

ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ: СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ, ВИКЛИКИ ТА ПРОГНОЗИ

Здійснено комплексний аналіз сучасного стану та перспектив електронної комерції (e-commerce) як драйвера цифрової економіки. Розглядається зростання e-commerce в Україні, підкреслюючи зростаючу частку онлайн-торгівлі в загальному обсязі роздрібних продажів та нові тенденції в цифрових бізнес-моделях. Особливу увагу приділено різним моделям електронної комерції, таким як B2C, B2B, C2C та C2B, та їх впливу на ринкові сегменти та поведінку споживачів.

У роботі також аналізується роль регуляторних frameworks як в Україні, так і в Європейському Союзі, у формуванні ринку електронної комерції. Окремо розглядаються впливи таких регуляцій, як PSD2 та GDPR в ЄС і їх аналоги в українському законодавстві. Крім того, досліджуються технологічні інновації, зокрема штучний інтелект (AI), доповнена реальність (AR) та сервіси BNPL (Buy Now Pay Later), що сприяють покращенню користувацького досвіду, підвищенню конверсії та зниженню ризиків у ланцюгах постачання.

Здійснено прогноз подальшого розвитку електронної комерції, зокрема значним зростанням ринку та інтеграцією передових технологій у найближчі роки. Наголошено на необхідності адаптації бізнесу до змін в регуляторному, технологічному та споживчому середовищі для збереження конкурентоспроможності.

Ключові слова: електронна комерція, цифрова економіка, моделі e-commerce, регуляторні рамки, штучний інтелект, доповнена реальність, BNPL.

Електронна комерція (e-commerce) стала ключовим драйвером цифрової економіки, формуючи нові канали збуту, підходи до обслуговування клієнтів і бізнес-моделі. Гнучкість онлайн-торгівлі та зростаюча проникність Інтернету сприяють експоненційному збільшенню обсягів продажів у всіх регіонах світу. В Україні частка e-commerce в роздрібному товарообігу перевищила 12 % у 2024 р., що підтверджує високий попит на цифрові послуги [1].

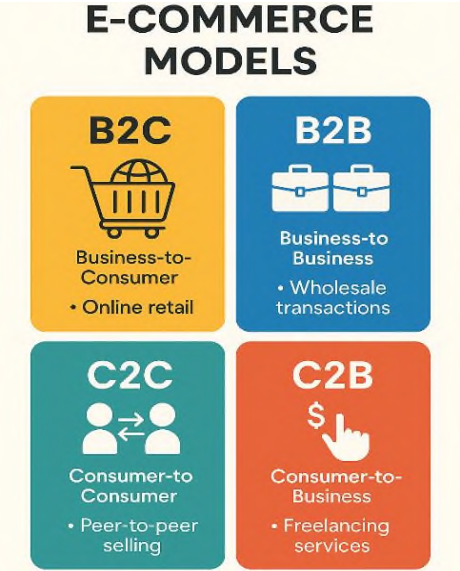


Рис. 1. Моделі комерції

Моделі електронної комерції поділяють на B2C, B2B, C2C та C2B (рис. 1). Кожна обслуговує різні сегменти ринку та передбачає відмінні механізми взаємодії між учасниками. Порівняння ключових характеристик наведено у табл. 1.

Таблиця 1.

Порівняння моделей електронної комерції			
Модель	Сегмент	Ключові риси	Приклад
B2C	Бізнес → Споживач	Роздрібний продаж	Rozetka, Amazon

		товарів/послуг онлайн	
B2B	Бізнес → Бізнес	Оптові закупівлі, корпоративні платформи	Prom.ua B2B, Alibaba
C2C	Споживач → Споживач	Peer- to- peer торгівля	eBay, OLX
C2B	Споживач → Бізнес	Фриланс- біржі, краудсорсинг	Upwork, Fiverr

За даними Української асоціації електронної комерції, упродовж 2021 - 2024 рр. обсяг онлайн- продажів зростав у середньому на 18 % щороку (табл. 2). Розвиток логістичної інфраструктури, зокрема PUDO- пунктів і мереж поштоматів, сприяє зниженню витрат на «остання милю» та підвищує задоволеність споживачів.

Таблиця 2.

Динаміка українського ринку e- commerce (2021–2024 рр.)

