

Тетяна В. Гринько¹, Вікторія В. Патлах²

Е-КОМЕРЦІЯ В УКРАЇНІ: СУЧАСНІ ТРЕНДИ У РОЗДРІБНІЙ ТОРГІВЛІ

У статті досліджено сучасні тенденції електронної комерції в Україні, зокрема у сфері роздрібної торгівлі. Описано зміни в споживчих звичках, спричинені пандемією COVID-19, а також вплив розвитку цифрових технологій і діджиталізації на зростання електронної торгівлі. Визначено ключові тенденції, такі як впровадження штучного інтелекту, криптоплатежів, доповненої реальності та персоналізації. Особливу увагу приділено викликам, зумовленим цифровою трансформацією, з якими стикаються підприємства під час переходу до цифрових технологій та пропозиціям щодо їх вирішення. Дослідження свідчить про постійне зростання електронної комерції в Україні, що зумовлює необхідність впровадження інноваційних рішень для забезпечення конкурентоспроможності підприємств. Практична цінність статті полягає в систематизації інформації про сучасні тренди в е-комерції, що може слугувати основою для подальших досліджень у цій сфері.

Ключові слова: електронна комерція, роздрібна торгівля, цифрова трансформація, тренди електронної комерції, розвиток, діджиталізація.

Рис. 2. Табл. 1. Літ. 11.

DOI: 10.32752/1993-6788-2024-1-281-6-13

Tetyana V. Grynko, Viktoria V. Patlakha

E-COMMERCE IN UKRAINE: CURRENT TRENDS IN RETAIL

The relevance of the topic is determined by the rapid development of e-commerce in Ukraine, particularly in the context of retail trade, driven by the COVID-19 pandemic and the ongoing digital transformation. The objective of this article is to analyze the contemporary trends in e-commerce in Ukraine, focusing on the changes in consumer behavior, the integration of innovative technologies, and the challenges faced by retail businesses in their transition to digital platforms. The study employs a combination of analytical and synthetic methods, comparative analysis, induction and deduction, as well as empirical research based on the practical experiences of companies in the retail sector.

The results of the research indicate a significant shift in consumer habits towards online shopping, exacerbated by the pandemic. It is found that e-commerce in Ukraine has witnessed substantial growth, with an increase of 77% in online sales in May 2020 compared to the same period in 2019. Key trends identified in the study include the implementation of artificial intelligence (AI), cryptocurrency payments, augmented reality (AR), and personalization strategies.

These technological advancements not only enhance customer service but also optimize business processes, contributing to the overall competitiveness of retail enterprises. Furthermore, the research highlights the challenges that companies face in adopting e-commerce, such as cybersecurity risks, workforce adaptation to new technologies, and logistical issues. Given these problems, were proposed possible solutions.

The practical value of this article lies in its systematic approach to identifying and analyzing the modern trends in e-commerce, which can serve as a foundation for further research in this field. The insights gained can assist retail businesses in Ukraine in navigating the complexities of digital transformation, allowing them to remain competitive in an increasingly digital marketplace. Additionally, the findings underscore the necessity for ongoing research into the integration of new

¹ Oles Honchar Dnipro National University. Ukraine.

² Oles Honchar Dnipro National University. Ukraine.

technologies and their impact on consumer behavior, which is essential for Ukrainian companies to effectively compete on both local and international stages.

Keywords: e-commerce, retail, digital transformation, e-commerce trends, development, digitalization.

Peer-reviewed, approved and placed: 01.11.2024.

