

НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У тезах досліджуються сучасні напрями розвитку електронної комерції в умовах цифрової трансформації економіки. Проаналізовано структурні зміни бізнес-моделей, що формуються під впливом цифрових платформ, технологій штучного інтелекту, аналітики даних, автоматизації бізнес-процесів та розвитку електронних платіжних систем. Обґрунтовано, що електронна комерція трансформується з каналу онлайн-продажів у комплексну цифрову екосистему, яка інтегрує логістику, маркетинг, фінансові сервіси та клієнтську аналітику в єдиний управлінський контур. Визначено ключові напрями розвитку електронної комерції, пов'язані з персоналізацією взаємодії зі споживачем, платформізацією ринків, автоматизацією прийняття рішень і розвитком омніканальних стратегій.

Ключові слова: електронна комерція, цифрова трансформація, цифрові платформи, омніканальність, персоналізація, цифрова економіка, бізнес-моделі, e-commerce.

Abstract

The theses explore contemporary directions of e-commerce development under conditions of digital economic transformation. Structural shifts in business models driven by digital platforms, artificial intelligence, data analytics, automation, and electronic payment systems are analyzed. It is substantiated that e-commerce is evolving from a simple online sales channel into an integrated digital ecosystem combining logistics, marketing, financial services, and customer analytics within a unified management framework. Key development directions include customer personalization, platformization, decision-making automation, and omnichannel strategies.

Keywords: e-commerce, digital transformation, digital platforms, omnichannel strategy, personalization, digital economy, business models.

Вступ

Цифрова трансформація економіки суттєво змінює механізми функціонування підприємств та структуру ринкових відносин, формуючи нові моделі створення та розподілу вартості. Одним із найбільш динамічних проявів цих змін є розвиток електронної комерції, яка перестає бути лише альтернативним каналом збуту та поступово перетворюється на ключовий елемент цифрової економіки. У сучасних умовах електронна комерція виступає середовищем інтеграції технологічних, організаційних і поведінкових змін, що забезпечують перехід від традиційних моделей торгівлі до цифрових екосистем.

На відміну від ранніх етапів розвитку, коли основна увага приділялася розширенню онлайн-присутності підприємств, сучасний етап характеризується переходом до платформених моделей, автоматизації взаємодії із клієнтами, використання алгоритмів прогнозування попиту та глибокої аналітики споживчої поведінки. У результаті змінюється сама логіка функціонування бізнесу: конкурентна перевага формується не стільки за рахунок товару, скільки через ефективність цифрової інфраструктури, швидкість обробки даних і здатність забезпечити персоналізований клієнтський досвід.

Водночас розвиток електронної комерції відбувається в умовах посилення глобальної конкуренції, зростання ролі цифрових платформ, зміни поведінки споживачів та інтеграції фінансових і логістичних сервісів у єдиний цифровий простір. Це потребує переосмислення традиційних підходів до управління електронними продажами та визначення нових напрямів їхнього стратегічного розвитку.

Результати дослідження

Цифрова трансформація економіки зумовлює якісну зміну механізмів функціонування електронної комерції, яка поступово переходить від моделі онлайн-продажів до складної цифрової екосистеми, орієнтованої на управління даними, інтеграцію сервісів та автоматизацію взаємодії зі споживачами. Аналіз сучасних тенденцій дозволяє виокремити кілька ключових напрямів розвитку електронної комерції [1].

Першим напрямом є платформізація електронної комерції, що полягає у переході від індивідуальних інтернет-магазинів до цифрових маркетплейсів та платформених бізнес-моделей. Такі структури забезпечують концентрацію продавців, покупців, логістичних і фінансових сервісів у межах єдиного цифрового середовища, що дозволяє знижувати транзакційні витрати та пришвидшувати ринкову взаємодію. У результаті електронна комерція набуває рис мережевої економіки, де ключовим ресурсом стає доступ до користувацької бази та даних.

Другим стратегічним напрямом є даноорієнтованість (data-driven commerce). Використання великих масивів даних дозволяє підприємствам аналізувати поведінкові патерни споживачів, прогнозувати попит, оптимізувати асортиментну політику та формувати персоналізовані пропозиції. Таким чином, дані стають основою управлінських рішень, а ефективність електронної комерції дедалі більше залежить від здатності підприємства обробляти та інтерпретувати інформаційні потоки в реальному часі [2].

Наступним важливим напрямом виступає інтеграція технологій штучного інтелекту. Алгоритми машинного навчання використовуються для автоматизації рекомендаційних систем, чат-ботів, прогнозування купівельної активності та управління ціноутворенням. Це дозволяє підвищувати швидкість прийняття рішень, зменшувати операційні витрати та формувати більш адаптивні бізнес-моделі. У перспективі розвиток AI-commerce сприятиме переходу до автономних цифрових систем продажів, здатних самостійно оптимізувати комерційні процеси.

