МІНІСТЕРСТВО ФІНАНСІВ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ПОДАТКОВИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ФАКУЛЬТЕТ ПОДАТКОВОЇ СПРАВИ, ОБЛІКУ ТА АУДИТУ
КАФЕДРА ЕКОНОМІЧНОЇ ПОЛІТИКИ МАРКЕТИНГУ ТА БІЗНЕС-АНАЛІТИКИ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему: «Розвиток електронного бізнесу на світовому ринку»

Здобувача вищої освіти 1 рівня, 4 курсу, МЕБ-22-1 групи,
спеціальності
(«Міжнародні економічні відносини»),
освітня програма («Міжнародні економічні відносини»)
_____ Карпіка Андрія Олеговича
(підпис) (прізвище, ім'я, по батькові)

Науковий керівник _____ Коляда О.В. к.е.н., доцент
(підпис) (прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

Гарант освітньо-
професійної програми _____ Коляда О.В, к.е.н., доцент
(підпис) (прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

Допущено до захисту за рішенням кафедри економічної політики маркетингу та бізнес-аналітики
протокол від «8» 06 2026 № 13

Завідувач
кафедри _____ Паянок Т.М. к.е.н., доцент
(підпис) (прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

Ірпінь – 2026

Реєстрація № 93 2.06.26. Чуніхо О.В

(дата) (підпис відповідальної о

Результати перевірки до захисту 6.06.26.

(до захисту, на доопрацювання) (дата) (пі

Результат захисту 85 (В) 10.06.26.

(оцінка) (дата) (п

Голова комісії:

(підпис) (ініціали, прізвище)

Члени комісії:

(підпис) О.В. Коссегре

(ініціали, прізвище)

(підпис) Т.Б. Жур'єва

(ініціали, прізвище)

(підпис) М.О. Скорик

(ініціали, прізвище)

БЛАНК ОЦІНЮВАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

єкти контролю	Діапазон оцінки в балах	Фактична кількість балів	Примітки	Дата, П.І.П.: керівника, голови комісії членів комісії, секретаря, (підписи)
НЮВАННЯ	КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ КЕРІВНИКОМ ТА РЕЦЕНЗЕНТОМ			
ість кваліфікаційної роботи сть теоретичного еріалу, його зв'язок з ктичним, вміння ставляти матеріал в чній послідовності, ність висновків та позицій)	від 0 до 30	22		06.05.2026 Кошура О.В.
Дотримання вимог щодо рмлення	від 0 до 10	8		06.05.26 Кошура О.В.
часне виконання оти на всіх етапах у новлені кафедрою їни	від 0 до 5	5		06.05.26 Кошура О.В.
ецензент	від 0 до 5	4		
ОМ БАЛІВ*	від 0 до 50	39		
ОЦІНЮВАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ КОМІСІЄЮ ПО ЗАХИСТУ				
повідь	від 0 до 10	8		10.06.26 Кошура О.В.
здатковий матеріал	від 0 до 5	5		
нання теоретичного та тичного матеріалу, вміння відати на запитання	від 0 до 25	23		
Апробація (участь у еренціях)	від 0 до 10	10		
ОМ БАЛІВ	від 0 до 50	46		
АЛЬНА КІЛЬКІСТЬ В	від 0 до 100	85		

ПЕРЕВЕДЕННЯ ОЦІНКИ ЗА 100-БАЛЬНОЮ ШКАЛОЮ ДО НАЦІОНАЛЬНОЇ ШКАЛИ ТА ШКАЛИ

Оцінка за 100-бальною шкалою	Оцінка за шкалою ЕКТС	ЕКТС Оцінка за національною шкалою	Дата	П.І.П.: голови, членів комісії, секретаря, (підпис)
85	B	4	10.06.26	Дем'янчук О.І. Кошура О.В. Юрчевська Скорик М.О.

Правила переведення оцінок до національної шкали та шкали ЕКТС

Оцінка за 100-бальною шкалою	Оцінка за шкалою ЄКТС	Оцінка за національною шкалою
90-100	A	5 (відмінно)
80-89	B	4 (добре)
70-79	C	
60-69	Б	3 (задовільно)
50-59	E	
35-49	ЄХ	2 (незадовільно)

Навчально-науковий інститут/факультет податкової справи, обліку та аудиту
Кафедра економічної політики, маркетингу та бізнес-адміністрування
Спеціальність Міжнародні економічні відносини
Освітня програма Міжнародні економічні відносини

Затверджую
Завідувач кафедри _____
«30» 09 2025 №2

Завдання на кваліфікаційну роботу здобувачу вищої освіти

Карпік Андрій Олегович

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема кваліфікаційної роботи

«Розвиток електронного бізнесу на світовому ринку»

Затверджена наказом ректора від «13» 10 2025 № 1293

2. Строк здачі закінченої роботи 6. 05. 2026

3.Цільова установка

Мета роботи: Дослідження теоретичних основ електронного бізнесу, аналіз сучасного стану й тенденцій розвитку глобального ринку e-business, а також обґрунтування перспектив розвитку електронного бізнесу в умовах цифровізації світової економіки.

Об'єкт дослідження: електронний бізнес та процес його розвитку у системі міжнародних економічних відносин в умовах цифрової трансформації світової економіки.

Предмет дослідження: Теоретичні, організаційно-економічні та технологічні аспекти розвитку електронного бізнесу на світовому ринку, а також напрями його вдосконалення в умовах глобалізації та цифровізації міжнародної економіки.

База досліджень: Міжнародні економічні організації, глобальні цифрові платформи та маркетплейси, статистичні матеріали міжнародної електронної

торгівлі, а також процеси цифровізації світової економіки та розвитку міжнародного електронного бізнесу

4. Вихідні дані до роботи: Наукові праці вітчизняних і зарубіжних учених з питань електронного бізнесу та цифрової економіки, статистичні дані міжнародних організацій, аналітичні матеріали міжнародних консалтингових компаній, офіційні звіти глобальних цифрових платформ і маркетплейсів, нормативно-правові акти у сфері електронної комерції та цифрової економіки, а також інформаційні ресурси мережі Інтернет.

5. Перелік графічного матеріалу: Таблиці, схеми, діаграми та графіки, що відображають динаміку розвитку світового ринку електронного бізнесу, структуру глобальної електронної комерції, показники діяльності міжнародних цифрових платформ, рівень цифровізації економіки, використання інноваційних технологій у сфері e-business, а також сучасні тенденції та перспективи розвитку електронного бізнесу на світовому ринку.

6. Зміст кваліфікаційної роботи (перелік питань за кожним розділом: Теоретичні основи розвитку електронного бізнесу: сутність, еволюція та основні форми електронного бізнесу; фактори та передумови розвитку електронного бізнесу у світовій економіці; інтернет-торгівля як складова електронного бізнесу у світовій економіці. Аналіз розвитку електронного бізнесу на світовому ринку: сучасні тенденції розвитку глобального електронного бізнесу; оцінка діяльності провідних компаній та цифрових платформ електронного бізнесу; особливості розвитку електронного бізнесу в Україні в умовах глобалізації. Проблеми та перспективи розвитку електронного бізнесу на світовому ринку.

Календарний план виконання кваліфікаційної роботи

№ п/п	Назва етапів виконання роботи	Строк виконання етапів роботи	
		За планом	Фактично
1.	Вибір теми, вивчення літературних джерел і складання плану роботи	До 01.10.2025	01.10.25
2.	Підготовка першого розділу роботи та подання його на перевірку		
2.1.	Перший розділ (30%)	До 30.12.2025	30.12.25
	Доопрацювання першого розділу, початок роботи над 2 розділом		
2.2.	Другий розділ (70%)	До 01.03.2026	01.03.26
2.3.	Третій розділ (100%)	До 04.05.2026	04.05.26
3.	Перевірка роботи на наявність академічного плагіату	До 06.05.2026	06.05.26
4.	Попередній захист	06.05.-08.05.2026	07.05.26
5.	Допуск до захисту завідувача кафедри	08.05.2026	08.05.26
6.	Отримання зовнішньої рецензії	До 15.05.2026	15.05.26
7.	Захист кваліфікаційної роботи	10.06.2026	10.06.26

Дата видачі завдання « 15 » 09 2025

Науковий керівник кваліфікаційної роботи _____ Кошара О.В.
(підпис) (прізвище, ініціали)

Гарант освітньо-професійної програми _____

Завдання до виконання отримав
(підпис) (прізвище, ініціали)
здобувач вищої освіти _____ Карпік А.О.
(підпис) (прізвище, ініціали)

АНОТАЦІЯ

на кваліфікаційну роботу: «Розвиток електронного бізнесу на світовому ринку»

Мета роботи полягає в дослідженні теоретичних основ електронного бізнесу, аналізі сучасного стану й тенденцій розвитку глобального ринку e-business, а також обґрунтуванні перспектив розвитку електронного бізнесу в умовах цифровізації світової економіки.