Постановка проблеми. У сучасному світі е-комерція стає невід'ємною частиною бізнес-пейзажу, особливо в роздрібній торгівлі. Зміни в споживчих звичках, зумовлені пандемією COVID-19 та розвитком цифрових технологій, призвели до швидкого зростання електронної торгівлі в Україні. У цьому контексті діджиталізація бізнес-процесів стає критично важливою для роздрібних підприємств, які мають адаптувати свої стратегії для забезпечення конкурентоспроможності. Отже, актуальним напрямом досліджень є визначення сучасних трендів е-комерції, їх впливу на роздрібну торгівлю та змін, що відбуваються в ритейлі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Актуальним питанням сучасних трендів електронної комерції в умовах цифровізації в Україні займаються Крилов Д. В. [1], Шведа Н. М. і Краузе О. І. [6], Парасюк О. В., Русин-Гриник Р. Р. та Фарат О. В. [3], Максименко І., Акімов А., Бікулов Д. [10], питанням трансформації українського ритейлу в умовах глобальних криз, війни, зміни маркетингового середовища займаються Наумова Т. М., Кирильєва Л. О. та Лемешко Я. В. [2], Цурська Б. [5] та інші. Дослідження у цій сфері здійснювалися також окремими приватними компаніями та аналітичними групами, серед яких можна виділити «Deloitte» [8]; [9], «McKinsey» [11], «Forbes» [4].

Мета дослідження. Метою статті є розробка пропозицій щодо підвищення ефективності впровадження цифрових технологій на основі аналізу сучасних тенденцій е-комерції в роздрібній торгівлі України, а також виявлення проблем та викликів, з якими стикаються підприємства при запровадженні цифрових технологій у свою діяльність.

Основні результати дослідження. Електронна комерція (е-комерція) зазнала значних змін з моменту свого виникнення наприкінці 20-го століття. Спочатку вона функціонувала як простий онлайн-каталог, де споживачі могли вибирати товари для покупки. Поява таких гігантів, як Amazon і eBay, у 1990-х роках відкрила нові горизонти для інтернет-торгівлі. На початку 2000-х років е-комерція почала активно розвиватися завдяки пошуковій оптимізації та рекламі з оплатою за клік. Інтерактивність веб-сайтів з технологіями Web 2.0 і бурхливий розвиток соціальних мереж ще більше залучили споживачів до онлайн-шопінгу. Останніми роками мобільні технології, зокрема смартфони, значно змінили сферу е-комерції, забезпечивши споживачам можливість робити покупки зручніше і швидше. Сучасні технології, зокрема блокчейн, штучний інтелект, машинне навчання і доповнена реальність, відкривають нову еру електронної комерції.

Пандемія COVID-19 суттєво прискорила процеси цифровізації у різних галузях, зокрема в роздрібній торгівлі. Як показують дослідження, без локдаунів е-комерції знадобилося б чотири-п'ять років, щоб досягти тих же

результатів, які були зафіксовані в травні 2020 року. Тоді сектор показав вражаюче зростання на 77% у порівнянні з аналогічним періодом 2019 року [4]. Це свідчить про швидку адаптацію підприємств до нових умов та перехід на онлайн-формати продажів, що змінило поведінку споживачів.

Е-комерція демонструє найбільше зростання серед сегментів роздрібно́ї торгівлі. За останнє десятиліття глобальна кількість інтернет-покупців збільшилася з 1,5 мільярда у 2016 році до 2,14 мільярда у 2021-му. Цей тренд супроводжується зростанням обсягів ринку: у 2020 році світові продажі в онлайн-торгівлі досягли 4,28 трильйона доларів, а в Україні ринок зріс на 40%, до 107 мільярдів гривень [4].

Пандемія COVID-19 прискорила цей процес, одночасно ускладнивши ситуацію для традиційних торгових точок. Згідно з дослідженням Deloitte, лише 23% споживачів вважають покупки в магазинах безпечними [4]. Це підтверджує, що цифровізація стала необхідністю для бізнесу.

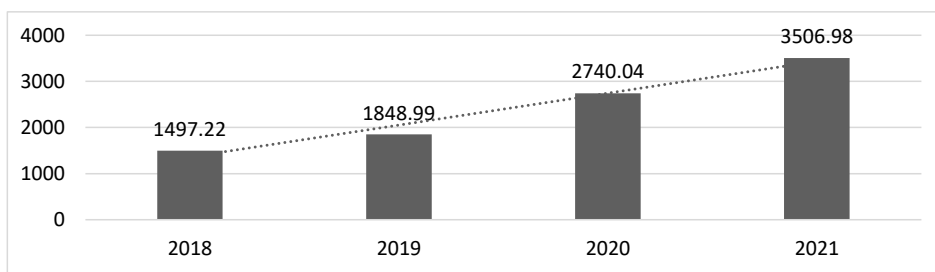


Рис. 1. Динаміка обсягу ринку електронної комерції в Україні за 2018-2022 рр, в \$., [7]

