Д-р екон. наук Небаба Н. О., Солом'яна Н. О.
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ЕКОНОМІКО-СТАТИСТИЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ РИНКУ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ

Електронна комерція відіграє важливу роль у трансформації торговельних процесів, формуванні нових бізнес-моделей та розширенні каналів збуту продукції. В Україні розвиток електронної торгівлі характеризується поступовим зростанням обсягів онлайн-продажів, розширенням інтернет-аудиторії та впровадженням цифрових фінансових технологій.

За даними аналітичних досліджень, обсяг онлайн-роздрібної торгівлі в Україні у 2024 році становив приблизно 239 млрд. грн., що на близько 33% більше порівняно з попереднім роком. Кількість онлайн-покупців перевищила 11 млн. осіб, що свідчить про активне поширення електронної комерції серед населення країни [2]. Динаміка розвитку електронної комерції в Україні демонструє стійке зростання протягом останніх років [1]. Розвиток електронної комерції зумовлюється комплексом економічних та соціально-технологічних факторів, серед яких ключову роль відіграють макроекономічна динаміка, рівень доходів населення, поширеність інтернет-технологій та розвиток платіжної інфраструктури. У наукових дослідженнях останніх років наголошується, що цифровізація економіки та розвиток онлайн-торгівлі виступають важливими чинниками економічного зростання [3].

Інформаційною базою стали статистичні дані щодо розвитку електронної торгівлі та макроекономічних показників України [2]. У дослідженні використано методи кореляційного та багатофакторного регресійного аналізу, що дозволяють оцінити взаємозв'язок між результативними та факторними змінними.

У межах дослідження результативною змінною виступає обсяг реалізованої продукції суб'єктів господарювання у сфері роздрібної торгівлі через мережу Інтернет (Y), млн. грн.

Факторними змінними обрано такі показники:

X_1 – валовий внутрішній продукт України, млн. грн.;

X_2 – кількість користувачів Інтернету;

X_3 – середня заробітна плата населення;

X_4 – рівень безробіття, %;

X_5 – обсяг безготівкових платіжних операцій, млн. грн.

Для визначення наявності взаємозв'язків між досліджуваними показниками було проведено кореляційний аналіз. З метою перевірки факторних змінних на мультиколінеарність використано алгоритм Фаррара–Глобера, що дозволило сформувати статистично коректну модель.

За результатами проведених розрахунків отримано оцінки параметрів регресійної моделі:

$$y = 25596{,}5 + 0{,}0137x_1 - 4479{,}4x_4 - 0{,}0093x_5 \quad (1)$$

де y – обсяг електронної торгівлі, млн. грн.

Отримані результати свідчать про наявність значущого впливу макроекономічних факторів на розвиток електронної комерції. Зокрема, зростання валового внутрішнього продукту на 1 млн. грн. за інших незмінних умов сприяє збільшенню обсягу електронної торгівлі приблизно на 0,0137 млн. грн. Водночас підвищення рівня безробіття на 1 відсотковий пункт призводить до зменшення обсягу онлайн-торгівлі приблизно на 4479,4 млн. грн., що пояснюється зниженням купівельної спроможності населення.

Отриману модель було використано для прогнозування розвитку ринку електронної комерції України. Прогнозування здійснювалося на основі двох сценаріїв розвитку економіки: оптимістичного та песимістичного. Результати прогнозування наведено в табл. 1.

Таблиця 1

Прогнозні значення обсягу електронної торгівлі в Україні на 2026 р.

Рік	Оптимістичний сценарій (млн. грн.)	Песимістичний сценарій (млн. грн.)
2026	62900,5	45910,4

Джерело: сформовано на основі розрахунків авторів

У разі реалізації оптимістичного сценарію обсяг електронної торгівлі може перевищити 62 млрд. грн. у 2026 році.

Отже, загалом результати дослідження підтверджують, що розвиток електронної комерції значною мірою залежить від макроекономічних факторів, рівня цифровізації економіки, доступності інтернет-інфраструктури та фінансових технологій.

Подальший розвиток цього сектору потребує вдосконалення нормативно-правової бази, розвитку цифрової інфраструктури тощо. Надалі є доцільність у поглибленому аналізі впливу цифрових платформ, фінансових технологій та міжнародної електронної торгівлі на розвиток українського ринку електронної комерції.

Список використаних джерел:

1. Державна служба статистики України URL: https://www.ukrstat.gov.ua/.
2. Дослідження українського eCommerce. Digital агентство Promodo: Онлайн-маркетинг повного циклу. URL: https://www.promodo.ua/ukrayinskiy-ecommerce-2024
3. Ломоносов Д. Компаративізм українських моделей прогнозування ймовірності банкрутства підприємства. *Економіка та суспільство*. 2024. № 64. URL: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-64-141.
4. Як змінилася електронна комерція у 2022 році – дослідження Admitad. Асоціація ритейлерів України – The profile association of retail market players. URL: https://rau.ua/novyni/e-commerce-admitad/.

Самойленков А. П.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

Розвиток роздрібної торгівлі в сучасних умовах визначається активною цифровізацією бізнес процесів та зростанням ролі технологічних інструментів у взаємодії зі споживачами. Під впливом цифрових технологій традиційні моделі ведення роздрібної торгівлі трансформуються, що зумовлено необхідністю оперативного реагування на зміни ринкового середовища, підвищенням рівня конкуренції та еволюцією споживчих очікувань. У таких умовах цифрові рішення формують основу для прийняття управлінських рішень, оптимізації операційної діяльності та підвищення ефективності функціонування торговельних підприємств.