Завданнями роботи є дослідження сутності та основних форм електронного бізнесу, аналіз еволюції електронної комерції та цифрових бізнес-моделей, характеристика сучасних тенденцій розвитку глобального електронного бізнесу, аналіз діяльності міжнародних цифрових платформ, визначення ролі інноваційних технологій у розвитку e-business, а також обґрунтування перспектив розвитку електронного бізнесу в умовах глобальної цифрової трансформації.

Предметом дослідження є теоретичні, організаційно-економічні та технологічні аспекти розвитку електронного бізнесу на світовому ринку в умовах цифровізації та глобалізації світової економіки.

Об'єктом дослідження виступає електронний бізнес та процес його розвитку у системі міжнародних економічних відносин. Базою дослідження виступають статистичні дані міжнародних організацій, наукові праці вітчизняних і зарубіжних учених. аналітичні матеріали міжнародних компаній, офіційні дані глобальних цифрових платформ, нормативно-правові акти та офіційні джерела інформації щодо розвитку електронного бізнесу та цифрової економіки.

За результатами дослідження сформульовані напрями розвитку електронного бізнесу в умовах сучасної цифрової трансформації світової економіки. Одержані результати можуть бути використані у практичній діяльності підприємств, органів державного управління, а також у навчальному процесі при вивченні дисциплін економічного спрямування.

Кваліфікаційна робота містить 54 сторінок, 6 таблиць, 3 рисунки, список використаних джерел з 52 найменувань.

Ключові слова: електронний бізнес, електронна комерція, цифрова економіка, глобальний ринок, цифровізація, міжнародна торгівля, штучний інтелект, Big Data, блокчейн, цифрові платформи.

Рік виконання кваліфікаційної роботи 2025-2026 навч. рік. Рік захисту кваліфікаційної роботи - 2026.

ANNOTATION

for the qualification paper: "Development of Electronic Business in the Global Market"

The purpose of the paper is to study the theoretical foundations of electronic business, analyze the current state and development trends of the global e-business market, as well as substantiate the prospects for the development of electronic business in the context of the digitalization of the world economy.

The objectives of the paper are to study the essence and main forms of electronic business, analyze the evolution of e-commerce and digital business models, characterize current trends in the development of global electronic business, analyze the activities of international digital platforms, determine the role of innovative technologies in the development of e-business, and substantiate the prospects for the development of electronic business in the context of global digital transformation.

The subject of the research is the theoretical, organizational, economic, and technological aspects of the development of electronic business in the global market under conditions of digitalization and globalization of the world economy.

The object of the research is electronic business and the process of its development within the system of international economic relations. The research base consists of statistical data from international organizations, scientific works of domestic and foreign scholars, analytical materials of international companies, official data of global digital platforms, legal acts, and official information sources related to the development of electronic business and the digital economy.

Based on the results of the research, the directions for the development of electronic business in the context of the modern digital transformation of the world economy have been formulated. The obtained results can be used in the practical activities of enterprises, public administration bodies, as well as in the educational process while studying economic disciplines.

ЗМІСТ

ВСТУП 3

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОГО БІЗНЕСУ 6

1.1. Сутність, еволюція та основні форми електронного бізнесу 6

1.2. Фактори та передумови розвитку електронного бізнесу у світовій економіці 13

1.3. Інтернет-торгівля як складова електронного бізнесу у світовій економіці 16

РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОГО БІЗНЕСУ НА СВІТОВОМУ РИНКУ 21

2.1. Сучасні тенденції розвитку глобального електронного бізнесу 21

2.2. Оцінка діяльності провідних компаній та цифрових платформ електронного бізнесу 28

2.3. Особливості розвитку електронного бізнесу в Україні в умовах глобалізації 33

РОЗДІЛ 3 ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОГО БІЗНЕСУ НА СВІТОВОМУ РИНКУ 38

ВИСНОВКИ 49

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ 51

ВСТУП

Актуальність теми. У сучасних умовах цифрової трансформації світової економіки електронний бізнес став одним із найважливіших факторів розвитку міжнародної торгівлі та глобального ринку. Активне впровадження інформаційно-комунікаційних технологій, розвиток мережі Інтернет, цифрових платформ та електронних платіжних систем сприяли формуванню нового етапу розвитку світової економіки, у якому електронний бізнес відіграє ключову роль. Сьогодні глобальні цифрові компанії суттєво впливають на структуру міжнародної торгівлі, поведінку споживачів та конкурентоспроможність підприємств.

Стан і ступінь розробки проблеми. Теоретичні засади розвитку електронного бізнесу та цифрової економіки досліджувалися у працях провідних зарубіжних учених, серед яких Краус Н.М, Манжура О.В. Ф. Котлер, М. Портер, Е. Турбан, Д. Чаффі, К. Лаудон та К. Трейвер. Значний внесок у дослідження проблем цифровізації економіки, електронної комерції та міжнародного електронного бізнесу зробили такі українські науковці, як О. Білорус, Д. Лук'яненко, С. Ілляшенко, А. Мазаракі, Т. Дубовик, Л. Лазебник та інші..

Мета і завдання дослідження. Метою кваліфікаційної роботи є дослідження теоретичних основ електронного бізнесу, аналіз сучасного стану й тенденцій розвитку глобального ринку e-business, а також обґрунтування перспектив розвитку електронного бізнесу в умовах цифровізації світової економіки.

Для досягнення поставленої мети визначено такі **завдання**:

1. Розкрити сутність та основні форми електронного бізнесу;
2. Дослідити еволюцію електронної комерції та цифрових бізнес-моделей;
3. Охарактеризувати особливості функціонування електронного бізнесу на світовому ринку;
4. Проаналізувати сучасний стан та тенденції розвитку глобального e-business;
5. Визначити роль міжнародних цифрових платформ у розвитку електронного бізнесу;

6. Дослідити вплив інноваційних технологій на трансформацію електронного бізнесу;
7. Виявити основні проблеми та виклики розвитку глобального e-business;.

Об'єктом дослідження є електронний бізнес та процес його розвитку у системі міжнародних економічних відносин в умовах цифрової трансформації світової економіки.

Предмет дослідження - Предметом дослідження є теоретичні, організаційно-економічні та технологічні аспекти розвитку електронного бізнесу на світовому ринку, а також закономірності та напрями його вдосконалення в умовах глобалізації та цифровізації міжнародної економіки.

База дослідження - Базою дослідження є статистичні матеріали міжнародних організацій, наукові праці вітчизняних і зарубіжних авторів, аналітичні звіти міжнародних консалтингових компаній, офіційні дані глобальних цифрових платформ і маркетплейсів, нормативно-правові акти у сфері електронної комерції та цифрової економіки, а також офіційні джерела інформації щодо розвитку електронного бізнесу на світовому ринку.

Методи дослідження. Для досягнення поставленої мети у роботі використано загальнонаукові та спеціальні методи дослідження, зокрема: аналіз і синтез, індукцію та дедукцію, метод порівняння, узагальнення, системний підхід, статистичний та графічний методи, а також методи економічного аналізу для оцінки сучасного стану й тенденцій розвитку електронного бізнесу на світовому ринку.

Наукова новизна та практична значимість одержаних результатів. Наукова новизна роботи полягає в узагальненні сучасних підходів до дослідження розвитку електронного бізнесу в умовах цифрової трансформації світової економіки, систематизації сучасних тенденцій розвитку глобального e-business та визначенні ролі інноваційних технологій у формуванні нових цифрових бізнес-моделей.

Практична значимість результатів дослідження полягає у можливості використання сформульованих висновків і рекомендацій для вдосконалення

діяльності підприємств у сфері електронного бізнесу, підвищення ефективності цифрової комерції, а також у навчальному процесі під час вивчення дисциплін економічного спрямування.

Апробація результатів роботи. Основні положення, результати дослідження та практичні висновки кваліфікаційної роботи були апробовані на науково-практичних конференціях, присвячених проблемам розвитку цифрової економіки, електронного бізнесу та міжнародних економічних відносин.

За результатами дослідження було підготовлено та опубліковано тези доповідей на таких наукових конференціях:

1. Синергетичні драйвери розвитку обліку, податкового аудиту та бізнес-аналітики 2026р., тема тез: «Розвиток електронного бізнесу в умовах цифрової трансформації».
2. Обліково-аналітичні й статистичні методи та моделі в оподаткуванні, бізнесі, економіці 2025р., тема тез: «Інтеграція електронного бізнесу у систему міжнародних економічних зв’язків: виклики та перспективи».
3. Сучасні проблеми і перспективи розвитку обліку, аналізу і контролю в умовах глобалізації економіки 2025р., тема тез: «Вплив розвитку електронного бізнесу на глобальну економіку в умовах цифрової трансформації».