На рисунку 1 наведено динаміку обсягу ринку електронної комерції в Україні за період 2018-2022 років [7]. Варто зазначити, що у 2022 році обсяг онлайн-покупок знизився. Однак у квітні того ж року сектор знову почав набирати обертів. За даними Admitad, продажі в лютому 2023 року майже повернулися до рівня лютого 2022 року. Частка електронної комерції в роздрібних продажах також дещо зросла минулого року. Прогнози Statista також позитивні, передбачаючи повне відновлення ринку електронної комерції до 2025 року [7].

Загалом, електронна комерція продовжує демонструвати стійке зростання, адаптуючись до сучасних умов та нових технологій. Ця динаміка відображає активне використання українськими підприємствами інновацій для підтримки конкурентоспроможності на ринку, де кожна технологічна перевага стає вирішальною. Як показують дослідження, підприємства, що інтегрують цифрові рішення у свої стратегії, забезпечують собі довгостроковий розвиток та підвищують рівень задоволеності клієнтів. Впровадження новітніх рішень стає не лише необхідністю, а й основою стратегії розвитку багатьох компаній у роздрібній торгівлі.

Цифрова трансформація в роздрібній торгівлі охоплює автоматизацію процесів, оцифровку даних і використання хмарних технологій. Завдяки

новітнім технологіям, включаючи аналітику, доповнену реальність і штучний інтелект, компанії можуть значно покращити обслуговування клієнтів. Біометричні POS-термінали з розпізнаванням обличчя дозволяють здійснювати швидкі безконтактні платежі, підкреслюючи важливість е-комерції у стратегіях розвитку роздрібно́ї торгівлі.

Попри всі труднощі для економіки України та світу загалом, 2023 рік став роком технологічного прориву. Особливо для сфери ритейлу та електронної комерції.

Розглянемо основні тенденції, які формують майбутнє електронної комерції та ритейлу, а також їхній вплив на бізнес [5, с.156-157]; [1]; [6]:

1. штучний інтелект (ШІ);
2. криптоплатежі та безконтактна оплата;
3. доповнена реальність (AR);
4. персоналізація.

Технології штучного інтелекту стають дедалі популярнішими. Відомо, що понад 40% керівників у сфері роздрібно́ї торгівлі в Україні інтегрують штучний інтелект у свої стратегії. Впровадження безкоштовних продуктів OpenAI, таких як ChatGPT, зробило ці технології доступними для широкої аудиторії, що дозволяє онлайн-магазинам ефективно аналізувати дані споживачів і пропонувати товари з високою точністю. ШІ також автоматизує обслуговування клієнтів, забезпечуючи їх підтримку 24/7.

У 2023 році бізнеси активно інтегрують цифрову валюту, що нагадує впровадження електронних платежів десять років тому. Приблизно 85% американських мерчантів вважають запровадження криптоплатежів пріоритетним завданням [9, с.5]. В Україні такі рішення вже використовують у роздрібно́ї торгівлі. Зокрема компанія Varus запровадила можливість оплачувати замовлення з сайту go.varus.ua криптовалютою, і стала першим супермаркетом у Європі, який приймає Binance Pay.

Доповнена реальність виходить за межі розваг і стає важливим інструментом у ритейлі. Споживачі можуть візуалізувати, як предмети меблів або автомобілі виглядатимуть у їхньому просторі.

Персоналізація стає важливим фактором для бізнесу, оскільки конкуренція на ринку електронної комерції зростає. Згідно з McKinsey [11], компанії, які впроваджують персоналізовані підходи, мають вищі темпи зростання. Технології ШІ допомагають створювати системи рекомендацій і персоналізувати пропозиції для кожного клієнта, що, у свою чергу, покращує їхній досвід.

На рис. 2 наведено схему, що відображає взаємозв'язок між ключовими елементами е-комерції, які чинять вплив на розвиток підприємств роздрібно́ї торгівлі в Україні.

