

Електронний журнал «Ефективна економіка» включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Категорія «Б», Наказ Міністерства освіти і науки України № 975 від 11.07.2019). Спеціальності – 051, 071, 072, 073, 075, 076, 292. Ефективна економіка. 2025. № 12.

DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2025.12.26>

УДК 339.13.017(477+100)2015/2025

I. П. Ситник,

*д. е. н., професорка, завідувачка кафедри економічної теорії,
Національний університет харчових технологій
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-3906-770X>*

Т. В. Швед,

*ст. викл. кафедри економічної теорії,
Національний університет харчових технологій,
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9385-4819>*

О. С. Босенко,

*доцент кафедри економічної теорії,
Національний університет харчових технологій
ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0004-3414-8908>*

ГОРИЗОНТИ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ У ГЛОБАЛЬНИХ ТРЕНДАХ ТА УКРАЇНСЬКИХ РЕАЛІЯХ

I. Sytnyk,

*Doctor of Economic Sciences, Professor,
Head of the Department of Economic Theory,
National University of Food Technologies*

T. Shved,

*Senior Lecturer, Department of Economic Theory,
National University of Food Technologies*

O. Bosenko,

*Associate Professor, Department of Economic Theory,
National University of Food Technologies*

HORIZONS OF E-COMMERCE DEVELOPMENT IN GLOBAL TRENDS AND UKRAINIAN REALITIES

У статті досліджуються тенденції розвитку електронної комерції у світі та в Україні протягом 2015-2025 років у контексті цифрової економіки. Особлива увага приділяється трансформації бізнес-моделей, що виникають під впливом Інтернет-технологій, мобільної комерції та глобальної цифровізації. Розглянуто роль електронної торгівлі як ключового драйвера економічного зростання та підприємництва, а також її значення для розвитку стартапів і малого бізнесу. Проаналізовано виклики, пов'язані з прийняттям рішень у сфері цифрового бізнесу, включно з ризиками, що виникають у процесі інтеграції нових технологій та адаптації до умов пандемії й воєнних дій. Порівняльний аналіз світових і українських тенденцій дозволив визначити спільні риси та відмінності, а також перспективи інтеграції України у європейський цифровий простір. Результати дослідження мають практичне значення для підприємців, стартапів та державних інституцій, що формують політику розвитку електронної комерції.

This article provides a comprehensive examination of the evolution of e-commerce worldwide and in Ukraine between 2015 and 2025, situating the analysis within the broader framework of the digital economy and contemporary trade practices. Particular attention is devoted to the transformation of business models shaped by Internet technologies, mobile commerce, social media platforms, and global digitalization. E-commerce is examined as a crucial force behind economic development, entrepreneurial activity, and retail transformation, while simultaneously acting as a stimulus for the rise of startups and the growth of small and medium-sized businesses. The study emphasizes the role of digital business in reshaping decision making processes, highlighting risks associated with technological integration, cybersecurity, logistics, regulatory adaptation, and consumer trust.

The research methodology integrates statistical evaluation, comparative assessment, and forecasting tools, which together allow for the detection of

structural transformations in both global and Ukrainian e commerce markets. The results of the comparison highlight points of convergence and divergence: international markets are marked by diversification across multiple retail sectors, whereas the Ukrainian market has shown concentrated expansion in specific areas, strongly influenced by the COVID 19 pandemic and further complicated by wartime conditions. At the same time, Ukraine's movement toward European integration opens new prospects for aligning regulatory frameworks, enhancing digital infrastructure, and stimulating innovative forms of entrepreneurship.

The findings contribute to understanding how startups and established enterprises can leverage e commerce to build resilient business models, mitigate risks, and enhance competitiveness in the digital economy. They also provide practical insights for policymakers, regulators, and institutions seeking to support digital trade and entrepreneurship. The article concludes that sustainable development of e commerce requires coordinated efforts in technological innovation, logistics modernization, consumer protection, and international cooperation, ensuring that Ukraine's digital trade ecosystem aligns with global standards and remains adaptable to future challenges.

Ключові слова: *цифровий бізнес, торгівля, підприємництво, стартапи, цифрова економіка, бізнес-модель, Інтернет-технології, прийняття рішень, ризики*

Keywords: *digital business, trade, entrepreneurship, startups, digital economy, business model, Internet technologies, decision-making, risks.*

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Електронна комерція (e-commerce) протягом останнього десятиліття зазнала стрімкого розвитку й трансформації та представляє сьогодні найсучасніші сегменти економіки. Вона стала не лише інструментом продажу товарів і послуг, але й важливим чинником цифрової трансформації бізнесу, зміни споживчої

поведінки та формування нових бізнес-моделей. За даними міжнародних організацій, частка електронної комерції у світовій роздрібній торгівлі зростає з 7,4 % у 2015 році до 17,8 % у 2021 році, а до 2025 року прогнозується її збільшення понад 20 % [8; 10].

