

Дар'я Бутенко

*к. е. н, доцент, доцент кафедри підприємництва, торгівлі та туристичного бізнесу
ХНЕУ імені Семена Кузнеця, Україна
butenko.hneu@gmail.com*

Марія Демиденко

*здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
освітньо-професійна програма «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
ХНЕУ імені Семена Кузнеця, Україна
mashaademii@gmail.com*

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ

CURRENT TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF ELECTRONIC COMMERCE

Анотація. У тезах розглянуто ключові напрями розвитку електронної торгівлі в умовах цифрової трансформації економіки. Визначено основні переваги онлайн-торгівлі, серед яких – зручність, персоналізація, асортимент продукції і ефективні логістичні рішення. Розглянуто виклики, пов'язані з інформаційною безпекою, логістикою, платіжними системами та утриманням клієнтів. Наведено статистичні прогнози розвитку світового ринку електронної комерції та підкреслено його випереджальні темпи зростання порівняно з традиційною роздрібною торгівлею.

Abstract. The abstract examines the key directions in the development of electronic commerce within the context of the digital transformation of the economy. The main advantages of online trade are identified, including convenience, personalization, a wide range of products, and efficient logistics solutions. The paper also discusses challenges related to information security, logistics, payment systems, and customer retention. Statistical forecasts for the growth of the global e-commerce market are presented, emphasizing its faster expansion compared to traditional retail trade.

Ключові слова: торгівля, електронна комерція, інтернет-магазин, користувач, інтернет-безпека, бізнес-середовище.

Key words: commerce, electronic commerce, online store, user, internet security, business environment.

Протягом останнього десятиліття спостерігається інтенсивний розвиток інформаційно-комунікаційних технологій та активний перехід від традиційної роздрібною торгівлі до онлайн-продажів, що створює нові можливості для розвитку електронної комерції та сприяє розширенню ринків збуту. У результаті швидкими темпами розвиваються сегменти B2C, B2B і C2C. Такі тенденції обумовлені тим, що споживачі дедалі частіше обирають зручні, швидкі та персоналізовані покупки, а інтернет-магазини здатні задовольнити ці запити завдяки широкому асортименту товарів, системами лояльності, цілодобовому доступу та розвитку логістики. Водночас розвиток електронної торгівлі супроводжується певними викликами, такими як проблеми з безпекою персональних даних, шахрайством, платіжною інфраструктурою та високою конкуренцією. Вирішення зазначених проблем привертає увагу науковців та практиків, адже означені питання становлять загрози для розвитку бізнесу. Варто зазначити, що в умовах турбулентного середовища та дії військового стану на території України, електронна торгівля стає ключовим інструментом забезпечення конкурентних переваг на ринку, зокрема, шляхом розширення цільової аудиторії, підвищення ефективності використання наявних ресурсів за допомогою оптимізації витрат на просування та збут продукції і розширення можливостей популяризації власного бренду за допомогою цифрового маркетингу.

У науковій літературі під інтернет-торгівлею розуміють організацію і технологію процесу продажу товарів, в якому повний цикл комерційної трансакції або його частина відбувається електронним засобом з використанням телекомунікаційних мереж, електронних фінансово-економічних інструментів на засадах використання реклами, а також інструментів розповсюдження товарів та послуг у мережі Інтернет. [3, с. 19]. Рівень ефективності систем електронної торгівлі значною мірою визначається спроможністю інтернет-магазину

організувати якісну та своєчасну доставку товарів до споживача, незалежно від його географічного розташування. Стрімке зростання онлайн-торгівлі стимулювало появу та розвиток нових логістичних сервісів. Електронна торгівля через поштові служби має пріоритет у таких напрямках: доставка та повернення товарів, матеріально-технічне забезпечення, електронні платежі, грошові перекази, а також відвідування електронних магазинів і інтернет-ринків [2, с. 86].

Використання інформаційних технологій, комунікаційних засобів, технічної інфраструктури, а також залучення трудових ресурсів і маркетингових заходів вимагає значних фінансових вкладень, тому ефективність основних бізнес-процесів повинна постійно контролюватися [1, с.28].

