

в освіту, інновації та рівний доступ до цифрових технологій. Тільки так можна повною мірою скористатися перевагами цифрової економіки та подолати її ризики.

Література:

1. Карчева Г. Т. Цифрова економіка та її вплив на розвиток національної та міжнародної економіки. *Фінансовий простір*. 2017. № 3. С. 13-23. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Fin_pr_2017_3_4 (дата звернення: 25.02.2025).
2. Краус Н. М. Цифрова економіка: тренди та перспективи авангардного характеру розвитку. *Ефективна економіка*. 2018. № 1. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1_2018/8.pdf (дата звернення: 25.02.2025).

ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ ЯК РУШІЙ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ: ПЕРСПЕКТИВИ ТА РИЗИКИ

СОТНИКОВА А.В., здобувачка 3 курсу першого (бакалаврського) рівня вищої освіти освітньої програми «Економіка підприємства»
*Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця,
м. Харків, Україна*

На сьогоднішній день розвиток національної економіки характеризується зростаючою конкуренцією між комерційними суб'єктами, що зумовлює необхідність швидкого адаптування до змін на ринку товарів і послуг, а також швидкого та ефективного виконання бізнес-операцій. Традиційні форми підприємництва зазнають значних трансформацій, поступаючись місцем новим підходам до ведення бізнесу. Зокрема, поряд із класичними підприємствами дедалі активніше розвивається електронна комерція, що відкриває ширші можливості для підприємців у цифровому просторі [1, 2].

Електронна комерція поєднує в собі комерційні та господарські взаємодії між учасниками бізнесу, що відбуваються за допомогою інформаційних технологій та мереж. По суті, це форма підприємницької діяльності, заснована на цифрових інструментах та інтернет-ресурсах [3]. До електронної комерції відносяться такі процеси, як електронний обмін інформацією (Electronic Data Interchange, EDI), електронний рух капіталу (Electronic Funds Transfer, EFT), електронна торгівля (E-Trade), електронні гроші (E-Cash), електронний маркетинг (E-Marketing), електронний банкінг (E-Banking), електронні страхові послуги (E-Insurance) та інші [4].

Рівень інтеграції бізнесу в онлайн-простір залежить від специфіки діяльності суб'єктів підприємництва та їхньої стратегії розвитку. Проте очевидним є те, що масштаби електронної комерції як у світі, так і в Україні постійно зростають, відкриваючи нові можливості для компаній та споживачів.

У 2024 році обсяг світового ринку електронної комерції перевищив \$6 трлн, і прогнозується, що до 2027 року ця цифра зросте до \$8 трлн. Однією з провідних тенденцій є зростання мобільної комерції. Очікується, що у 2024 році

продажі через мобільні пристрої досягнуть \$2,52 трлн, що на 16,6% більше порівняно з попереднім роком. Це вказує на зміну споживчих звичок та адаптацію бізнесу до нових реалій [5].

Соціальні мережі також відіграють значну роль у розвитку електронної комерції. У 2024 році ринок соціальної комерції оцінюється в \$1,69 трлн, що на 30,81% більше, ніж у попередньому році. Це підкреслює важливість інтеграції бізнесу з платформами соціальних медіа для привернення нових клієнтів [5].

В Україні електронна комерція також демонструє значне зростання. У 2023 році обсяг ринку склав 151 млрд грн, що на 17% більше, ніж у 2022 році. Це свідчить про зростаючу довіру споживачів до онлайн-покупок та адаптацію бізнесу до цифрових платформ. Таким чином, електронна комерція виступає потужним рушієм цифрової економіки, стимулюючи інновації, змінюючи споживчі звички та відкриваючи нові можливості для бізнесу в глобальному масштабі [5].

У 2025 році український ринок електронної комерції зазнає суттєвих змін, що стануть важливим чинником розвитку цифрової економіки. Завдяки впровадженню сучасних технологій бізнес отримує можливості для зростання, а споживачі – швидкий і зручний доступ до товарів і послуг. Одним із ключових трендів e-commerce є персоналізація. Завдяки застосуванню штучного інтелекту компанії можуть аналізувати поведінку клієнтів і надавати їм саме ті пропозиції, які відповідають їхнім потребам. Також стрімко зростає популярність соціальної комерції – продажі через TikTok, Instagram та інші платформи стають невід'ємною частиною стратегії підприємств. Важливим аспектом розвитку ринку є омніканальність. Бізнеси поєднують онлайн- та офлайн-продажі, забезпечуючи зручність для покупців. Безкоштовна доставка та гнучкі умови повернення товарів також стають стандартами, що підвищують довіру до інтернет-магазинів. Розвиток власних брендів. Підприємці все більше інвестують у створення унікального образу своїх брендів, що допомагає виділитися на ринку та встановити емоційний зв'язок із клієнтами. Загалом, електронна комерція в Україні продовжує бути рушійною силою цифрової економіки, впроваджуючи інновації та адаптуючись до змінних потреб споживачів. Підприємці, які враховують ці тренди, матимуть конкурентні переваги та сприятимуть подальшому розвитку галузі [6].