Актуальність дослідження викликана багатьма факторами. По-перше, глобальна цифровізація економіки надає нові можливості для бізнесу, але також створює виклики, пов'язані з конкуренцією, безпекою даних та регуляторними бар'єрами. По-друге, пандемія COVID-19 у 2020-2021 роках стала каталізатором масового переходу споживачів до онлайн-покупок, що спричинило різке зростання попиту на електронну комерцію у всіх сегментах - від продуктів харчування до електроніки. По-третє, війна в Україні з 2022 року суттєво вплинула на логістичні процеси, поведінку споживачів та стратегії компаній, змусивши бізнес шукати нові моделі розвитку та інтеграції у європейський ринок.

У науковій літературі електронна комерція розглядається як багатогранне явище, що охоплює економічні, технологічні та соціальні аспекти. Дослідники Дибчук Л. В. [1], Максютенко І. [4], Лугова О. І. [3] та ін. підкреслюють, що e-commerce є не лише каналом продажів, але й платформою для інновацій, яка стимулює розвиток фінтеху, мобільних додатків, аналітики великих даних та штучного інтелекту.

Особливе значення має аналіз розвитку електронної комерції в Україні. З одного боку український ринок демонструє ті самі тенденції, що й світовий: зростання мобільної комерції, поширення маркетплейсів, розвиток омніканальних стратегій. З іншого - він має власні специфічні риси: нижчий рівень доходів населення, проблеми з логістикою та регуляцією, а також вплив війни на економічну активність.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика розвитку електронної комерції активно досліджується як у світовій, так і в українській науковій літературі. У зарубіжних джерелах електронна комерція розглядається як ключовий чинник цифрової економіки, що сприяє

зростанню продуктивності, розширенню ринків та інтеграції країн у глобальні ланцюги постачання [8, 12, 13]. Особливу увагу приділяють впливу e-commerce на міжнародну торгівлю, розвиток фінансових технологій та трансформацію бізнес-моделей.

Вітчизняні дослідники також активно аналізують тенденції розвитку електронної комерції. Так, Дибчук Л. В. [1], підкреслює, що електронна комерція в Україні є одним із драйверів економічного зростання, особливо в умовах пандемії COVID-19, коли онлайн-торгівля стала основним каналом забезпечення потреб населення. Максютенко І. [4], зазначає, що ключовими факторами розвитку українського ринку є поширення мобільного Інтернету, вдосконалення платіжних систем та зростання довіри споживачів до онлайн-покупок. Лугова О. І., Терянік Д. О., Чебан М. В. у своїй роботі акцентують увагу на статистичних показниках, які демонструють стабільне зростання обсягів електронної комерції в Україні попри економічні та політичні виклики [3].

У міжнародних дослідженнях наголошується на ролі пандемії COVID-19 як каталізатора розвитку e-commerce [7, 10]. Зокрема, у 2020-2021 роках відбулося значне зростання попиту на онлайн-послуги доставки продуктів харчування, товарів першої необхідності та ліків. Це підтверджує тезу про те, що електронна комерція є адаптивною системою, здатною швидко реагувати на зміни зовнішнього середовища.

Важливим напрямом досліджень є аналіз технологічних інновацій у сфері e-commerce. У дослідженнях OECD [8] та UNCTAD [12] підкреслюється значення штучного інтелекту, великих даних та блокчейну для персоналізації покупок, безпеки транзакцій та оптимізації логістики. Українські автори звертають увагу на розвиток маркетплейсів, які стали основними платформами для малого та середнього бізнесу, забезпечуючи доступ до широкої аудиторії та інструментів цифрового маркетингу [2].

Розвиток електронного бізнесу в Україні значною мірою залежить від удосконалення платіжної інфраструктури та впровадження інноваційних

технологій у підприємницьку діяльність. У сучасних дослідженнях Ситник І.П. підкреслюється, що платіжні системи виступають базовим елементом функціонування електронної комерції. Їхня ефективність визначає рівень довіри споживачів, швидкість і безпеку транзакцій, а також створює передумови для масштабування бізнесу в онлайн-середовищі. Аналіз особливостей функціонування національної платіжної системи показує, що її модернізація та адаптація до цифрових викликів є необхідною умовою інтеграції України у глобальний електронний ринок [11].