Рік	Обсяг ринку, млрд ₴	Δ, %	Онлайн- покупки, млн
2021	118	–	12.3
2022	135	14.4	13.7
2023	158	17.0	15.2
2024	186	17.7	17.6

Регуляторне середовище значно впливає на розвиток e- commerce. У ЄС запровадження PSD2 стимулює конкуренцію на ринку платежів, а GDPR визначає жорсткі вимоги до захисту персональних даних. В Україні діють Закон «Про електронну комерцію» № 675- VIII та оновлені правила дистанційної торгівлі, які гармонізують місцеве законодавство з директивами ЄС.

Вплив ключових технологій на e- commerce узагальнено в табл. 3 та на рис. 2.



Рис. 2. Вплив провідних технологій на електронну комерцію

Основні виклики галузі включають кіберризики, забезпечення надійності ланцюгів постачання та необхідність персоналізованого сервісу без втрати приватності користувачів. Компанії впроваджують Zero- Trust Security та DDP- моделі, аби мінімізувати збитки від шахрайства й покращити клієнтський досвід.

Таблиця 3.

Вплив провідних технологій на електронну комерцію [2]

Технологія	Сфера застосування	Очікуваний ефект
Штучний інтелект	Персоналізація, прогноз попиту	↑ конверсії, ↓ оверсток
AR/VR	Віртуальний огляд товарів	↑ довіра до бренду
Headless CMS	Гнучкий front- end	↓ time- to- market
BNPL	Платежі	↑ середній чек

Провідні технологічні тренди 2025 р. (рис. 2):

- інтеграція ІІІ- рекомендацій, що підвищує коефіцієнт конверсії на 10–15 %;
- зростання частки платежів BNPL (Buy Now Pay Later) до 8 % у структурі онлайн- транзакцій;
- використання доповненої реальності (AR) для візуалізації товарів;
- впровадження headless- архітектур задля гнучкості front- end.

Згідно з прогнозами аналітиків eMarketer, глобальний обсяг ринку електронної комерції (e-commerce) до 2027 року перевищить 7 трильйонів доларів США, що свідчить про неймовірне зростання цієї галузі в наступні роки. Водночас, країни Центральної та Східної Європи, включаючи Україну, продовжать демонструвати значні темпи зростання: щорічний приріст у цих регіонах очікується на рівні 14–16% [3]. Це створює сприятливі умови для розвитку e-commerce у країнах, що ще не досягли максимальної насиченості ринку.

В Україні, в умовах стабільності макроекономічної ситуації та впровадження необхідних структурних реформ, сектор електронної комерції може досягти обороту в 280 мільярдів гривень до 2027 року. Такий показник стане результатом не тільки підвищення попиту на онлайн-послуги та товари, а й розвитку інфраструктури, зокрема, покращення логістичних процесів і адаптації місцевих компаній до змін в глобальних трендах.

Електронна комерція є одним з найбільш динамічних і перспективних сегментів цифрової економіки, оскільки вона не тільки забезпечує значні фінансові потоки, а й відкриває нові можливості для бізнесу, створюючи можливість залучення глобальних клієнтів без прив'язки до географічних меж. Проте для подальшого розвитку ринку e-commerce в Україні необхідно звернути особливу увагу на кілька ключових аспектів.

По-перше, адаптація бізнесу до постійно змінюваного регуляторного середовища стане важливим фактором. Регулювання електронної комерції вимагає постійного оновлення, оскільки зміни в законодавстві, таких як введення нових стандартів захисту персональних даних або фінансових транзакцій, можуть суттєво впливати на бізнес-процеси. По-друге, технологічні інновації, зокрема впровадження штучного інтелекту (AI), будуть визначати конкурентоспроможність на ринку. Інтелектуальні системи здатні покращити обслуговування клієнтів, підвищити персоналізацію та оптимізувати маркетингові стратегії.

Не менш важливим є забезпечення високого рівня безпеки даних користувачів. Захист персональних даних та фінансових транзакцій повинен залишатися в центрі уваги, оскільки зростання обсягів онлайн-торгівлі сприяє збільшенню кіберзагроз. Нарешті, підтримка ефективної логістики та омніканального підходу в обслуговуванні клієнтів є ще однією важливою умовою розвитку. В умовах зростаючої конкуренції на ринку e-commerce бізнеси мають бути готові до інтеграції різних каналів продажу, забезпечуючи зручність і швидкість обслуговування для своїх клієнтів, що підвищить їх лояльність та дозволить збільшити частку на ринку.