Четвертим напрямом є омніканальність та інтеграція клієнтського досвіду. Сучасний споживач взаємодіє з брендом через різні канали – вебсайти, мобільні додатки, соціальні мережі, офлайн-магазини. У зв'язку з цим підприємства переходять до стратегії цілісної інтеграції каналів продажу, де всі точки контакту функціонують як єдина система. Омніканальний підхід сприяє підвищенню лояльності клієнтів і формує новий рівень конкурентних переваг [3].

Окремий напрям формує автоматизація операційних процесів, яка охоплює цифровізацію платежів, управління складською логістикою, обробку замовлень і взаємодію з постачальниками. Впровадження автоматизованих систем дозволяє скорочувати часові витрати, зменшувати вплив людського фактора та підвищувати масштабованість бізнесу. Це створює передумови для розвитку електронної комерції навіть у малих підприємств, які отримують доступ до технологічних інструментів великих компаній.

Водночас цифрова трансформація формує і нові виклики. Зростає залежність бізнесу від цифрової інфраструктури, посилюються ризики кібербезпеки, актуалізуються питання захисту персональних даних та регулювання діяльності цифрових платформ. У результаті розвиток електронної комерції відбувається в умовах необхідності одночасного технологічного оновлення та формування нових інституційних механізмів регулювання [4].

Таким чином, сучасні напрями розвитку електронної комерції визначаються комплексною взаємодією технологічних, економічних і поведінкових факторів. Електронна комерція трансформується в інтегровану цифрову систему, де головним джерелом конкурентоспроможності стає здатність підприємства ефективно управляти даними, цифровими платформами та клієнтським досвідом.

Висновки

Узагальнення результатів дослідження дозволяє стверджувати, що розвиток електронної комерції в умовах цифрової трансформації економіки має системний характер і виходить за межі традиційного розуміння онлайн-торгівлі. Електронна комерція поступово трансформується у комплексну цифрову екосистему, у межах якої інтегруються технологічні платформи, цифрові фінансові інструменти, логістичні сервіси та аналітичні системи управління даними.

Встановлено, що ключовими напрямками її розвитку виступають платформізація ринкової взаємодії, використання даноорієнтованих підходів у прийнятті управлінських рішень, впровадження технологій штучного інтелекту, розвиток омніканальних моделей комунікації зі споживачами та автоматизація бізнес-процесів. Сукупність зазначених тенденцій формує нову модель цифрової комерції, у якій основним фактором конкурентоспроможності стає здатність підприємства ефективно управляти цифровими потоками інформації та швидко адаптуватися до змін ринкового середовища.

Доведено, що цифрова трансформація змінює не лише технологічну основу електронної комерції, але й економічну логіку функціонування підприємств, зумовлюючи перехід від продуктово орієнтованих моделей до сервісно-екосистемних форм організації бізнесу. У цьому контексті електронна комерція виступає каталізатором структурних змін економіки, сприяючи формуванню нових форматів взаємодії між виробниками, посередниками та споживачами.

Перспективи подальших досліджень доцільно пов'язувати з оцінкою ефективності інтеграції технологій штучного інтелекту в електронну комерцію, аналізом нових моделей цифрових платформ та дослідженням механізмів забезпечення кібербезпеки й регуляторного балансу в умовах посилення цифровізації економічних процесів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Рубаненко І. М., Шепель І. В. Електронна комерція в ЄС та Україні: тренди, виклики та перспективи. *Трансформаційна економіка*, 2025. DOI: <https://doi.org/10.32782/2786-8141/2025-10-13>
2. Дубель М. В., Барвінченко О. О. Особливості розвитку електронної комерції в Україні в умовах війни. *Підприємництво та інновації*, 2023. DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-3583/27.2>
3. Criveanu M. M. The Impact of Digital Technology on E-Commerce and Sustainable Performance in the EU. *Economies*, 2026, 14(1), 5. DOI: <https://doi.org/10.3390/economies14010005>
4. OECD. OECD Digital Economy Outlook 2024: Embracing the Technology Frontier. OECD Publishing, Paris, 2024. DOI: <https://doi.org/10.1787/a1689dc5-en>

Шварц Ірина Володимирівна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри підприємництва, логістики та менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця. e-mail: s.irinach502@gmail.com

Демчук Вікторія Василівна – студентка групи П-22бз, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: vik_demchuk@gmail.com.

Shvarts Iryna V. – PhD in economics, Associate professor, entrepreneurship, logistics and management Department, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: s.irinach502@gmail.com

Demchuk Viktoriia V. – Department of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: vik_demchuk@gmail.com.