Схема відображає взаємозалежність елементів і те, як вплив одного компонента зумовлює зміни в інших. Дослідження товарів та послуг (центральный елемент) визначає, якою буде стратегія маркетингу та політика доставки і оплати. У свою чергу, ці дві політики безпосередньо впливають на задоволеність клієнтів. Задоволеність клієнтів формує потребу в наявності зрозумілої політики повернення та відшкодування, а також сприяє розвитку

можливостей моніторингу замовлень і часу доставки онлайн. Рисунок слугує інструментом для розуміння ключових елементів та їх взаємозв'язків, що сприяють успішному розвитку електронної комерції в Україні. Кожен елемент, такий як обслуговування клієнтів, зворотній зв'язок і технологічна підтримка, грає важливу роль у загальному процесі, і їхнє узгоджене функціонування є необхідною умовою для досягнення успіху в цій динамічній сфері.

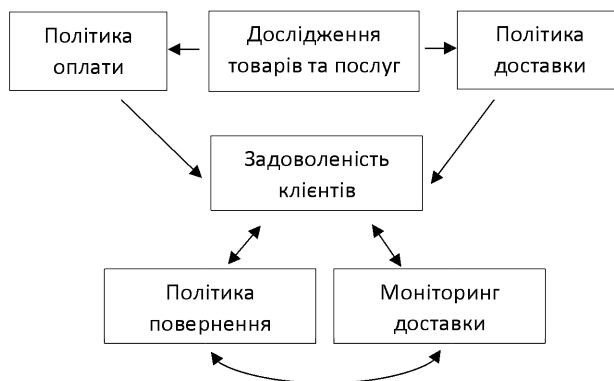


Рис. 2. Схема взаємозв'язку ключових елементів розвитку е-комерції для підприємств роздрібної торгівлі в Україні, авторська розробка

Впровадження е-комерції в Україні є важливим кроком для підприємств, які прагнуть адаптуватися до нових умов ринку. Проте цей процес супроводжується значними викликами, які можуть суттєво вплинути на його успішність (Таблиця 1).

Попри виклики впровадження е-комерції, цифровізація відкриває нові можливості для українських підприємств, підвищуючи їх конкурентоспроможність, поліпшуючи обслуговування клієнтів і оптимізуючи бізнес-процеси. Для підвищення ефективності впровадження цифрових технологій в е-комерції в Україні, з урахуванням виявлених проблем, пропонується кілька шляхів їх вирішення.

По-перше, важливим аспектом є кібербезпека. Високий ризик кіберзлочинності вимагає сучасних підходів до захисту даних. Впровадження системи автоматичного моніторингу кіберзагроз із використанням алгоритмів штучного інтелекту дозволить швидко виявляти підозрілі дії та запобігати атакам.

Для забезпечення ефективної підтримки співробітників доцільно розглянути створення інтерактивної платформи, яка міститиме відео-інструкції та розділ з питаннями (FAQ). Це не лише знизить витрати на навчання, а й надасть безперервну підтримку в реальному часі.

Щоб подолати обмеження застарілої інфраструктури, компаніям доцільно перейти на хмарні рішення, що надають доступ до сучасних технологій без значних капіталовкладень в обладнання. Це дозволить гнучко масштабувати ресурси відповідно до потреб бізнесу.