Водночас у працях Ситник І.П. простежується акцент на інноваційних технологіях як рушійній силі сучасного підприємництва. Використання автоматизації, великих даних та штучного інтелекту трансформує бізнес-моделі, відкриває нові канали збуту та забезпечує конкурентні переваги на міжнародному рівні. Інновації не лише стимулюють економічне зростання, але й створюють нові можливості для розвитку електронної комерції - від персоналізованих маркетингових стратегій до оптимізації логістичних процесів [6].

Дослідження платіжних систем та інноваційного підприємництва дозволяє зробити висновок, що електронний бізнес в Україні розвивається на перетині двох взаємопов'язаних процесів: реформування фінансової інфраструктури та активного впровадження інноваційних технологій. Саме їхня взаємодія формує комплексні умови для сталого розвитку електронної комерції та її інтеграції у глобальну цифрову економіку.

Таким чином, аналіз літератури показав, що електронна комерція має багатокомпонентний характер та включає економічні, технологічні та соціальні аспекти. Вона виступає не лише як канал продажів, але й як інструмент інноваційного розвитку, що формує нові бізнес-моделі та сприяє інтеграції країн у глобальну економіку.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Мета роботи полягає у дослідженні основних тенденцій розвитку електронної комерції у

світі та в Україні за 2015-2025 роки, аналізі факторів впливу та окресленні перспектив подальшого розвитку.

Завданням дослідження є аналіз глобальних тенденцій розвитку електронної комерції у 2015-2025 роках; визначення особливостей розвитку e-commerce в Україні у зазначений період; проведення порівняльного аналізу українського та світового ринку; окреслення основних викликів та перспектив розвитку електронної комерції в Україні.

Методологічна основа даної роботи ґрунтується на комплексному використанні загальнонаукових та спеціальних методів, які дають можливість здійснити повний аналіз розвитку електронної комерції у світі та в Україні протягом 2015-2025 років. Обраний часовий інтервал пояснюється тим, що саме у цей період відбулися ключові трансформації ринку: з 2015 по 2019 рік спостерігалось стабільне зростання та формування глобальних і національних маркетплейсів; у 2020-2021 роках пандемія COVID-19 стала каталізатором масового переходу споживачів до онлайн-покупок; а з 2022 року на український ринок значний вплив справили воєнні дії, які зумовили проблеми з логістикою та водночас активізували процеси цифровізації. Таким чином, обраний період дозволяє простежити як етапи зростання, так і кризові явища, що формували сучасний вигляд електронної комерції.

Джерельна база дослідження включає міжнародні статистичні ресурси та звіти (Statista, OECD, UNCTAD, World Bank), що забезпечують можливість порівняльного аналізу глобальних тенденцій, а також національні джерела - дані Державної служби статистики України, Міністерства економіки, довілля та сільського господарства України та галузеві аналітичні огляди, які відображають специфіку українського ринку. Важливу роль відіграють наукові публікації українських та зарубіжних авторів, що дозволяють узагальнити теоретичні підходи та практичні результати досліджень. Крім того, у роботі використано інформацію щодо провідних компаній, таких як Amazon, Alibaba, Shopify, Rozetka, Prom.ua та OLX, які

виступають драйверами розвитку електронної комерції та демонструють різні моделі адаптації до змін зовнішнього середовища.

Методи дослідження охоплюють тренд-аналіз, що дозволяє виявити динаміку показників розвитку ринку, структурно-функціональний підхід, який застосовується для аналізу моделей електронної комерції та їхнього розвитку у різних країнах, а також порівняльний аналіз, що дає змогу зіставити тенденції розвитку електронної комерції в Україні та світі. Прогностичний метод застосовано для оцінки перспектив розвитку електронної комерції до 2025 року на основі наявних даних та експертних прогнозів.

Водночас дослідження має певні обмеження. Вони пов'язані з неповнотою статистичних даних у період воєнних дій, різними методиками збору інформації у міжнародних та національних джерелах, а також швидкою зміною технологій, що ускладнює довгострокове прогнозування. Незважаючи на це, запропонована методологія дозволяє не лише описати тенденції розвитку електронної комерції, але й сформулювати практичні рекомендації для бізнесу та державної політики.