Електронна комерція має безліч переваг, але також пов'язана з певними ризиками. Одним із найбільших є кібербезпека: онлайн-бізнеси зберігають багато персональних даних клієнтів, що робить їх вразливими до кібератак. Порушення безпеки може призвести до втрати довіри та фінансових збитків, тому важливо регулярно оновлювати системи захисту [7].

Ще одним з основних викликів є різноманітність законодавства в різних країнах, що ускладнює вихід на міжнародні ринки. Крім того, електронна торгівля може бути схильною до непередбачених фінансових витрат, пов'язаних з рекламою, логістикою та обслуговуванням клієнтів. Для зниження цих ризиків необхідно ретельно планувати бюджети та оптимізувати витрати. Технічні збої є ще одним важливим ризиком. Часті технічні проблеми можуть суттєво

зашкодити репутації компанії, тому необхідно мати резервні рішення для таких ситуацій [8].

Також важлива залежність від технологій: швидка зміна на ринку вимагає постійної адаптації до нових технологічних трендів, щоб не відстати від конкурентів і використовувати нові можливості для розвитку. Управління репутацією в Інтернеті є ще однією важливою складовою. Відгуки клієнтів можуть швидко змінити імідж компанії, тому важливо стежити за відгуками і своєчасно реагувати на них. Крім того, існує ризик нечесної конкуренції, де конкуренти можуть спотворити бренд або навіть привласнити його. Зовсім іншим викликом є культурні відмінності між країнами. Наприклад, українським компаніям важко просувати свою продукцію на європейських ринках через високий рівень націоналізму споживачів, які часто віддають перевагу власним брендам. Щоб привернути увагу до українських товарів, компанії повинні розробити унікальні стратегії та пропозиції [9].

Отже, електронна комерція є важливим рушієм цифрової економіки, відкриваючи нові перспективи для бізнесу та споживачів, знижуючи витрати і сприяючи інноваціям. Її розвиток підтримується впровадженням новітніх технологій, таких як штучний інтелект, і розширенням міжнародної діяльності. Однак електронна комерція стикається з ризиками, зокрема технічними збоями, проблемами з безпекою даних і законодавчими обмеженнями. Для успішного розвитку важливо ефективно управляти цими ризиками та адаптуватися до швидких змін.

Література:

1. Легенчук С. Ф. Сутність електронної комерції: обліковий вимір. *Вісник ЖДТУ. Серія: Економічні науки*. 2011. № 4 (58). С. 59-65.
2. Одарченко А. М. Особливості електронної комерції та перспективи її розвитку в Україні. *Бізнес Інформ*. 2015. №1. С. 342–346.
3. Що таке електронна комерція? E-commerce для початківців. 2020 р. URL: <https://interkassa.com/blog/shho-take-elektronna-komerciya-e-commerce-dlya-pochatkivciv>.
4. Шалева О. І. Електронна комерція : Навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – С 10.
5. Електронна комерція в Україні 2016: цифри і факти. URL: <https://rau.ua/novyni/trendi-e-com-2024/>
6. Український Бізнесмен. 10 трендів українського ринку e-commerce у 2025. 2024 р. URL: <https://drukarnia.com.ua/articles/10-trendiv-ukrayinskogo-rinku-e-commerce-u-2025-PvtQr>
7. Правдиченко А. Персональні дані онлайн: проблеми регулювання та перспективи захисту. Центр демократії та верховенства права. URL: <https://cedem.org.ua/analytics/personalni-dani-onlajn/>
8. Щитов Д. М., Щитов О. М., Мормуль М. Ф. Переваги та недоліки національної е-торгівлі товарами та високотехнологічними послугами. URL: https://www.econ.vernadskyjournals.in.ua/journals/2024/35_74_4/5.pdf
9. Патраманська Л. Ю. Електронна комерція: переваги та недоліки. *Ефективна економіка*. 2015. № 11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4505>