Таблиця 1. Виклики впровадження е-комерції в Україні та їх можливі наслідки

Виклики впровадження е-комерції	Опис проблеми	Можливі наслідки
Проблеми безпеки	В Україні існує високий ризик кіберзлочинності, що включає атаки на системи обробки даних та витоки конфіденційної інформації. Багато підприємств не мають достатніх заходів для захисту від таких загроз.	Витік чутливих даних може призвести до фінансових втрат, а також серйозних репутаційних збитків, оскільки споживачі можуть втратити довіру до брендів, що не забезпечують належного захисту їхньої інформації.
Адаптація персоналу	Багато працівників не мають достатнього рівня підготовки для роботи з новими технологіями, що може уповільнити впровадження цифрових рішень. Складнощі в навчанні персоналу можуть призвести до опору змінам.	Низька готовність персоналу до роботи в цифровому середовищі може викликати зниження продуктивності, що в свою чергу уповільнить реалізацію проектів і зменшить конкурентоспроможність компаній.
Технічна інфраструктура	Багато підприємств стикаються з недостатньою технічною базою: застаріле обладнання, низька швидкість інтернету та відсутність сучасного програмного забезпечення.	Такі обмеження можуть ускладнити впровадження нових технологій, призводячи до затримок у реалізації проектів та втрати потенційних клієнтів через недостатню швидкість обслуговування.
Логістичні проблеми	Роздрібні підприємства часто стикаються з труднощами у доставці товарів, зокрема, затримками, недостатньою кількістю перевізників та складнощами з поверненням товарів.	Ці проблеми можуть призвести до незадоволення клієнтів, які очікують швидкої та зручної доставки. Як наслідок, підприємства можуть втратити лояльність споживачів і скоротити обсяги повторних покупок.

Логістика в е-комерції вимагає розвиненої інфраструктури, а українські компанії часто не мають ресурсів для значних інвестицій у власну логістичну інфраструктуру, що ускладнює контроль якості та швидкості доставки. Доцільним рішенням може стати співпраця з локальними кур'єрськими сервісами та розвиток мережевих точок самовивозу.

Висновки. Сучасні тенденції електронної комерції в Україні вказують на зростаючу роль цифровізації в роздрібній торгівлі. Пандемія COVID-19 суттєво прискорила процеси діджиталізації, призвівши до значного зростання обсягів е-комерції та зміни споживчих звичок. Ключовими технологіями, які впливають на ринок є штучний інтелект, криптоплатежі, доповнена реальність і персоналізація. Впровадження новітніх технологій, адаптація бізнесу до змінюваних споживчих потреб та інтеграція інноваційних рішень стають вирішальними для забезпечення конкурентоспроможності. Роздрібні підприємства, які активно використовують цифрові інструменти, матимуть значну перевагу на ринку, оскільки здатні швидше реагувати на зміни та

потреби споживачів. Дослідження також свідчать про те, що підприємства, що інвестують у цифрові рішення, зможуть не лише підвищити свою продуктивність, а й створити стійкіші відносини з клієнтами. В контексті проведеного аналізу запропоновано ряд рекомендацій щодо удосконалення бізнес-процесів у сфері електронної комерції, які включають підвищення кібербезпеки через автоматичний моніторинг загроз, створення інтерактивних платформ для навчання співробітників, перехід на хмарні рішення для подолання обмежень застарілої інфраструктури та співпрацю з локальними кур'єрськими сервісами для оптимізації логістики, що в сукупності дозволить українським підприємствам підвищити конкурентоспроможність і адаптуватися до нових умов ринку. Подальші дослідження розвитку е-комерції є необхідними для адаптації до нових викликів та можливостей, що виникають у динамічному бізнес-середовищі.