Виклад основного матеріалу дослідження. Аналіз розвитку електронної комерції у світі протягом 2015-2025 років свідчить про її поступове перетворення з допоміжного каналу продажів на стратегічний напрям глобальної економіки. У період з 2015 по 2019 рік спостерігалось стабільне зростання обсягів онлайн-торгівлі, що було зумовлено поширенням мобільного інтернету, вдосконаленням платіжних систем та формуванням великих маркетплейсів, таких як Amazon, eBay, та Alibaba. Саме в цей час мобільна комерція почала домінувати над традиційними веб-платформами, а розвиток логістики «останньої милі» забезпечив швидке та зручне отримання товарів споживачами. Складові електронної комерції представлено на рис.1.

Моделі	Технології	Фактори розвитку
•B2C •B2B •C2C •C2B	•Мобільні додатки •Big Data •Штучний інтелект • Блокчейн •AR/VR	•Цифровізація •Доступність Інтернету •Розвиток платіжних систем •Зміни у споживчій культурі

Рис. 1. Складові електронної комерції

Джерело: узагальнено автором на підставі джерел [1-13].

Період 2020-2021 років став переломним для світового ринку. Пандемія COVID-19 різко змінила поведінку споживачів, які масово перейшли до онлайн-покупок. Це призвело до стрімкого зростання попиту на товари першої необхідності, продукти харчування, ліки та побутову хімію. Водночас відбулося поширення безконтактних платежів, що стало важливим фактором довіри до електронної комерції. У цей час багато компаній були змушені адаптувати свої бізнес-моделі, інтегруючи онлайн-канали продажів у традиційні системи. Глобальні тенденції в електронній комерції (2015-2025) представлено на рис. 2.

2015-2019	2020-2021	2022-2025
•Стрімке зростання Amazon, Alibaba, eBay •Мобільна комерція стає домінуючим каналом •Розвиток логістики та доставки «останньої милі»	•Пандемія COVID-19 → різкий стрибок онлайн-продажів •Зростання FMCG-сегменту (продукти, ліки, побутова хімія) •Поширення безконтактних платежів	•Оmnіканальність: інтеграція онлайн і офлайн •Соціальна комерція (Instagram, TikTok, Facebook) •AI-персоналізація, динамічні ціни, чат-боти •Криптоматіжки та нові fintech-рішення •Прогноз: частка e-commerce у світовій роздрібній торгівлі досягне 25-30%

Рис. 2. Глобальні тенденції в електронній комерції (2015-2025)

Джерело: узагальнено автором на підставі джерел [7; 8; 10; 12; 13].

У 2022-2025 роках глобальний ринок характеризується подальшою інтеграцією онлайн і офлайн-торгівлі, що отримало назву омніканальності. Соціальні мережі, такі як Instagram, TikTok та Facebook, перетворилися на важливі платформи для комерції, де продажі здійснюються безпосередньо через інтерактивні інструменти. Штучний інтелект та аналітика великих даних забезпечують персоналізацію покупок, динамічне ціноутворення та автоматизацію комунікації зі споживачами. Водночас зростає роль криптовалют та фінтех-рішень, які поступово інтегруються у платіжні системи. За прогнозами, до 2025 року частка електронної комерції у світовій роздрібній торгівлі досягне понад 20 %, що свідчить про її стратегічне значення для глобальної економіки (Табл.1).

Таблиця 1. Динаміка світового ринку e-commerce (2015-2025)

Рік	Обсяг ринку, трлн \$	Частка у світовій роздрібній торгівлі, %
2015	1,5	7,4
2016	1,8	8,6
2017	2,3	10,2
2018	2,8	11,9
2019	3,3	13,6
2020	4,2	16,0
2021	4,9	17,8
2022	5,3	18,5
2023	5,7	19,2
2024	6,0	19,8
2025 (прогноз)	6,3	20,5

Джерело: сформовано на основі [7; 8; 10; 12; 13].

Український ринок електронної комерції розвивався у власній специфічній динаміці. У 2015-2019 роках відбулося формування ключових маркетплейсів, серед яких Rozetka, Prom.ua та OLX, що стали основними платформами для онлайн-торгівлі. У цей період спостерігалось поступове зростання довіри споживачів до онлайн-покупок, а основними категоріями товарів залишалися електроніка та fashion-сегмент. Українські тенденції в електронній комерції (2015-2025) представлено на рис. 3.

