

Д-р екон. наук Семенча І. Є., Фартушний М. В.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В УКРАЇНІ

Розвиток електронної комерції є одним із ключових напрямів сучасної торгівельної справи. Зростання рівня діджиталізації, розвиток логістичних послуг, покращення платіжних систем та зміни в поведінці споживачів значно впливають на сферу онлайн-торгівлі. В Україні цей сегмент активно розширюється, що зумовлено впливом світових трендів та внутрішніми економічними факторами. Водночас існують виклики, зокрема в аспектах правового регулювання, захисту прав споживачів і конкурентної боротьби. Аналізуючи наукові джерела, можна зазначити, що питання розвитку електронної комерції в Україні досліджували такі автори, як Заяць О.І. та Капко Я.Є., які розглядали загальні тенденції розвитку електронного ринку. У своїй роботі Медвідь Н.І. та Кузьмін О.Є. акцентують увагу на необхідності удосконалення законодавства для безпечного ведення онлайн-бізнесу. На думку Баулі О., Лютак О. та Федішина В., цифрова трансформація малого та середнього бізнесу значно прискорює інтеграцію до глобального електронного ринку. Відомо, що існує кілька різновидів ведення бізнесу у формі електронної комерції з погляду на кількість учасників та особливостей діяльності (табл. 1).

Таблиця 1

Різновиди та особливості ведення бізнесу за формою електронної комерції, складено авторами на основі [1–4]

Різновид типу електронної комерції	Опис особливостей	Приклади компаній в світі та в Україні
Business-to-Consumer	Найпоширеніший формат електронної комерції, де компанії продають товари чи послуги безпосередньо кінцевим споживачам через онлайн-магазини, маркетплейси або мобільні додатки	Amazon, Rozetka, AliExpress
Business-to-Business	Компанії продають товари чи послуги іншим компаніям, наприклад, постачальники сировини або дистриб'ютори	Alibaba (оптова торгівля), ThomasNet
Consumer-to-Consumer	Користувачі продають товари чи послуги іншим споживачам через електронні аукціони або оголошення	eBay, OLX, Etsy (для хендмейду)
Consumer-to-Business	Фізичні особи пропонують свої товари або послуги компаніям (наприклад, фріланс або реверсивні аукціони)	Shutterstock (продаж фото компаніям), Upwork, Fiverr

Продовження табл. 1

Різновид типу електронної комерції	Опис особливостей	Приклади компаній в світі та в Україні
Business-to-Government	Продаж товарів і послуг державним установам через тендери або електронні платформи держзакупівель	Prozorro, Gov.uk Digital Marketplace
Government-to-Business	Державні послуги для підприємців через електронні платформи (податкова звітність, ліцензування, реєстрація бізнесу)	Дія
Government-to-Consumer	Надання державних послуг населенню в цифровому форматі (оплата податків, отримання довідок, соцвиплати)	Електронний кабінет платника податків ДПС України, eHealth
Direct-to-Consumer	Виробники продають товари безпосередньо клієнтам, минаючи посередників (дистриб'юторів, рітейлерів)	Apple Store, Tesla.
Business-to-Business-to-Consumer	Компанія продає товар іншій компанії, яка вже перепродає його кінцевому споживачу	Amazon (продавець розміщує товари, а Amazon займається логістикою)
Mobile Commerce	Всі форми електронної комерції, що здійснюються через смартфони та мобільні додатки	Покупки через додатки Shein, Glovo, AliExpress

За результатами діяльності одним із ключових чинників є поширення інтернету та мобільних технологій. За даними Державної служби статистики України, у 2023 році рівень проникнення інтернету сягнув 82% населення [3]. Це створює сприятливе середовище для онлайн-продажів. Також важливим є вдосконалення логістики. Наприклад, розвиток компаній, таких як «Нова Пошта», значно спрощує доставку товарів у найвіддаленіші регіони України. Зміни у споживчих звичках також відіграють важливу роль. Дослідження KPMG показує, що 67% українських споживачів віддають перевагу покупкам в інтернеті завдяки зручності та можливості порівняння цін [5].

Однією з основних проблем є недостатня правова регуляція. досі відсутній окремий закон про електронну комерцію, що створює правові ризики для бізнесу та споживачів. Також існують проблеми кібербезпеки. В останні роки кількість шахрайських схем зросла на 25%, що негативно впливає на довіру споживачів до онлайн-магазинів [2]. Також є конкуренція з міжнародними маркетплейсами, такими як AliExpress і Amazon. Вітчизняні компанії змушені знижувати ціни та покращувати сервіс, щоб втримати клієнтів. З урахуванням світових тенденцій, прогнозується зростання сегмента електронної комерції в Україні на 20–25% щорічно [1]. Активно розвивається сегмент маркетплейсів, таких як Rozetka та Prom.ua, які об'єднують малий та середній бізнес. Також варто очікувати

посилення державного контролю у сфері цифрової торгівлі, що може вплинути на рівень прозорості ринку та захист прав споживачів [4].

Електронна комерція в Україні продовжує розвиватися завдяки технологічному прогресу та змінам у поведінці споживачів. Основними викликами залишаються правові питання, кібербезпека та конкуренція з міжнародними платформами. Подальший розвиток галузі можливий за рахунок покращення логістичних послуг, підвищення рівня цифрової грамотності населення та удосконалення нормативно-правового регулювання.

Список використаних джерел:

1. Заяць О., Капко Я. Сучасні тенденції розвитку електронної комерції. *Економіка та суспільство*. 2023. № 55. URL : <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-55-65/>.
2. Марусей Т.В. Основні тенденції розвитку ринку електронної комерції в Україні. *Економіка та суспільство*. 2018. Вип. 14. С. 1011–1016.
3. Гарук В.В., Міронова Ю.В. Тенденції розвитку електронної комерції в Україні. *Матеріали міжнародної науково-технічної конференції молодих учених та студентів «Актуальні проблеми сучасної електроніки» (АПСЕ-2021)*. Вінниця: ВНТУ, 2021. С. 175–179.
4. 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.

Д-р екон. наук Семенча І. Є., Яремчак М. О.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ В СУЧАСНІЙ КОМЕРЦІЇ З ВРАХУВАННЯМ АДАПТАЦІЇ ДО УМОВ КРИЗИ

Сучасна економічна криза створює значні труднощі для комерційної діяльності в Україні. Військові дії, політична нестабільність, коливання валютного курсу, перебої у постачанні ресурсів та зростання вартості енергоресурсів є факторами, що ускладнюють роботу бізнесу. У таких умовах необхідність адаптації до кризових реалій та своєчасного прийняття відповідних управлінських рішень стає основним завданням для підприємців. Здатність оперативно реагувати на зміни і впроваджувати ефективні управлінські рішення дозволяє не лише зберегти бізнес, а й створювати конкурентні переваги.

Дослідження адаптації бізнесу до кризових умов та прийняття управлінських рішень стали темою робіт багатьох українських та міжнародних науковців.