Основні результати дослідження отримали позитивну оцінку під час наукових дискусій та були використані при підготовці кваліфікаційної роботи.

РОЗДІЛ 1
ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОГО БІЗНЕСУ

1.1. Сутність, еволюція та основні форми електронного бізнесу

У сучасних умовах цифрової трансформації світової економіки електронний бізнес (e-business) набуває все більшого значення як ключовий інструмент здійснення господарської діяльності. Активне впровадження інформаційно-комунікаційних технологій, розвиток глобальних мереж та цифрових платформ зумовили формування нових моделей ведення бізнесу, що ґрунтуються на використанні електронного середовища.

У науковій літературі існують різні підходи до трактування поняття електронного бізнесу. Зокрема, електронний бізнес розглядається як будь-яка форма підприємницької діяльності, що здійснюється із застосуванням цифрових технологій та мережі Інтернет. Інші дослідники визначають e-business як комплекс бізнес-процесів, що включає електронну комерцію, електронний маркетинг, управління ланцюгами постачання та взаємодію з клієнтами за допомогою цифрових каналів. Таким чином, електронний бізнес є ширшим поняттям, ніж електронна комерція, оскільки охоплює не лише процес купівлі-продажу товарів і послуг, але й усі супутні бізнес-процеси.

Електронна комерція (e-commerce), у свою чергу, є складовою електронного бізнесу та охоплює операції з купівлі та продажу товарів і послуг через електронні мережі. Вона включає онлайн-торгівлю, електронні платежі, інтернет-аукціони та інші форми цифрових транзакцій. Основна відмінність між e-business і e-commerce полягає у тому, що e-commerce фокусується на комерційних операціях, тоді як e-business включає ширший спектр управлінських і організаційних процесів. Еволюція електронного бізнесу тісно пов’язана з розвитком інформаційних технологій та інтернету. Перший етап його становлення припадає на 1990-ті роки, коли з’явилися перші веб-сайти та онлайн-магазини, що дозволили здійснювати елементарні торговельні операції

через Інтернет. На початку 2000-х років відбулося активне поширення електронної комерції, з'явилися великі онлайн-платформи та маркетплейси, що значно розширили можливості для бізнесу. Подальший етап, який розпочався після 2010 року, характеризується розвитком мобільної комерції, соціальних мереж, хмарних технологій та цифрових екосистем. На сучасному етапі електронний бізнес інтегрує інноваційні технології, такі як штучний інтелект, великі дані та блокчейн, що забезпечує його подальшу трансформацію. Досліджуючи визначення «електронний бізнес», «інтернет-торгівля» і «електронна комерція» (табл. 1.1), можемо сказати, що у вчених немає однозначного тлумачення цих понять.

Таблиця 1.1

Інтерпретація поняття «інтернет-торгівля», «електронна торгівля» та «електронна комерція» різними авторами

Автор	Поняття	Інтерпретація
Ф. Котлер	Електронна комерція	Процес купівлі, продажу та обміну товарами, послугами й інформацією через комп'ютерні мережі та Інтернет.
Е. Турбан	Електронна комерція	Використання цифрових технологій і мереж для здійснення комерційних операцій між підприємствами та споживачами.
К. Лаудон, К. Трейвер	Електронна торгівля	Електронне здійснення комерційних транзакцій між організаціями та фізичними особами через Інтернет.
Д. Чаффі	Електронний бізнес	Усі форми електронної взаємодії між організацією та її клієнтами, постачальниками й партнерами.
М. Портер	Інтернет-торгівля	Форма здійснення торговельної діяльності через цифрові канали комунікації та мережу Інтернет.
Т. Дубовик	Електронна комерція	Підприємницька діяльність, що здійснюється за допомогою електронних інформаційних систем та цифрових технологій.
А. Мазаракі	Електронна торгівля	Процес реалізації товарів і послуг шляхом використання електронних засобів передачі даних.
С. Ілляшенко	Електронний бізнес	Сукупність бізнес-процесів, що базуються на використанні інформаційно-комунікаційних технологій та цифрових платформ.
Л. Лазебник	Інтернет-торгівля	Дистанційна форма продажу товарів та послуг через мережу Інтернет із використанням електронних платіжних систем.
Закон України «Про електронну комерцію»	Електронна комерція	Відносини, спрямовані на отримання прибутку, що виникають під час укладення правочинів дистанційно з використанням інформаційно-комунікаційних систем.

Продовження таблиці 1.1

OECD	Електронна торгівля	Продаж або купівля товарів і послуг через комп'ютерні мережі за допомогою спеціально створених методів отримання або розміщення замовлень.
UNCTAD	Електронний бізнес	Використання цифрових технологій для організації, управління та здійснення бізнес-операцій у глобальному середовищі.

Джерело: [15, 25]

На думку Краус К. М., Краус Н. М. та Манжури О. В., існує низка причин, які спонукають сучасні суб'єкти господарювання переходити до електронного простору (рис. 1.1). Перш за все, це освоєння нових ринкових сегментів, підвищення оперативності, цілодобовий доступ до послуг, мінімізація витрат, зміцнення партнерських відносин, забезпечення онлайн-підтримки бізнес-процесів, запровадження інноваційних сервісів тощо. На теперішньому етапі значним фактором також є наслідки пандемії коронавірусу, які в багатьох випадках унеможливили ведення бізнесу в традиційному офлайн-форматі через різноманітні обмеження і бар'єри.



Рис. 1.1 – Причини переходу до електронного бізнесу

Джерело: [3, 8]

Поняття електронна торгівля та електронна комерція, на перший погляд, здаються тотожними, адже обидва є інструментами реалізації електронного бізнесу, проте електронна комерція охоплює ширший спектр комерційних діяльностей, які здійснюються з використанням електронних технологій. Інтернет-торгівля виступає окремим підтипом електронної комерції, основним середовищем якої є виключно комп'ютерна мережа Інтернет. Еволюція електронного бізнесу передбачає інтеграцію ключових бізнес-процесів і засобів комунікації в інформаційний простір. У більш вузькому сенсі електронний бізнес полягає у трансформації процесів ведення діяльності через впровадження Інтернет-технологій, що дозволяє значно підвищити ефективність роботи.

Циганенко О. В., Зубко К. Ю. та Весперіс С. З. визначають ключові особливості e-commerce наступним чином:

1. Всеосяжність. E-commerce охоплює широкий спектр можливостей та забезпечує доступність практично в будь-якій точці світу. Завдяки використанню таких інструментів, як комп'ютери чи ноутбуки, а також маркетплейси в інтернеті, споживачі можуть легко отримувати потрібну інформацію в зручний час і місце, значно скорочуючи витрати на аналіз ринку.

2. Глобалізація. Сучасні технології електронної торгівлі дають бізнесу змогу виходити за межі державних кордонів, відкриваючи перед ним нові перспективи для зростання та підвищення прибутковості.

3. Універсальні стандарти. Уніфіковані технічні стандарти забезпечують рівний рівень з'єднання та суттєво скорочують витрати на пошук, сприяючи ефективному здійсненню електронних транзакцій і функціонуванню Інтернету.

4. Інтерактивність. Соціальні мережі та інші онлайн-інструменти забезпечують ефективний двосторонній зв'язок між покупцями та продавцями, сприяючи активній взаємодії між людьми.

5. Висока щільність інформації. Інтернет виступає ключовою платформою для взаємодії у сфері електронної торгівлі, забезпечуючи значну концентрацію доступної інформації для усіх сегментів ринку.

6. Різноманітний асортимент комунікативних засобів. Використання таких

форм представлення інформації, як текст, графічні зображення, відеоконтент, звукові матеріали, гіперпосилання, СМС та інші інтерактивні формати, сприяє комплексній презентації продуктів і послуг. Такий підхід слугує ефективним механізмом для привернення уваги цільової аудиторії, забезпечуючи багатовимірність сприйняття та підвищуючи загальну зацікавленість.

7. Персоналізація. Маркетингові комунікації можуть бути адаптовані до потреб та інтересів окремих користувачів на основі аналізу зібраних про них даних.

8. Багатоканальність і омніканальність передбачають використання широкого спектра каналів взаємодії між бізнесом і споживачами. Сюди входять веб-сайти, соціальні мережі, месенджери, а також друковані чи цифрові каталоги. Такий підхід дає змогу компаніям забезпечити присутність у різноманітних джерелах інформації та охопити більшу аудиторію.

Нижче наведено порівняльну таблицю (табл. 1.2) інструментів і методів комерційної діяльності у традиційній та інформаційній економіці.