2015-2019	2020-2021	2022-2025
•Формування маркетплейсів: Rozetka, Prom.ua, OLX •Зростання довіри до онлайн-покупок •Основні категорії: електроніка, fashion	•Пандемія → бум доставки, розвиток FMCG •Активне використання мобільних додатків •Зростання ролі кур'єрських служб (Нова Пошта, Glovo)	•Війна: проблеми логістики, релокація бізнесів •Зростання цифрових сервісів, мобільних платежів •Популярні категорії: продукти, електроніка, товари для дому •Інтеграція з європейським ринком, адаптація до стандартів ЄС

Рис. 3. Українські тенденції в електронній комерції (2015-2025)

Джерело: узагальнено автором на підставі джерел [5; 9; 10].

Пандемія COVID-19 у 2020-2021 роках спричинила справжній бум доставки та розвиток FMCG-сегменту. Українські споживачі активно почали користуватися мобільними додатками, а кур'єрські служби, такі як «Нова Пошта» та Glovo, стали ключовими гравцями ринку. Це забезпечило швидку адаптацію бізнесу до нових умов та сприяло зростанню обсягів онлайн-торгівлі.

З 2022 року український ринок зазнав значного впливу війни. Логістичні проблеми, руйнування інфраструктури та релокація бізнесів стали серйозними викликами для розвитку електронної комерції. Водночас саме в цей період відбулося активне зростання цифрових сервісів та мобільних платежів, що дозволило підтримати функціонування ринку навіть у кризових умовах. Популярними категоріями стали продукти харчування, електроніка та товари для дому, що відображає зміну споживчих пріоритетів. Динаміка українського ринку e-commerce (2015-2025) представлена у табл. 2.

Результати дослідження свідчать про те, що електронна комерція у світі та в Україні пройшла шлях від експериментального каналу продажів до стратегічного напрямку економічного розвитку. Світовий ринок демонструє стабільне зростання та інтеграцію новітніх технологій, тоді як український

ринок, попри кризові явища, зберігає позитивну динаміку та має значний потенціал для інтеграції у європейський цифровий простір.

Таблиця 2. Динаміка українського ринку e-commerce (2015-2025)

Рік	Обсяг ринку, млрд грн	Частка у роздрібній торгівлі, %
2015	25	1,2
2016	32	1,6
2017	41	2,1
2018	55	3,0
2019	70	4,2
2020	88	6,0
2021	110	7,5
2022	135	8,0
2023	190	7,5
2024	239	10,0
2025 (прогноз)	260	10,5

Джерело: узагальнено автором на підставі джерел [5; 9; 10].

Порівняння розвитку електронної комерції в Україні та світі у 2015-2025 роках дозволяє виявити як спільні риси, так і значні відмінності, що виникли внаслідок економічних, соціальних та політичних чинників. Світовий ринок електронної комерції характеризується високими темпами зростання, широким впровадженням інноваційних технологій та інтеграцією у глобальні ланцюги постачання. Український ринок, хоча й демонструє позитивну динаміку, розвивається у складніших умовах, що визначають його специфіку. Порівняльний аналіз розвитку електронної комерції «Україна - світ» представлено на рис. 4

Схожість	Відмінності	Потенціал
• Мобільна комерція • Омніканальність • AI-персоналізація	• Логістичні ризики • Регуляторні бар'єри • Нижчий рівень доходів	• Експорт цифрових послуг • Інтеграція у європейські ланцюги постачання

Рис. 4. Порівняльний аналіз розвитку електронної комерції «Україна - світ»

Джерело: узагальнено автором на підставі джерел [5; 7-10; 12; 13].

Схожою рисою є домінування мобільної комерції, яка стала основним каналом взаємодії зі споживачами. Як у світі, так і в Україні, мобільні додатки та соціальні мережі перетворилися на ключові платформи для здійснення покупок. Водночас омніканальні стратегії, що поєднують онлайн і офлайн-торгівлю, стали стандартом для великих компаній. Це свідчить про глобальну тенденцію до інтеграції різних каналів продажів з метою забезпечення максимальної зручності для споживачів.

Відмінності проявляються насамперед у масштабах та структурі ринку. У світі електронна комерція охоплює практично всі сегменти роздрібної торгівлі, включаючи продукти харчування, електроніку, товари для дому, одяг та послуги. В Україні ж до 2019 року основними категоріями залишалися електроніка та fashion-сегмент, тоді як продукти харчування та товари першої необхідності почали активно розвиватися лише під час пандемії. Це свідчить про відставання українського ринку від глобальних тенденцій, хоча згодом він почав їх наздоганяти. Динаміка розвитку e-commerce у світі та в Україні (2015-2025) представлена на рис.5.