Згідно зі статистичними даними, більше 90% користувачів Інтернету сьогодні виходять в Інтернет за допомогою мобільних гаджетів. Це не могло не вплинути на розвиток онлайн-продажів. Так з'явився термін *m-commerce* – він використовується для позначення форм електронної комерції, у яких покупки здійснюються за допомогою мобільних пристроїв, таких як смартфони та планшети [4]. Тобто швидкий розвиток електронної комерції значною мірою зумовлений зростанням користувацької бази смартфонів та мобільних мереж. За даними Statista, у 2023 році загальний дохід глобального ринку мобільної комерції (*m-commerce*) досяг \$1,7 трлн, що складає понад половину всіх продажів в *e-commerce*. Також експерти прогнозують, що до 2028 року частка мобільних продажів в онлайн-торгівлі перевищить 63%, а загальний дохід від мобільної комерції сягне понад \$3,35 трлн, що означає приріст на 50 % [4]. Однією з провідних тенденцій в онлайн-торгівлі останніх років стала соціальна електронна комерція (*social commerce* або *s-commerce*), яка інтегрує можливості соціальних мереж із функціоналом онлайн-магазинів.

Зростає популярність таких форматів, як «Pinterest-шопінг» і різноманітні моделі співпраці з блогерами на YouTube. За даними Straits Research і Statista, у 2024 році загальний дохід глобального ринку соціальної комерції перевищить 1,2 трильйона доларів США, а середньорічний темп його зростання (CAGR) складе 31,6%. Прогнозується, що до 2030 року обсяг цього ринку значно зросте та досягне близько 6,2 трильйона доларів.

У 2025 році, згідно з прогнозами, близько 69,4 мільйона мешканців США здійснюватимуть покупки через Facebook, що зробить його лідером серед платформ соціальної комерції. Instagram займе друге місце з 47,5 мільйонами покупців, тоді як TikTok також демонструє динамічне зростання з очікуваними 37,8 мільйонами покупців. Суттєвий прогрес показує й Pinterest – темна конячка ринку, на якій, за прогнозами, цього року купуватимуть товари 18,1 мільйона користувачів [4].

На основі аналізу дослідження Sellers Commerce, прогнозується, що у 2025 році глобальні обсяги продажів в електронній комерції досягнуть 6,86 трильйона доларів, що на 8,37% більше порівняно з 2024 роком. У період з 2025 по 2027 рік очікується подальше зростання ринку зі середньорічним темпом на рівні 7,8%, що дозволить досягти позначки в 8 трильйонів доларів вже у 2027 році. Така динаміка свідчить про те, що темпи розвитку електронної комерції більш ніж удвічі перевищуватимуть показники зростання традиційної роздрібної торгівлі, що робить цей канал збуту дедалі привабливішим і перспективнішим для бізнесу в усьому світі (рис.1.).

На основі аналізу специфіки розвитку електронного бізнесу в Україні можна дійти висновку, що електронна комерція є своєрідним індикатором стану вітчизняної економіки, бізнес-середовища та споживчої активності. Він відіграє роль каталізатора як позитивних, так і негативних трансформацій у національній економічній системі. Зокрема, інтернет-безпека є складовою частиною комп'ютерної безпеки, яка зосереджується на захисті користувачів та їх персональних даних в онлайн-середовищі. Вона охоплює захист веб-браузерів, а також більш широкий спектр питань мережевої безпеки, що стосуються функціонування різноманітних програм і операційних систем загалом.