Таблиця. 1.2

Таблиця інструментів і методів комерційної діяльності

Критерій	**Традиційна економіка**	**Інформаційна економіка**
Основний формат торгівлі	Фізичні магазини, офлайн-ринок	Електронна комерція, онлайн-платформи
Канали збуту	Оптові бази, торговельні мережі	Маркетплейси, соціальні мережі, сайти
Засоби комунікації з клієнтами	Телефон, друкована реклама, особисті зустрічі	Email-маркетинг, месенджери, чат-боти, CRM-системи
Методи просування товарів	Телебачення, радіо, зовнішня реклама	Digital-маркетинг, SEO, таргетована реклама
Обробка інформації	Паперовий документообіг	Хмарні технології, електронний документообіг
Швидкість обміну	Повільна	Миттєва

Продовження таблиці 1.2

Способи платежів	Готівка, банківські перекази	Онлайн-платежі, електронні гаманці, криптовалюта
Інструменти аналізу ринку	Соціологічні опитування, статистичні звіти	Big Data, аналітика в реальному часі, AI-технології
Організація логістики	Традиційні складські системи	Автоматизована логістика, GPS-моніторинг
Взаємодія з партнерами	Договори у паперовій формі	Електронні контракти, цифрові платформи
Основний ресурс	Матеріальні ресурси	Інформація та цифрові дані
Конкурентні переваги	Виробничі потужності	Інновації, швидкість доступу до інформації
Географія діяльності	Локальні та національні ринки	Глобальний цифровий ринок
Управління бізнесом	Традиційний менеджмент	Автоматизовані системи управління ERP, CRM

Джерело: [30]

Основними принципами електронної комерції є:

1) Принцип єдиного системного зв'язку: ПК та інші пристрої, пов'язані телекомунікаціями, створюють глобальну мережу для взаємодії.

2) Принцип повноти пояснює, що в цифровій економіці вартість товарів і послуг визначається їх різноманітністю. Як тільки зростає кількість товарів у мережі, їх цінність також підвищується. Це протиставляється класичним економічним законам, де цінність товару зазвичай визначається його рідкістю.

3) Принцип експоненти свідчить, що розвиток цифрової економіки має експоненційний характер завдяки нелінійному зростанню її складових елементів.

4) Принцип зростаючого ефекту полягає в тому, що прибуток учасників бізнес-процесів збільшується зі зростанням Інтернету, залученням нових учасників і нарощуванням обсягів продажу товарів і послуг.

5) Принцип зворотного ціноутворення відображає характерну для цифрової економіки тенденцію до зниження вартості найякісніших товарів і послуг. Така динаміка пояснюється необхідністю постійного впровадження

нових продуктів на ринок, що стимулює конкуренцію і сприяє здешевленню попередніх пропозицій.

6) Принцип безоплатності наголошує, що цінність товару чи послуги зростає відповідно до рівня їхньої поширеності. У результаті кожна окрема одиниця продукту набуває більшої значущості.

7) Принцип лояльності - споживачі виявляють довіру та відданість тим інтернет-компаніям, які активно взаємодіють із ними через цифрові платформи.

8) Принцип переосмислення цінностей наголошує на заміні матеріальних пріоритетів інформаційними у контексті цифрової економіки.

9) Принцип глобалізації підкреслює, що цифрова економіка являє собою інтегровану систему взаємопов’язаних ринків на глобальному рівні.

10) Принцип хаосу свідчить, що життєздатність компаній у сучасній цифровій економіці залежить від періодичних станів динамічної нестабільності. Ці стани сприяють руйнуванню застарілих підходів і стимулюють створення інноваційних бізнес-моделей.

11) Принцип децентралізації передбачає, що в цифровій економіці немає централізованого органу, який відповідає за координацію дій учасників мережі.

12) Принцип клонування - тенденція до сталого зростання кількості реальних споживачів, що сприяє формуванню більшої кількості однорідних споживчих груп та поступовому редукуванню бар'єрів у торговельно-економічних відносинах.

Електронна комерція охоплює широкий спектр комерційних операцій, таких як роздрібна та оптова торгівля, дистрибуція, комерційне представництво, агентські договори, факторинг, лізинг, будівництво промислових об’єктів, надання консалтингових послуг, інжиніринг, операції з ліцензіями, інвестиційна діяльність, фінансові послуги, банківські операції, страхування та багато інших видів співпраці в галузі бізнесу та промисловості. У цій сфері також включено всі процеси, пов'язані з укладанням електронних договорів, зокрема аналіз ринку, пошук партнерів для співпраці, здійснення фінансових операцій, управління ризиками через страхування та інші взаємодії.

Як і в будь-якому бізнесі, електронна комерція стикається з низкою викликів, серед яких пошук відповідного ринку, привернення уваги та здобуття довіри цільової аудиторії, збільшення обсягів продажів і забезпечення стабільного довгострокового розвитку. Також важливо ретельно підходити до вибору платформи, аби вона ефективно інтегрувала всі дані та точки взаємодії, сприяючи більш розумному управлінню та прийняттю обґрунтованих рішень. Більше того, обмеженість у взаємодії з клієнтами теж відіграє немалу роль: відсутність особистого спілкування може ускладнити розуміння їхніх бажань, потреб і проблем. Хоча існують інструменти для збору подібної інформації, такі як опитування чи контакти через службу підтримки, це часто вимагає більше зусиль порівняно зі звичайними розмовами з покупцями. До того ж, технічні проблеми можуть стати значною перешкодою у продажах. Якщо веб-сайт працює з перебоями, має низьку швидкість або стає недоступним, це негативно позначається на здатності компанії реалізовувати продукцію чи послуги. Такі збої не лише впливають на довіру клієнтів, але й можуть призвести до фінансових втрат бізнесу.

Отже, електронний бізнес є важливою складовою сучасної цифрової економіки та одним із ключових напрямів розвитку міжнародного підприємництва. У процесі еволюції він трансформувався від простих форм онлайн-торгівлі до комплексної системи цифрової взаємодії між підприємствами, споживачами та державними структурами. Розвиток інформаційно-комунікаційних технологій, глобалізація світової економіки та поширення мережі Інтернет сприяли активному розвитку різних моделей е-бізнесу.

1.2. Фактори та передумови розвитку електронного бізнесу у світовій економіці

Розвиток електронного бізнесу у світовій економіці є результатом комплексного впливу низки взаємопов’язаних факторів, що формують сприятливе середовище для цифровізації економічної діяльності. В умовах глобалізації та інтенсивного розвитку інформаційно-комунікаційних технологій

електронний бізнес перетворюється на ключовий елемент сучасної економічної системи. Його становлення зумовлене як технологічними змінами, так і трансформацією економічних, соціальних та інституційних процесів.

Слід зазначити, що фактори розвитку електронного бізнесу мають багаторівневий характер і можуть бути згруповані за кількома основними напрямами: технологічні, економічні, соціальні та інституційні. Їх взаємодія визначає динаміку розвитку електронної комерції та ступінь інтеграції цифрових технологій у господарську діяльність.

Технологічні: ключовою передумовою становлення електронного бізнесу є розвиток інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ). Саме технологічний прогрес створив базу для функціонування цифрових платформ, онлайн-торгівлі та електронних фінансових операцій. Перш за все, важливу роль відіграє поширення мережі Інтернет. Зростання кількості користувачів Інтернету у світі забезпечує розширення потенційної клієнтської бази для підприємств. Високий рівень інтернет-проникнення в розвинених країнах та його активне зростання у країнах, що розвиваються, сприяють глобалізації електронного бізнесу. Не менш важливим є розвиток мобільних технологій. Поширення смартфонів і мобільного інтернету зумовило виникнення мобільної комерції (m-commerce), яка дозволяє здійснювати покупки в будь-який час і в будь-якому місці. Це значно підвищує зручність для споживачів і стимулює зростання обсягів онлайн-продажів. Важливим фактором також є розвиток хмарних технологій, які забезпечують доступ до обчислювальних ресурсів та зберігання даних без значних інвестицій у власну IT-інфраструктуру. Це особливо важливо для малого та середнього бізнесу, який отримує можливість використовувати сучасні цифрові рішення за відносно низькою вартістю. Крім того, суттєвий вплив на розвиток електронного бізнесу мають інноваційні технології, такі як штучний інтелект, великі дані (Big Data), блокчейн та інтернет речей (IoT). Вони дозволяють автоматизувати бізнес-процеси, аналізувати поведінку споживачів, підвищувати ефективність управління та забезпечувати безпеку електронних транзакцій.

Економічні: процес глобалізації сприяє інтеграції національних економік у світовий ринок. Електронний бізнес дозволяє підприємствам виходити на міжнародні ринки без значних витрат, що підвищує їх конкурентоспроможність. Одним із ключових економічних чинників є зниження трансакційних витрат. Використання електронних платформ дозволяє скоротити витрати на пошук інформації, укладення угод, логістику та обслуговування клієнтів. Це робить бізнес-процеси більш ефективними та сприяє зростанню продуктивності. Крім того, електронний бізнес створює нові можливості для розвитку підприємництва. Зокрема, малий і середній бізнес отримує доступ до глобальних ринків через маркетплейси та цифрові платформи, що раніше було доступно лише великим компаніям. Важливим економічним фактором є також розвиток електронних платіжних систем і фінансових технологій (FinTech). Вони забезпечують швидкість і безпеку транзакцій, що є необхідною умовою функціонування електронної комерції.