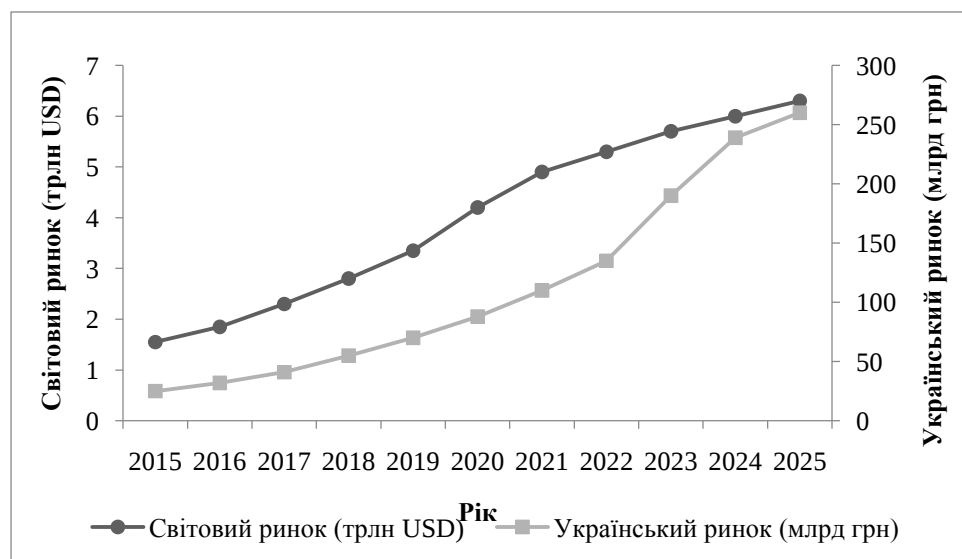


Рис. 5. Динаміка розвитку e-commerce у світі та в Україні (2015-2025)

Джерело: Систематизовано, узагальнено та згруповано за даними [5; 7-10; 12; 13].

Важливим чинником є рівень доходів населення. У розвинених країнах електронна комерція розвивається на тлі високої купівельної спроможності, що забезпечує стабільний попит на широкий спектр товарів. В Україні нижчий рівень доходів обмежує можливості споживачів, що впливає на структуру попиту та середній чек. Крім того, війна з 2022 року суттєво ускладнила логістичні процеси, що стало додатковим бар'єром для розвитку ринку.

Ще однією відмінністю є регуляторне середовище. У світі електронна комерція функціонує в умовах відносно стабільної правової бази, яка сприяє розвитку бізнесу та захисту прав споживачів. У свою чергу, в Україні регуляторні бар'єри залишаються значними, що ускладнює інтеграцію у глобальні ланцюги постачання. Водночас процеси євроінтеграції відкривають нові можливості для гармонізації законодавства та адаптації до європейських стандартів.

Порівняльний аналіз показує, що український ринок електронної комерції розвивається у руслі глобальних тенденцій, але має власні специфічні риси, зумовлені економічними та політичними умовами. Незважаючи на виклики, він показує здатність до адаптації та інтеграції у європейський цифровий простір, що створює перспективи для його подальшого зростання.

Розвиток електронної комерції у світі та в Україні відбувається з низкою викликів, які визначають темпи та напрями її трансформації. Одним із ключових викликів є логістика. У глобальному масштабі компанії стикаються з проблемою оптимізації доставки «останньої милі», що потребує значних інвестицій у транспортну інфраструктуру та цифрові системи управління. В Україні логістичні труднощі мають ще більш виражений характер через воєнні дії, руйнування транспортних шляхів та необхідність релокації бізнесів. Це створює додаткові витрати для компаній та знижує ефективність функціонування ринку.

Другим важливим викликом є питання безпеки. Зростання обсягів онлайн-транзакцій супроводжується підвищенням ризиків кіберзлочинності, шахрайства та витоку персональних даних. У світовій практиці ці проблеми вирішуються шляхом впровадження багаторівневих систем захисту, використання технологій блокчейну та біометричної ідентифікації. В Україні питання безпеки залишається актуальним, оскільки рівень довіри споживачів до онлайн-покупок значною мірою залежить від гарантій захисту їхніх даних та фінансових операцій.

Перспективи розвитку електронної комерції пов'язані насамперед із впровадженням новітніх технологій. Штучний інтелект, аналітика великих даних, персоналізація покупок стають стандартними інструментами для підвищення ефективності бізнесу. У світовій практиці активно розвиваються криптоплатежі та фінтех-рішення, які забезпечують швидкість і безпеку транзакцій. В Україні ці технології лише починають інтегруватися, але мають значний потенціал для поширення, особливо в умовах цифровізації фінансового сектору.