1. Крилов Д. Розвиток електронної комерції в Україні в сучасних умовах. Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління. 2024. № 12. URL: <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2024-12-03-02>
2. Наумова Т., Кирильєва Л., Лемешко Я. Трансформація ринку мережевого ритейлу України в умовах глобальних криз та війни. Економіка та суспільство. 2023. № 56. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-56-136>
3. Парасюк О., Русин-Гриник Р. і Фарат О. Принципи розвитку е-комерції у сфері ритейлу. Економіка та суспільство. 2024. № 61. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-61-152>
4. Терещук С. Зростання e-commerce на 77% та збільшення виробництва. Як технології змінюють світову економіку. Forbes.ua. URL: <https://forbes.ua/company/zrostantnya-e-commerce-na-77-ta-zbilshennya-virobnitstva-yak-tekhologii-zminyuyut-svitovu-ekonomiku-12052021-1562>
5. Цурська Б. Зміни формату підприємств ритейлу під впливом факторів макро-маркетингового середовища. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2022. Т. 2, № 6. С. 150–159. URL: [https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-312-6\(2\)-27](https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-312-6(2)-27)
6. Шведа Н., Краузе О. Електронна комерція: сучасний стан та стратегії розвитку. International scientific journal «Internauka». Series: «Economic Sciences». 2024. № 2(82). URL: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2024-2-9639>
7. Як змінилася електронна комерція у 2022 році – дослідження Admitad. EBA. URL: <https://eba.com.ua/yak-zminylyasya-elektronna-komertsiya-u-2022-rotsi-doslidzhennya-admitad/>
8. Deloitte United States. 2024 Retail Industry Outlook. Deloitte United States. URL: <https://www2.deloitte.com/us/en/pages/consumer-business/articles/retail-distribution-industry-outlook.html>
9. Deloitte United States. Merchants getting ready for crypto. Merchant Adoption of Digital Currency Payments Survey. Deloitte, 2022. 20 с. URL: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/us/Documents/technology/us-cons-merchant-getting-ready-for-crypto.pdf>
10. Maksymenko I., Akimov A., Bikulov D. Development of the e-commerce market in Ukraine in the context of modern challenges. Baltic Journal of Economic Studies. 2024. Vol. 10, no. 2. P. 177–186. URL: <https://doi.org/10.30525/2256-0742/2024-10-2-177-186>
11. McKinsey & Company. The tech transformation imperative in retail. McKinsey & Company. URL: <https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/the-tech-transformation-imperative-in-retail>

1. Krylov D. Rozvytok elektronnoi komertsii v Ukraini v suchasnykh umovakh. Problemy suchasnykh transformatsii. Serii: ekonomika ta upravlinnia. 2024. № 12. URL: <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2024-12-03-02>

2. Naumova T., Kyrylieva L., Lemeshko Ya. Transformatsiia rynku merezhevoho ryteilu Ukrainy v umovakh hlobalnykh kryz ta viiny. Ekonomika ta suspilstvo. 2023. № 56. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-56-136>

3. Parasiuk O., Rusyn-Hrynyk R. i Farat O. Pryntsypy rozvytku e-komertsii u sferi ryteilu. *Ekonomika ta suspilstvo*. 2024. № 61. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-61-152>
4. Tereshchuk S. Zrostannia e-commerce na 77% ta zbilshennia vyrobnytstva. Yak tekhnolohii zminiuiut svitovu ekonomiku. *Forbes.ua*. URL: <https://forbes.ua/company/zrostannya-e-commerce-na-77-ta-zbilshennya-virobnitstva-yak-tekhnologii-zminyuyut-svitovu-ekonomiku-12052021-1562>
5. Tsurska B. Zminy formatu pidpriemstv ryteilu pid vplyvom faktoriv makro-marketytnovoho seredovyshcha. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Ekonomichni nauky*. 2022. T. 2, № 6. S. 150–159. URL: [https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-312-6\(2\)-27](https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-312-6(2)-27)
6. Shveda N., Krauze O. Elektronna komertsii: suchasnyi stan ta stratehii rozvytku. *International scientific journal «Internauka»*. Series: «Economic Sciences». 2024. № 2(82). URL: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2024-2-9639>
7. Iak zminylasia elektronna komertsii u 2022 rotsi – doslidzhennia Admitad. EBA. URL: <https://eba.com.ua/yak-zminylasya-elektronna-komertsiiya-u-2022-rotsi-doslidzhennya-admitad/>
8. Deloitte United States. 2024 Retail Industry Outlook. Deloitte United States. URL: <https://www2.deloitte.com/us/en/pages/consumer-business/articles/retail-distribution-industry-outlook.html>
9. Deloitte United States. Merchants getting ready for crypto. Merchant Adoption of Digital Currency Payments Survey. Deloitte, 2022. 20 s. URL: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/us/Documents/technology/us-cons-merchant-getting-ready-for-crypto.pdf>
10. Maksymenko I., Akimov A., Bikulov D. Development of the e-commerce market in Ukraine in the context of modern challenges. *Baltic Journal of Economic Studies*. 2024. Vol. 10, no. 2. P. 177–186. URL: <https://doi.org/10.30525/2256-0742/2024-10-2-177-186>
11. McKinsey & Company. The tech transformation imperative in retail. McKinsey & Company. URL: <https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/the-tech-transformation-imperative-in-retail>