Соціальні: одним із ключових факторів є зміна поведінки споживачів. Сучасні споживачі віддають перевагу онлайн-покупкам через їх зручність, швидкість та широкий асортимент товарів. Зростання рівня цифрової грамотності населення також сприяє розвитку електронного бізнесу. Люди все активніше використовують цифрові технології у повсякденному житті, що створює сприятливі умови для розвитку онлайн-торгівлі. Також важливим соціальним фактором є урбанізація та зміна стилю життя. Швидкий темп життя стимулює попит на онлайн-сервіси, які дозволяють економити час. Пандемія COVID-19 також стала значним каталізатором розвитку електронного бізнесу, прискоривши перехід споживачів до онлайн-форматів.

Інституційні: інституційні фактори включають державну політику, правове регулювання та міжнародне співробітництво. Ефективне нормативно-правове середовище є важливою передумовою розвитку електронного бізнесу. Держави розробляють стратегії цифрової економіки, спрямовані на розвиток IT-інфраструктури, підтримку інновацій та стимулювання підприємництва. Важливим є також регулювання питань захисту персональних даних,

кібербезпеки та електронних платежів. Міжнародні організації відіграють важливу роль у формуванні глобальних стандартів електронної комерції. Гармонізація правил сприяє розвитку транскордонної торгівлі та зниженню бар'єрів для бізнесу.

Важливо підкреслити, що всі зазначені фактори тісно взаємопов'язані між собою. Наприклад, розвиток технологій сприяє зміні поведінки споживачів, що, у свою чергу, стимулює економічну активність та потребує відповідного регулювання з боку держави.

Таким чином, розвиток електронного бізнесу є результатом комплексної взаємодії технологічних, економічних, соціальних та інституційних факторів. Їх узгоджене функціонування створює сприятливе середовище для цифрової трансформації економіки та подальшого зростання електронної комерції.

1.3. Інтернет-торгівля як складова електронного бізнесу у світовій економіці

Інтеграція інтернет-технологій у сучасну бізнес-сферу спричинила фундаментальні трансформації в підходах до здійснення торговельної діяльності.

Упродовж останніх десятиліть електронна комерція перестала бути лише альтернативою традиційним методам торгівлі, натомість стала ключовою складовою стратегічного планування у багатьох компаніях на глобальному рівні. Зростаюча популярність онлайн-торгівлі сприяла формуванню різноманітних її форм і моделей, які комплексно відображають багатогранність цього феномену. У такому контексті питання типологізації інтернет-торгівлі набуває особливої актуальності, оскільки саме воно створює аналітичні передумови для глибшого усвідомлення структурного різноманіття електронної комерції та визначення її значущості в сучасній економічній системі. Ретельне вивчення цих аспектів дозволяє підприємствам більш ефективно впроваджувати механізми інтернет-торгівлі в рамках своїх бізнес-стратегій, що своєю чергою допомагає їм досягати визначених цілей і зберігати конкурентоспроможність у динамічному ринковому середовищі.

Довбенко Д. І. та Гребешкова О. М. підкреслюють, що традиційний підхід до класифікації видів електронної комерції передбачає розгляд кількох ключових параметрів. Серед них: об’єкти та суб’єкти взаємодії; місце, яке займає система у внутрішній структурі підприємства; рівень інноваційності діяльності або послуг, що забезпечуються системою; а також ставлення підприємства до впровадження і використання системи електронної комерції.

Аналіз системи, а також узагальнення літературних джерел і практики інтернет-торгівлі свідчать, що реалізація товарів і послуг через Інтернет відбувається за допомогою чотирьох ключових платформ для реклами та продажу. До них відносяться: веб-сайт власного інтернет-магазину, онлайн-дошки оголошень, соціальні мережі та онлайн-торгові майданчики.

Ілляшенко С. М. та Іванова Т. Є. акцентують увагу на тому, що розробка власного веб-сайту є важливим засобом для повної презентації компанії та її продукції в онлайн-середовищі. Цей процес дозволяє не лише донести інформацію до споживачів, але й сприяє формуванню та зміцненню бренду, забезпечує конкурентну перевагу та створює можливості для аналізу поведінки користувачів. Однак варто зазначити, що створення інтернет-магазину є лише початковим етапом у ширшому контексті ефективної цифрової присутності. Для досягнення високих показників продажу необхідно забезпечити комплексний підхід, який включає активне просування веб-ресурсу в пошукових системах, постійне вдосконалення його функціональних і структурних характеристик, а також підвищення рівня зручності для користувачів. Практика створення й управління інтернет-магазинами переконливо демонструє, що за умови наявності якісного веб-ресурсу, з підтримкою сучасних технологій і стратегій інтернет-маркетингу, можливо досягти значного зростання економічних результатів у сфері електронної комерції.

Електронні дошки оголошень є популярними веб-ресурсами, на яких користувачі мають можливість розміщувати свої оголошення. Найчастіше вони організовані за тематичними розділами, що робить їх більш зручними для навігації. Розміщення оголошень на таких платформах може бути як

безкоштовним, так і платним, де оплата зазвичай впливає на видимість і пріоритетність в рейтингу. Цей інструмент здебільшого привабливий для приватних осіб, які продають вживані речі або проводять разові угоди. Водночас, власники веб-ресурсів також використовують електронні дошки оголошень у маркетингових цілях, щоб збільшити кількість зворотних посилань та покращити позиції свого сайту в результатах пошукових систем. Соціальні мережі поступово перетворюються на надзвичайно потужний інструмент маркетингових комунікацій, актуальний для різних сфер бізнесу. Ними активно користуються як новачки у підприємництві для запуску своїх стартапів, так і великі корпорації для розширення каналів збуту та підвищення взаємодії із аудиторією. Втім, цей канал продажів має свої обмеження. Успішність реалізації товарів значною мірою залежить від їхньої унікальності: стандартизовані вироби часто важко продати без істотного зниження ціни, що іноді стає необхідним для привернення уваги покупців. Висока вартість продукту також може бути вирішальним фактором, що зменшує його популярність. Крім того, ринкові можливості в цьому сегменті обмежені профілем цільової аудиторії: зазвичай це переважно жінки віком від 16 до 28 років і домогосподарки.

Соціальні мережі варто оцінювати як важливий інструмент у процесі просування продукції, що забезпечує ефективну платформу для формування іміджу бренду. Водночас вони постають як доступний та економічно вигідний засіб, який сприяє запуску підприємницької діяльності, надаючи широкі можливості для залучення цільової аудиторії та розширення бізнесу.

Торговельні майданчики в Інтернеті слугують інтегрованими платформами для реалізації товарів і послуг, об'єднуючи тисячі підприємств із різних секторів економіки. Відомими прикладами таких онлайн-ресурсів є Ebay.com, Amazon.com та Prom.ua. Як правило, основними постачальниками продукції на цих платформах виступають корпоративні структури, а не фізичні особи.

Інформацію про організацію та її продукцію можна розміщувати як на платній основі, так і безкоштовно. Вибір платного пакета впливає на презентацію сайту на платформі, його позиціонування серед конкурентів, а також визначає

доступний функціонал і кількість товарних позицій. Цей варіант реалізації товарів в Інтернеті може бути досить ефективним, проте він має певні недоліки порівняно з власним інтернет-магазином. Зокрема, щорічна оплата за розміщення на платформі часто досягає значних сум, які можуть бути співставними з витратами на створення індивідуального сайту. Приватний інтернет-магазин забезпечує ширший набір можливостей та унікальний дизайн, що створює більш персоналізований досвід для споживачів.

Краус К. М. та Манжура О. В. зазначають, що в сучасних умовах господарювання існує значна кількість видів електронної економічної діяльності, які охоплюють широкий спектр операцій і процесів. Серед них можна виокремити такі: функціонування віртуальних компаній; - електронна торгівля як оптова, так і роздрібна; - забезпечення перед- та післяпродажної підтримки для споживачів; - надання електронних фінансових послуг у форматі опту й роздробу; - проведення маркетингових комерційних досліджень; - розміщення електронної реклами; - здійснення комерційних операцій, таких як інтерактивне замовлення, доставка та оплата; - комплексна розробка товарів і послуг. Також до електронної економічної діяльності належать: - спільне розподілене виробництво електронної продукції; - ведення електронного адміністрування бізнес-процесів, включно із системами податкового адміністрування; - електронний бухгалтерський облік; - укладення угод у цифровому форматі. Ці різновиди діяльності створюють сучасну основу для розвитку інтегрованих та ефективних бізнес-моделей, відповідних викликам цифрової економіки.