Важливим напрямом перспективного розвитку є використання технологій доповненої та віртуальної реальності, які дозволяють створювати інтерактивні платформи для взаємодії зі споживачами. Це надає нові можливості для маркетингу та продажів, особливо у сегменті fashion та товарів для дому. Виклики та перспективи розвитку електронної комерції в Україні представлено на рис. 6.

Таким чином, електронна комерція в Україні стикається з низкою перешкод, серед яких логістика, безпека та регуляція є найбільш значущими. Водночас перспективи розвитку пов'язані з впровадженням інноваційних технологій, підвищенням довіри споживачів та інтеграцією у європейський цифровий простір, що, в свою чергу, створить умови для розширення експортних можливостей та залучення іноземних інвестицій в країну. Це дозволяє прогнозувати стабільне зростання електронної комерції у найближчі роки навіть попри складні економічні та політичні умови.

Виклики	Перспективи	Прогноз
• Логістика • Безпека • Регуляція • Довіра споживачів	• Розвиток fintech, • криптоплатежів, • AR-технологій • Міжнародна інтеграція	• Стабільне зростання після завершення війни • Орієнтація на європейський ринок

Рис. 6. Виклики та перспективи розвитку електронної комерції в Україні

Джерело: розроблено на основі [1-13].

Висновки та перспективи подальших розвідок у даному напрямі.

Проведене дослідження дозволяє зробити певні узагальнення щодо розвитку електронної комерції у світі та в Україні протягом 2015-2025 років. Світовий ринок електронної комерції продемонстрував стабільне та динамічне зростання, перетворившись із допоміжного каналу продажів на стратегічний напрям глобальної економіки. Важливими чинниками цього процесу стали поширення мобільного інтернету, вдосконалення платіжних систем, розвиток логістики та впровадження інноваційних технологій, зокрема штучного інтелекту, великих даних і блокчейну. Пандемія COVID-19 виступила каталізатором прискореної трансформації ринку, а період 2022-2025 років ознаменувався інтеграцією онлайн і офлайн-торгівлі, поширенням соціальної комерції та впровадженням фінтех-рішень.

Український ринок електронної комерції розвивався у власній специфічній динаміці. У 2015-2019 роках він пройшов етап становлення, коли сформувалися ключові маркетплейси та зросла довіра споживачів до онлайн-покупок. Пандемія COVID-19 у 2020-2021 роках спричинила різке зростання попиту на доставку та розвиток FMCG-сегменту. З 2022 року ринок зазнав значного впливу війни, що ускладнило логістичні процеси та змінило структуру попиту. Водночас саме у цей період відбулося активне

поширення цифрових сервісів та мобільних платежів, що свідчить про здатність українського бізнесу адаптуватися до кризових умов.

Порівняльний аналіз показав, що український ринок розвивається у руслі глобальних тенденцій, але має власні специфічні риси, зумовлені економічними та політичними умовами. Основними відмінностями є нижчий рівень доходів населення, проблеми з логістикою та регуляцією, а також вплив війни на економічну активність. Водночас процеси євроінтеграції відкривають нові можливості для гармонізації законодавства та інтеграції у європейський цифровий простір.

Виклики, з якими стикається електронна комерція в Україні, пов'язані насамперед із логістикою, безпекою та регуляторним середовищем. Перспективи розвитку полягають у впровадженні інноваційних технологій, підвищенні довіри споживачів та інтеграції у глобальні ринки. Це дозволяє прогнозувати стабільне зростання електронної комерції у найближчі роки, навіть попри складні економічні та політичні умови.

Таким чином, електронна комерція у світі та в Україні пройшла шлях від експериментального каналу продажів до стратегічного напрямку економічного розвитку. Вона стала важливим чинником цифрової трансформації, що визначає майбутнє глобальної та національної економіки. Для України електронна комерція є не лише інструментом адаптації до сучасних викликів, але й перспективним напрямом інтеграції у європейський цифровий простір.

Література

1. Дибчук Л. В. Тренди та прогнози розвитку електронної комерції в світі та в Україні. *Регіональна економіка та управління*. 2019. № 1 (23). С. 52-56.
2. Крилов Д. В. Розвиток електронної комерції в Україні в сучасних умовах. *Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління*. 2024. № 12. DOI: <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2024-12-03-02>

3. Лугова О. І., Терянік Д. О., Чебан М. В. Тенденції розвитку електронної комерції: статистика та ключові факти. *Modern Economics*. 2024. № 44. С. 99-104. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V44\(2024\)-16](https://doi.org/10.31521/modecon.V44(2024)-16)

4. Максютенко І. Аналіз тенденцій розвитку електронної комерції. *Економіка та суспільство*. 2024. № 64 С. 45-52. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-64-54>

5. Міністерство економіки, довкілля та сільського господарства України. Звіти про розвиток електронної комерції в Україні. Київ : Міністерство економіки України, 2025. URL: <https://me.gov.ua> (дата звернення: 02.11.2025).

