публікації: 30.05.2026*

**Hubariev Andrii**

*PhD Student of the Department of  
International Management  
Kyiv National Economic University  
named after Vadym Hetman*

## CURRENT TRENDS AND FEATURES OF STATE REGULATION OF E-COMMERCE IN UKRAINE

**Summary.** *Introduction. The field of e-commerce is one of the most dynamic segments of the modern economy. Digitalization is substantially transforming traditional business models, trade structures, and consumer behavior. In the context of the active proliferation of information and communication technologies, rising internet penetration rates, and accelerating digital transformation, electronic commerce is becoming a driver of economic growth for many economies. Thus, despite crisis phenomena and wartime challenges, Ukraine's e-commerce sector demonstrates sustained growth, intensifies the digitalization of national business, and facilitates Ukraine's integration into the global economic space. At the same time, a number of systemic problems persist: insufficient digital infrastructure, the «shadowing» of the online market, gaps in regulatory frameworks, and cybersecurity challenges. All of these issues hinder the effective development of the industry and require comprehensive scholarly examination.*

*Purpose. The purpose of the article is a comprehensive analysis of current development trends in e-commerce in Ukraine and the specifics of its state regulation, with the aim of enhancing the efficiency and competitiveness of the e-commerce sector at both national and international levels.*

*Materials and Methods. The study is built on the integrated use of general scientific and specialized methods: systemic and comparative analysis – to assess e-commerce development trends in Ukraine and at the international level; statistical analysis – to examine quantitative indicators of electronic trade; and the structural-logical method – to substantiate the authors' conceptual framework for changes in e-commerce regulation. The theoretical basis of the study comprises works by leading foreign and domestic scholars on the functioning of e-commerce and state regulation of this segment. The information base of the study draws on data from the State Statistics Service of Ukraine and the Statista platform, as well as analytical materials from UNCTAD, the OECD, and the World Bank.*

*Results. The findings of the study establish that key e-commerce indicators demonstrate positive dynamics, reflecting the gradual formation of a mature digital market in Ukraine. The number of Ukrainians who regularly make online purchases exceeds 8 million, and the share of the population engaged in electronic commerce continues to grow.*

*Three groups of key trends have been identified: digital trends (rapid growth in new online shoppers, digitalization of consumer behavior driven by the war, and the rising role of mobile and platform commerce); economic and technological trends (an increasing share of e-commerce in the export structure, development of the IT ecosystem and digital services, and integration into global digital markets); and logistical and security trends (diversification of logistics chains, relocation of warehouses and logistics centers, and adaptation to wartime risks). An authorial approach to improving the regulatory environment has been substantiated, combining legal, institutional, and economic provisions with a focus on harmonizing national legislation with EU directives, strengthening consumer trust in digital channels, and enhancing cybersecurity.*

*Prospects. The further development of e-commerce in Ukraine requires the implementation of a comprehensive state strategy encompassing legal, institutional, technological, and economic dimensions. Priority directions in the regulatory sphere include: the implementation of EU regulatory standards into national legislation; the development of consumer protection mechanisms; and cybersecurity. The effective combination of state regulation with market mechanisms and international cooperation will enable the formation of a competitive and innovative e-commerce ecosystem capable of ensuring the sustainable development of Ukraine's digital economy.*

**Key words:** *electronic commerce, e-commerce, digital economy, government regulation, digitalization, logistics chains, business models, online trading.*