Однією з ключових класифікацій суб’єктів електронної комерції є виділення 4 основних груп. До них належать: споживачі (consumer), які представлені фізичними особами; бізнес-організації (business), що здійснюють комерційну діяльність; державні органи (government або administration), які відіграють регуляторну і координуючу роль; а також фінансові установи, що забезпечують процес здійснення розрахунків між іншими учасниками системи електронної комерції.

Інтернет-комерція охоплює кілька ключових сегментів, які включають:

- Business-to-Business (B2B): модель взаємодії «бізнес для бізнесу». Компанії продають товари або послуги іншим компаніям. Приклад: виробник обладнання продає техніку підприємству.

- Business-to-Consumer (B2C): модель «бізнес для споживача». Підприємство реалізує товари чи послуги кінцевим споживачам. Приклад: інтернет-магазин продає одяг покупцям.

- Business-to-Government (B2G): модель «бізнес для держави». Приватні компанії надають товари чи послуги державним установам. Приклад: IT-компанія створює програмне забезпечення для міністерства.

- Consumer-to-Business (C2B): модель «споживач для бізнесу». Фізичні особи пропонують товари, послуги або інформацію компаніям. Приклад: фрилансер виконує дизайн для компанії.

- Government-to-Business (G2B): модель «держава для бізнесу». Державні органи надають послуги підприємствам в електронному форматі. Приклад: електронна подача податкової звітності.

- Consumer-to-Government (C2G): модель «споживач для держави». Громадяни взаємодіють із державними структурами через цифрові сервіси. Приклад: сплата штрафів або податків онлайн.

- Government-to-Consumer (G2C): модель «держава для громадян». Держава надає електронні послуги населенню.

- Consumer-to-Consumer (C2C): модель «споживач для споживача». Фізичні особи продають товари або послуги одна одній.

- Government-to-Government (G2G): модель «держава для держави». Взаємодія між державними органами та установами через інформаційні системи. Приклад: обмін даними між міністерствами або митними службами різних країн.

Отже, при аналізі Інтернету як сучасного інструменту для реалізації товарів чи надання послуг доцільно спиратися на найпоширенішу класифікацію торговельних операцій, яка виконується суб’єктами бізнес-діяльності: B2B (бізнес до бізнесу) та B2C (бізнес до споживача).

РОЗДІЛ 2
АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОГО БІЗНЕСУ НА СВІТОВОМУ РИНКУ

2.1. Сучасні тенденції розвитку глобального електронного бізнесу

У сучасних умовах цифрової трансформації світової економіки електронний бізнес демонструє стійкі темпи зростання та поступово перетворюється на один із ключових елементів міжнародних економічних відносин. Активний розвиток інформаційно-комунікаційних технологій, збільшення кількості користувачів Інтернету, поширення смартфонів та цифрових платформ суттєво змінюють механізми функціонування світового ринку. Електронний бізнес забезпечує нові можливості для підприємств, сприяє зниженню транзакційних витрат, розширює доступ до міжнародних ринків та стимулює розвиток цифрової економіки. Однією з головних тенденцій сучасного етапу розвитку глобального електронного бізнесу є стрімке збільшення обсягів електронної комерції. За останні десять років світовий ринок e-commerce зріс у декілька разів, а пандемія COVID-19 додатково прискорила цифровізацію бізнес-процесів та споживчої поведінки. У період карантинних обмежень значна частина населення перейшла до онлайн-покупок, що стимулювало розвиток електронних платформ, служб доставки та цифрових платіжних систем.

У 2021 році обсяг ринку e-commerce склав 4,9 трлн дол. США, у 2022 - 5,3 трлн дол.США, 2023 - 5,8 трлн дол. США, 2024 - 6 трлн дол. США. За оцінками міжнародних аналітичних агентств, у 2025 році обсяг перевищив 7,1 трлн дол. США. Прогнозується, що у найближчі роки цей показник продовжить зростати завдяки подальшій цифровізації суспільства та розвитку мобільної комерції.

Ці дані свідчать про стабільне зростання світового електронного бізнесу. Особливо високі темпи розвитку спостерігалися у 2020-2021 ще у роках, коли значна частина економічної активності перемістилася в онлайн-середовище. Водночас навіть після завершення пандемічних обмежень ринок продовжив зростати, що свідчить про довгостроковий характер цифрової трансформації.

Важливою тенденцією є зміна структури світової торгівлі на користь цифрових каналів продажу. Частка онлайн-торгівлі у загальному обсязі роздрібної торгівлі постійно збільшується. Якщо ще десять років тому електронна комерція сприймалася як додатковий канал продажів, то сьогодні вона стає основною формою взаємодії між продавцем і споживачем у багатьох сферах економіки. Суттєвий вплив на розвиток електронного бізнесу має глобалізація та інтеграція національних економік у єдиний цифровий простір. Завдяки Інтернету навіть невеликі компанії отримують можливість виходити на міжнародні ринки без необхідності створення фізичної інфраструктури за кордоном. Це сприяє посиленню конкуренції, розширенню асортименту товарів і послуг та зростанню ефективності міжнародної торгівлі. Особливу роль у розвитку глобального електронного бізнесу відіграють цифрові платформи та маркетплейси. Такі компанії, як Amazon, Alibaba, eBay, Shopify та JD.com (табл. 2.1), формують нову модель міжнародної торгівлі, засновану на використанні цифрових екосистем. Вони забезпечують стандартизацію процесів, автоматизацію логістики, цифрові платежі та персоналізацію пропозицій.

Amazon є найбільшою платформою електронної комерції у світі та займає провідні позиції на ринку США та Європи. Компанія активно розвиває логістичну інфраструктуру, впроваджує технології штучного інтелекту та автоматизації складів. Значну роль у діяльності Amazon відіграє сервіс Amazon Web Services (AWS), який забезпечує хмарні обчислення для бізнесу та державних установ.

Китайська компанія Alibaba домінує на азійському ринку та є одним із ключових драйверів розвитку електронного бізнесу у країнах, що розвиваються. Платформи Taobao та Tmall забезпечують мільйони транзакцій щоденно та формують масштабну цифрову екосистему, що поєднує електронну комерцію, фінансові послуги та логістику.

Таблиця 2.1

Найбільші компанії глобального електронного бізнесу у 2024 році

№	Компанія	Країна	Основний напрям діяльності	Орієнтовна ринкова вартість	Коротка характеристика
1	Amazon	США	Маркетплейс, хмарні сервіси, логістика	понад 1,9 трлн дол. США	Найбільша компанія світової електронної комерції та лідер глобального онлайн-ритейлу.
2	Alibaba Group	Китай	B2B, B2C, хмарні технології	близько 258 млрд дол. США	Провідна китайська платформа міжнародної електронної торгівлі.
3	PDD Holdings	Китай	Маркетплейси Pinduoduo та Temu	близько 196 млрд дол. США	Один із найдинамічніших гравців глобального e-commerce.
4	JD.com	Китай	Онлайн-ритейл, логістика	понад 158 млрд дол. доходу	Один із найбільших онлайн-ритейлерів
5	Shopify	Канада	Платформа для онлайн-магазинів	понад 108 млрд дол. США	Провідний сервіс для створення e-commerce бізнесів.
6	Mercado Libre	Аргентина	Маркетплейс і фінтех	понад 103 млрд дол. США	Найбільша e-commerce платформа Латинської Америки.
7	Walmart	США	Онлайн та офлайн-ритейл	понад 428 млрд дол. США	Активно розвиває електронну комерцію та маркетплейс.
8	eBay	США	C2C та B2C маркетплейс	глобальна присутність у понад 190 країнах	Один із найстаріших міжнародних онлайн-аукціонів.

Джерело: [42, 43, 44]

Діяльність глобальних платформ має як позитивні, так і негативні наслідки для світової економіки. З одного боку, вони спрощують міжнародну торгівлю та забезпечують доступ до глобального ринку для малого та середнього бізнесу. З іншого боку, концентрація ринкової влади у великих цифрових корпорацій може призводити до монополізації та обмеження конкуренції. Ще однією важливою тенденцією є розвиток мобільної комерції (m-commerce). Сучасні споживачі все частіше використовують смартфони для здійснення покупок, банківських операцій та взаємодії з цифровими сервісами. Зростання популярності мобільних

додатків, електронних гаманців та QR-платежів стимулює подальший розвиток цифрової економіки. Мобільна комерція має особливо високі темпи зростання у країнах Азії, де цифрові платіжні системи інтегровані у повсякденне життя населення. Такі сервіси, як Alipay, WeChat Pay та Apple Pay, забезпечують швидкість та зручність фінансових операцій, що сприяє збільшенню обсягів онлайн-торгівлі. Важливим напрямом розвитку електронного бізнесу є соціальна комерція (social commerce). Соціальні мережі поступово перетворюються не лише на засіб комунікації, а й на повноцінний канал продажів. Платформи Instagram, Facebook, TikTok та Pinterest активно інтегрують функції онлайн-покупок, що дозволяє компаніям безпосередньо взаємодіяти зі споживачами. Соціальна комерція базується на персоналізації контенту та використанні алгоритмів штучного інтелекту для аналізу поведінки користувачів. Це дає змогу підвищувати ефективність реклами, прогнозувати попит та формувати індивідуальні пропозиції для клієнтів. Однією з ключових тенденцій сучасного етапу є активне впровадження інноваційних технологій у сферу електронного бізнесу. Насамперед йдеться про штучний інтелект, великі дані (Big Data), блокчейн та інтернет речей (IoT).