Таким чином, щоб максимально використати потенціал електронної комерції в Україні та на глобальному рівні, підприємства повинні не лише впроваджувати новітні технології, але й бути готовими до змін в регуляторному середовищі, активно працювати над підвищенням безпеки та ефективності своїх бізнес-процесів.

References

1. UNCTAD (2025). E-commerce and Digital Economy – Analytics and annual reports on the global development of electronic commerce. Retrieved from: <https://unctad.org/topic/ecommerce-and-digital-economy> (accessed: April 30, 2025).
2. Ecommerce Europe (2025). Reports & Insights – Industry reports and indicators of e-commerce in EU countries. Retrieved from: <https://ecommerce-europe.eu/research/> (accessed: April 30, 2025).
3. eMarketer / Insider Intelligence (2025). Statistics, forecasts, and trends in global retail online commerce. Retrieved from: <https://www.emarketer.com/> (accessed: April 30, 2025).

DOI 10.34132/mspc2025.01.14.24

Oleksandr Yanovskyi
Maryna Falenkova
Jurij Reshetnik

ELECTRONIC COMMERCE: CURRENT TRENDS, CHALLENGES AND FORECASTS

A comprehensive analysis of the current state and prospects of e-commerce as a driver of the digital economy has been carried out. The work examines the growth of e-commerce in Ukraine, highlighting the increasing share of online trade in the overall retail sales volume and new trends in digital business models. Special attention is given to various models of electronic commerce, such as B2C, B2B, C2C, and C2B, and their impact on market segments and consumer behavior.

The paper also analyzes the role of regulatory frameworks both in Ukraine and the European Union in shaping the e-commerce market. The influences of regulations such as PSD2 and GDPR in the EU, and their analogs in Ukrainian legislation, are discussed separately. In addition, technological innovations, particularly artificial intelligence (AI), augmented reality (AR), and Buy Now Pay Later (BNPL) services, are examined for their role in enhancing user experience, improving conversion rates, and reducing risks in supply chains.

The paper concludes with a forecast of the future development of e-commerce, including significant market growth and the integration of advanced technologies in the coming years. The necessity for businesses to adapt to changes in the regulatory, technological, and consumer environments to maintain competitiveness is emphasized.

Key words: *electronic commerce, digital economy, e-commerce models, regulatory frameworks, artificial intelligence, augmented reality, BNPL.*

Відомості про автора / Information about the Author

Яновський Олександр, здобувач спеціальності 121 «Інженерія програмного забезпечення», Чорноморський національний університет імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна. E-mail: ol.yanovskyi@gmail.com, orcid: <https://orcid.org/0009-0006-1105-4364>

Oleksandr Yanovskyi, 4th-year student of the specialty 121 "Software Engineering", Petro Mohyla Black Sea National University, Mykolaiv, Ukraine. E-mail: ol.yanovskyi@gmail.com, orcid: <https://orcid.org/0009-0006-1105-4364>

Фаленкова Марина, старша викладачка кафедри інженерії програмного забезпечення, Чорноморський національний університет імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна. E-mail: marynakotova@gmail.com, orcid: <https://orcid.org/0000-0001-7797-0142>

Maryna Falenkova, Senior Lecturer at the Department of Software Engineering, Petro Mohyla Black Sea National University, Mykolaiv, Ukraine. E-mail: marynakotova@gmail.com, orcid: <https://orcid.org/0000-0001-7797-0142>.

Решетнік Юрій, старший викладач кафедри інженерії програмного забезпечення, Чорноморський національний університет імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна. E-mail: jurij.reshetnik@chmmu.edu.ua, orcid: <https://orcid.org/0000-0001-7797-0142>

Jurij Reshetnik, Senior Lecturer at the Department of Software Engineering, Petro Mohyla Black Sea National University, Mykolaiv, Ukraine. E-mail: jurij.reshetnik@chmmu.edu.ua, orcid: <https://orcid.org/0009-0004-7430-7467>.