6. Ситник І. П., Струнгар А. В., Гловацький Д. В. Інноваційні технології та розвиток підприємництва у сучасному світі. Ефективна економіка. 2024. № 6. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2024.6.15>

7. International Labour Organization (ILO). Impact of Digitalization on Employment. Geneva : ILO Publications, 2024. URL: <https://www.ilo.org> (дата звернення: 02.11.2025).

8. Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). Digital Trade and E-Commerce Trends. Paris : OECD Publishing, 2024. URL: <https://www.oecd.org> (дата звернення: 01.11.2025).

9. Promodo. Український e-commerce 2025: дослідження та ключові тенденції, 2025. URL: <https://www.promodo.ua> (дата звернення: 02.11.2025).

10. Statista. E-commerce worldwide – statistics & facts, 2025. URL: <https://www.statista.com> (дата звернення: 02.11.2025).

11. Sytnyk I., Pugachov M., Pugachov V. Features functioning of the payment system of Ukraine. *Financial and Credit Activity: Problems of Theory and Practice*. 2023. Vol. 1 (48). DOI: 10.55643/fcaptp.1.48.2023.3962

12. United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD). E-Commerce and Development Report. Geneva : United Nations, 2023. URL: <https://unctad.org> (дата звернення: 02.11.2025).

13. World Bank. Digital Economy and E-Commerce Reports. Washington, DC : World Bank Group, 2025. URL: <https://www.worldbank.org> (дата звернення: 02.11.2025).

References

1. Dybchuk, L.V. (2019), "Trends and forecasts of the development of electronic commerce in the world and in Ukraine", *Rehional'na Ekonomika ta Upravlinnya*, vol. 1 (23), pp. 52-56.

2. Krylov, D.V. (2024), "Development of electronic commerce in Ukraine in modern conditions", *Problemy suchasnykh transformatsiy. Seriya: ekonomika ta upravlinnya*, vol. 12, DOI: <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2024-12-03-02>

3. Lugova, O.I. Teryanik, D.O. and Cheban, M.V. (2024), "Trends in the development of electronic commerce: statistics and key facts", *Modern Economics*, vol. 44, pp. 99-104, DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V44\(2024\)-16](https://doi.org/10.31521/modecon.V44(2024)-16)

4. Maksyutenko, I. (2024), "Analysis of the trends of the development of electronic commerce", *Ekonomika ta suspil'stvo*, vol. 64, pp. 45-52, DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-64-54>

5. Ministry of Economy, Environment and Agriculture of Ukraine (2025), "Reports on e-commerce development in Ukraine", available at: <https://me.gov.ua> (Accessed 2 November 2025).

6. Sytnyk, I.P. Strungar, A.V. and Glowatskyi, D.V. (2024), "Innovative technologies and the development of entrepreneurship in the modern world", *Efektivna ekonomika*, vol. 6, DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2024.6.15>

7. International Labour Organization (ILO) (2024), "Digital transformation in employment policies", available at: <https://www.ilo.org> (Accessed 2 November 2025).

8. Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). (2024), "Digital Trade and E-Commerce Trends", available at: <https://www.oecd.org> (Accessed 2 November 2025).

9. Promodo (2025), “Ukrainian e-commerce 2025: research and key trends”, available at: [https:// www.promodo.ua](https://www.promodo.ua) (Accessed 2 November 2025).
10. Statista (2025), “E-commerce worldwide – statistics & facts”, available at: <https://www.statista.com> (Accessed 2 November 2025).
11. Sytnyk, I. Pugachov, M. and Pugachov, V. (2023), “Features functioning of the payment system of Ukraine”, Financial and Credit Activity: Problems of Theory and Practice, vol. 1 (48), DOI: <https://doi.org/10.55643/fcaptp.1.48.2023.3962>
12. United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) (2023), “E-commerce and digital economy programme: Year in review 2023”, available at: <https://unctad.org> (Accessed 2 November 2025).
13. World Bank (2025), “Digital progress and trends report 2025”, available at: <https://www.worldbank.org> (Accessed 2 November 2025).

Стаття надійшла до редакції 06.12.2025 р.