Штучний інтелект використовується для автоматизації бізнес-процесів, персоналізації пропозицій, оптимізації логістики та обслуговування клієнтів. Наприклад, алгоритми машинного навчання дозволяють онлайн-платформам аналізувати поведінку користувачів та формувати рекомендації товарів на основі попередніх покупок. Технології Big Data забезпечують можливість обробки великих масивів інформації, що дозволяє компаніям прогнозувати ринкові тенденції, аналізувати попит та приймати ефективні управлінські рішення. У сучасних умовах дані стають одним із ключових ресурсів цифрової економіки. Блокчейн-технології використовуються для підвищення безпеки електронних транзакцій та забезпечення прозорості операцій. Вони особливо актуальні у сфері міжнародних платежів, логістики та електронного документообігу.

Інтернет речей сприяє інтеграції цифрових технологій у повсякденне життя та бізнес-процеси. Використання «розумних» пристроїв дозволяє

автоматизувати управління запасами, контролювати логістичні операції та підвищувати ефективність обслуговування клієнтів. Поряд із технологічними змінами важливу роль у розвитку електронного бізнесу відіграє зміна споживчої поведінки. Сучасні споживачі дедалі більше цінують швидкість, зручність та доступність товарів і послуг. Онлайн-платформи дозволяють здійснювати покупки у будь-який час та з будь-якого місця, що формує нові стандарти обслуговування. Крім того, зростає значення персоналізації та клієнтоорієнтованості. Компанії активно використовують аналітичні інструменти для вивчення потреб споживачів та формування індивідуальних пропозицій. Це підвищує рівень лояльності клієнтів та забезпечує конкурентні переваги на ринку.

Водночас розвиток глобального електронного бізнесу супроводжується низкою проблем і викликів. Однією з найбільш актуальних проблем є кібербезпека. Збільшення обсягів онлайн-транзакцій та накопичення великих масивів персональних даних створюють ризики кібератак, шахрайства та витоку інформації. Серйозною проблемою є також питання захисту персональних даних. У різних країнах світу існують відмінності у підходах до регулювання цифрової економіки та захисту інформації. Це ускладнює діяльність міжнародних компаній та створює додаткові бар’єри для розвитку транскордонної електронної торгівлі.

Ще одним викликом є цифрова нерівність між країнами та регіонами світу (рис. 2.1). Рівень розвитку цифрової інфраструктури, доступу до Інтернету та цифрових навичок населення суттєво відрізняється у розвинених країнах та країнах, що розвиваються. Це обмежує можливості інтеграції окремих держав у глобальну цифрову економіку.

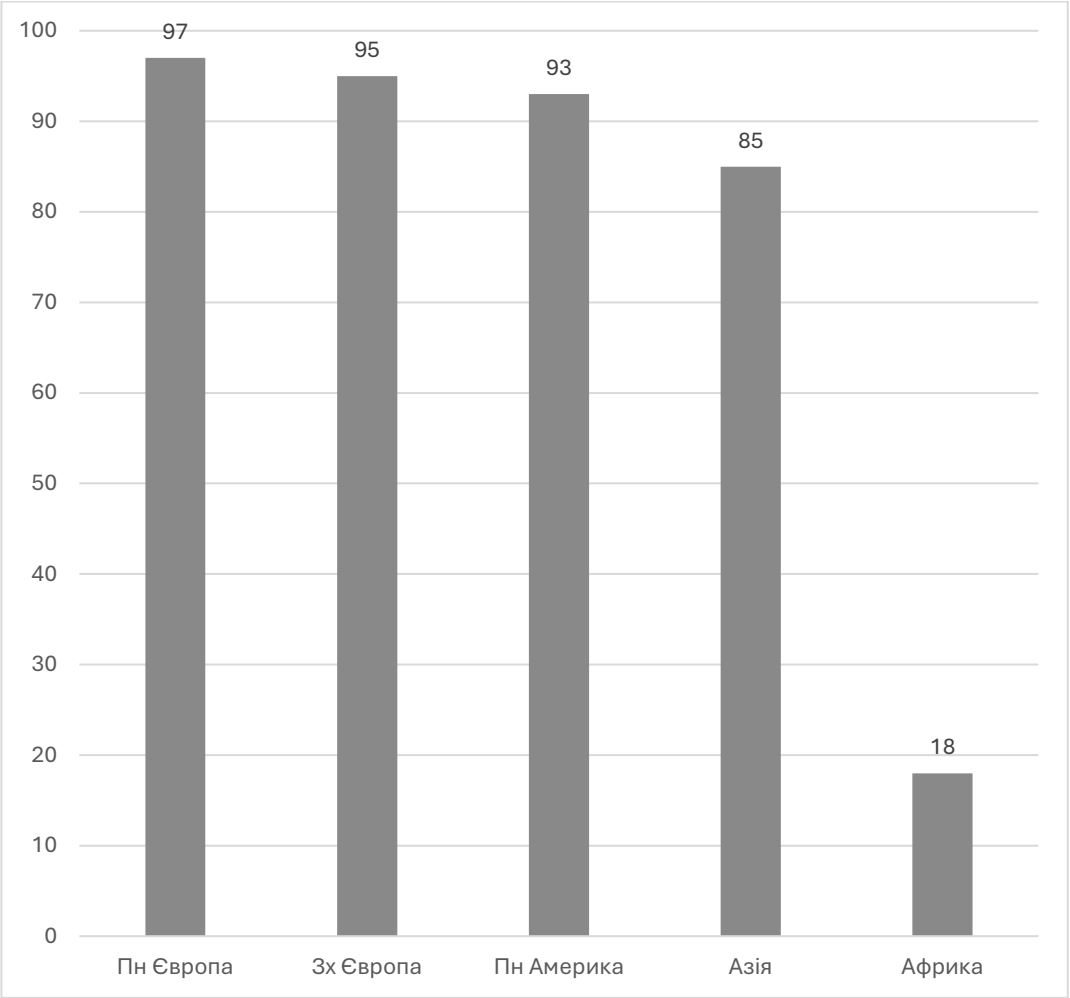


Рис. 2.1 – Рівень проникнення Інтернету в різних регіонах світу, у%

Джерело: [12, 14, 31]

Наведені дані свідчать про суттєві диспропорції у розвитку цифрової інфраструктури. Найнижчий рівень проникнення Інтернету спостерігається у країнах Африки, що негативно впливає на їхню участь у глобальному електронному бізнесі. У сучасних умовах важливого значення набуває питання державного регулювання електронного бізнесу. Уряди багатьох країн розробляють цифрові стратегії, спрямовані на розвиток електронної комерції, підтримку інновацій та забезпечення кібербезпеки.

Значну роль у формуванні міжнародних правил цифрової торгівлі відіграють міжнародні організації, зокрема СОТ, ОЕСР, UNCTAD та Європейський Союз. Особливо актуальним є питання оподаткування цифрових компаній. Великі транснаціональні корпорації отримують значні прибутки у

різних країнах світу, що викликає необхідність формування нових механізмів міжнародного податкового регулювання.

Важливим напрямом розвитку глобального електронного бізнесу є екологічна та соціальна відповідальність. Зростання обсягів онлайн-торгівлі супроводжується збільшенням логістичних перевезень, використанням пакувальних матеріалів та енергоспоживанням дата-центрів. У зв'язку з цим компанії активно впроваджують концепції «зеленої логістики», енергоефективних технологій та сталого розвитку.

Сучасні тенденції свідчать про поступове формування цифрових екосистем, у межах яких компанії об'єднують різні види послуг - електронну комерцію, фінансові сервіси, логістику, хмарні технології та цифровий контент. Це дозволяє підвищувати ефективність взаємодії з клієнтами та створювати нові конкурентні переваги. Таким чином, сучасний етап розвитку глобального електронного бізнесу характеризується стрімким зростанням обсягів електронної комерції, активним впровадженням цифрових технологій, розвитком мобільної та соціальної комерції, а також формуванням глобальних цифрових платформ. Електронний бізнес стає одним із ключових факторів трансформації світової економіки та міжнародної торгівлі. Водночас його подальший розвиток потребує вирішення проблем кібербезпеки, цифрової нерівності, регуляторної асиметрії та монополізації ринку.