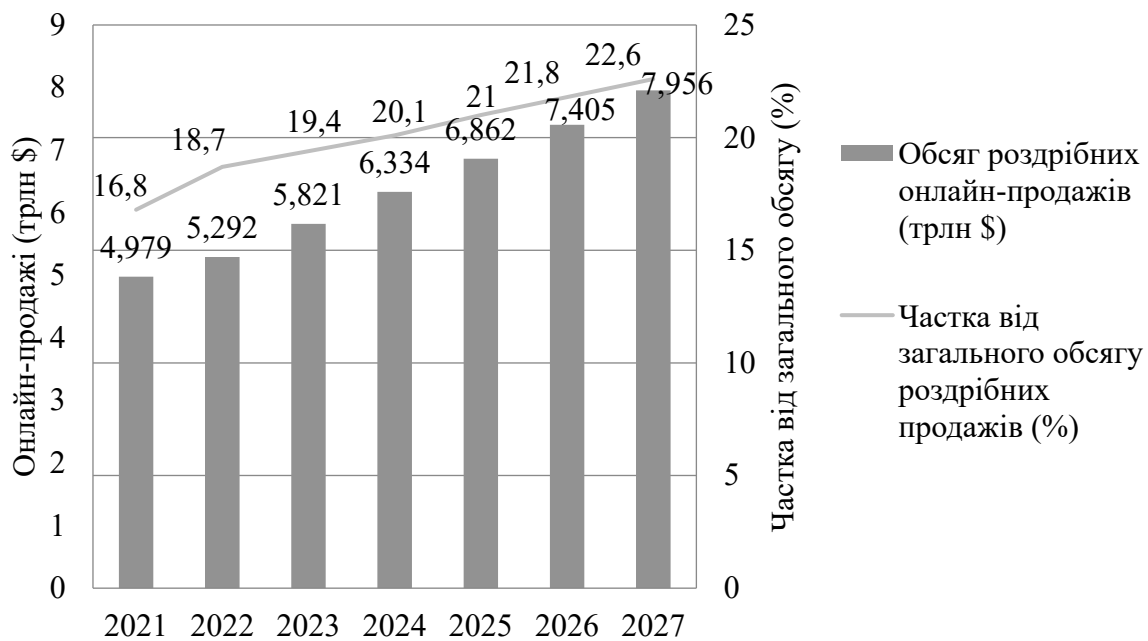


Рис.1. Глобальний ринок електронної комерції [6]

Інтернет-користувач може стати жертвою шахрайства або несвідомо завантажити шкідливе програмне забезпечення, яке може завдати шкоди його комп'ютеру. Такі загрози можуть проявлятися у вигляді вірусів, троянських програм, шпигунських утиліт тощо. 2021 рік став переломним моментом у розвитку електронної комерції – саме тоді дистанційний формат продажів охопив майже всю споживчу аудиторію.

Отже, на підставі проведеного дослідження можна зробити висновок, що, з одного боку, стрімке зростання електронної торгівлі відкриває нові можливості, а з іншого – супроводжується численними викликами та ризиками для всіх учасників цього процесу: держави, бізнесу та споживачів. Подальший розвиток електронної комерції потребує удосконалення нормативно-правової бази, підвищення рівня цифрової грамотності населення та впровадження сучасних технологій захисту даних. Водночас важливим завданням залишається формування довіри споживачів до онлайн-платформ, що є ключовим фактором стабільного функціонування цифрової економіки.

Література

1. Огляд основних видів електронної комерції: що треба знати про eCommerce у 2025 році. URL: <https://wezom.com.ua/ua/blog/oglyad-osnovnih-vidiv-elektronnoyi-komertsiiyi-scho-treba-znati-pro-ecommerce-u-2025-rotsi>
2. Панченко О.А., Панченко Л.В. Інформаційна безпека та інформаційна культура в сучасному інформаційному суспільстві. *Правова інформатика*. 2015. № 2(46). С.32-38. URL: <https://ippi.org.ua/panchenko-oa-panchenko-lv-informatsiina-bezpeka-ta-informatsiina-kultura-v-suchasnomu-informatsiinom>
3. Тараненко О. Аналіз ринку експрес-доставки в Україні. *Економічний аналіз*. Том 30. № 4. 2020. С. 85-92. URL: <https://share.google/9n9vEvhl3fssEaUNK>
4. Global Ecommerce Statistics: Trends to Guide Your Store in 2025. URL: <https://www.shopify.com/enterprise/blog/global-ecommerce-statistics>
5. Babenko, V., Kulczyk, Z., Perevosova, I., Syniavska, O. and Davydova, O. Factors of the development of international eCommerce under the conditions of globalization. *SHS Web of Conferences*, 65, pp. 10B16. DOI: <https://doi.org/10.1051/shsconf/20196504016>
6. Глобальна електронна комерція: ключові цифри та тренди e-commerce 2024. URL: <https://rau.ua/novyni/trendi-e-com-2024/>