Отже, сучасний глобальний електронний бізнес характеризується високими темпами розвитку, активною цифровізацією економіки та постійним впровадженням інноваційних технологій. Тому саме поєднання технологій, ефективного державного регулювання та міжнародної координації визначатиме перспективи розвитку електронного бізнесу у майбутньому.

2.2. Оцінка діяльності провідних компаній та цифрових платформ електронного бізнесу

У сучасній цифровій економіці провідні міжнародні компанії та цифрові платформи відіграють ключову роль у розвитку глобального електронного бізнесу. Саме вони формують основні тенденції розвитку електронної комерції, впливають на міжнародну торгівлю, логістику, цифрові платежі та споживчу поведінку. Великі транснаціональні корпорації створюють глобальні цифрові екосистеми, які об’єднують мільйони продавців і споживачів по всьому світу. Сучасні цифрові платформи виступають не лише посередниками між продавцем і покупцем, але й забезпечують комплексну інфраструктуру для ведення бізнесу. Вони інтегрують електронні платежі, маркетингові інструменти, аналітичні сервіси, логістичні рішення та системи управління взаємовідносинами з клієнтами. Завдяки цьому навіть невеликі компанії отримують можливість виходити на міжнародні ринки та конкурувати з великими підприємствами.

Однією з найбільших компаній у сфері електронного бізнесу є Amazon. Компанія була заснована у 1994 році Джеффом Безосом і спочатку функціонувала як онлайн-магазин книг. Згодом Amazon перетворився на найбільший у світі маркетплейс, який реалізує мільйони товарів у різних категоріях. Основою бізнес-моделі Amazon є поєднання власної електронної торгівлі з маркетплейсом для сторонніх продавців. Компанія надає продавцям доступ до глобальної клієнтської бази, логістичної інфраструктури та цифрових сервісів. Однією з ключових конкурентних переваг Amazon є високий рівень автоматизації логістики та використання сучасних технологій управління складськими операціями. Річний дохід компанії у 2025 році перевищив 570 млрд дол. США, кількість активних користувачів - понад 300млн.

Важливе місце у структурі бізнесу Amazon займає сервіс Amazon Web Services (AWS), який є світовим лідером у сфері хмарних обчислень. AWS забезпечує цифрову інфраструктуру для тисяч компаній, державних установ та онлайн-платформ. Це свідчить про те, що сучасні цифрові компанії

функціонують як багатокомпонентні екосистеми, а не лише як торговельні майданчики. Ще одним глобальним лідером електронного бізнесу є китайська компанія Alibaba Group. Компанія була створена у 1999 році Джеком Ма та стала основою стрімкого розвитку електронної комерції в Китаї. На сьогодні Alibaba є однією з найбільших цифрових платформ світу. Особливістю Alibaba є орієнтація на модель B2B та інтеграція різних цифрових сервісів у єдину екосистему. До структури компанії входять маркетплейси Taobao (Платформа C2C-комерції), Tmall (Платформа C2C-комерції), AliExpress (Міжнародна електронна торгівля), а також фінансові та логістичні сервіси.

Alibaba активно використовує технології Big Data та штучного інтелекту для аналізу поведінки користувачів та персоналізації пропозицій. Компанія також відіграє важливу роль у розвитку міжнародної електронної торгівлі, забезпечуючи доступ китайських виробників до світового ринку.

Суттєве місце на світовому ринку електронного бізнесу займає компанія eBay. На відміну від Amazon та Alibaba, eBay спеціалізується переважно на моделі C2C, що передбачає взаємодію між споживачами через онлайн-аукціони та торговельні майданчики. Компанія стала одним із перших успішних прикладів глобальної електронної платформи. Основною особливістю eBay є використання механізму онлайн-аукціонів, який дозволяє користувачам самостійно визначати вартість товарів. Крім того, платформа забезпечує можливість міжнародної торгівлі між приватними особами та малими підприємствами.

Важливим учасником глобального електронного бізнесу є канадська компанія Shopify, яка спеціалізується на створенні платформ для онлайн-магазинів. Shopify дозволяє підприємствам самостійно створювати цифрові торговельні майданчики та здійснювати продажі через Інтернет. На відміну від маркетплейсів, Shopify надає бізнесу інструменти для незалежного функціонування в онлайн-середовищі. Це дозволяє компаніям формувати власний бренд та уникати залежності від великих цифрових платформ.

Китайська компанія JD.com є одним із найбільших онлайн-ритейлерів у світі та основним конкурентом Alibaba на внутрішньому ринку Китаю.

Особливістю JD.com є акцент на власній логістичній інфраструктурі та контролі якості товарів. Компанія активно використовує роботизовані склади, дрони та автоматизовані системи доставки. Нижче наведено таблицю-порівняння найбільших цифрових платформ (табл.2.2).

Таблиця 2.2

Порівняльна характеристика провідних цифрових платформ

Назва платформи	**Країна походження**	**Тип платформи**	**Основний напрям діяльності**	**Кількість користувачів / охоплення**	**Основні переваги**
Amazon	США	Маркетплейс (B2C, B2B)	Онлайн-торгівля, хмарні сервіси	понад 300 млн активних користувачів	Глобальна логістика, широкий асортимент
Alibaba	Китай	Маркетплейс (B2B, B2C)	Міжнародна електронна торгівля	понад 1 млрд користувачів	Домінування на азійському ринку
eBay	США	C2C, B2C платформа	Онлайн-аукціони та торгівля	понад 130 млн користувачів	Простота міжнародних продажів
Shopify	Канада	SaaS-платформа	Створення інтернет-магазинів	понад 4 млн онлайн-магазинів	Зручність для малого та середнього бізнесу
Temu	Китай	Маркетплейс B2C	Недорогі товари масового споживання	понад 200 млн користувачів	Низькі ціни та глобальна експансія
JD.com	Китай	B2C платформа	Онлайн-ритейл і логістика	понад 580 млн активних клієнтів	Власна логістична інфраструктура

Джерело: [37, 42, 43, 44, 48]

Діяльність міжнародних цифрових платформ суттєво впливає на структуру світової економіки. Насамперед вони сприяють розвитку міжнародної торгівлі та інтеграції підприємств у глобальні ланцюги створення вартості. Завдяки цифровим платформам компанії можуть виходити на міжнародні ринки без значних інвестицій у фізичну інфраструктуру. Особливо важливим є вплив цифрових платформ на розвиток малого та середнього бізнесу. Онлайн-

маркетплейси дозволяють невеликим компаніям отримувати доступ до глобальної аудиторії та конкурувати з великими корпораціями. Це сприяє розвитку підприємництва та стимулює економічну активність. Разом із тим діяльність глобальних цифрових компаній супроводжується низкою ризиків та викликів. Однією з головних проблем є концентрація ринкової влади у великих технологічних корпорацій. Такі компанії контролюють значні обсяги даних, фінансових потоків та цифрової інфраструктури. Монополізація ринку може призводити до обмеження конкуренції, зростання залежності малого бізнесу від платформ та посилення впливу транснаціональних корпорацій на економіку окремих країн. Саме тому уряди багатьох держав та міжнародні організації посилюють антимонопольне регулювання цифрового сектору. Важливою проблемою є також питання оподаткування цифрових компаній. Через глобальний характер діяльності транснаціональні корпорації часто використовують механізми мінімізації податкового навантаження. Це створює необхідність розробки нових міжнародних підходів до оподаткування цифрової економіки. Суттєвий вплив міжнародні цифрові компанії мають і на ринок праці. Автоматизація бізнес-процесів та розвиток цифрових платформ сприяють зміні структури зайнятості та формуванню нових професій у сфері IT, логістики, цифрового маркетингу та аналітики даних. Крім того, цифрові платформи активно впливають на поведінку споживачів. Використання алгоритмів штучного інтелекту, персоналізованої реклами та рекомендаційних систем формує нові моделі споживання та підвищує рівень залежності користувачів від цифрових сервісів.

У сучасних умовах важливого значення набуває розвиток фінансових технологій у межах цифрових платформ. Багато компаній створюють власні платіжні системи, цифрові гаманці та фінансові сервіси. Наприклад, Alipay та Amazon Pay забезпечують швидке здійснення електронних платежів та інтегрують фінансові операції у цифрові екосистеми. Важливим напрямом діяльності міжнародних компаній є розвиток хмарних технологій та цифрової інфраструктури. Сервіси AWS, Microsoft Azure та Google Cloud забезпечують

функціонування значної частини сучасного електронного бізнесу та створюють основу для розвитку цифрової економіки.

Ще однією тенденцією є інтеграція електронної комерції із соціальними мережами та цифровим контентом (рис. 2.2). Великі технологічні компанії активно розвивають соціальну комерцію, використовуючи можливості Instagram, TikTok, Facebook та YouTube для просування товарів і послуг.

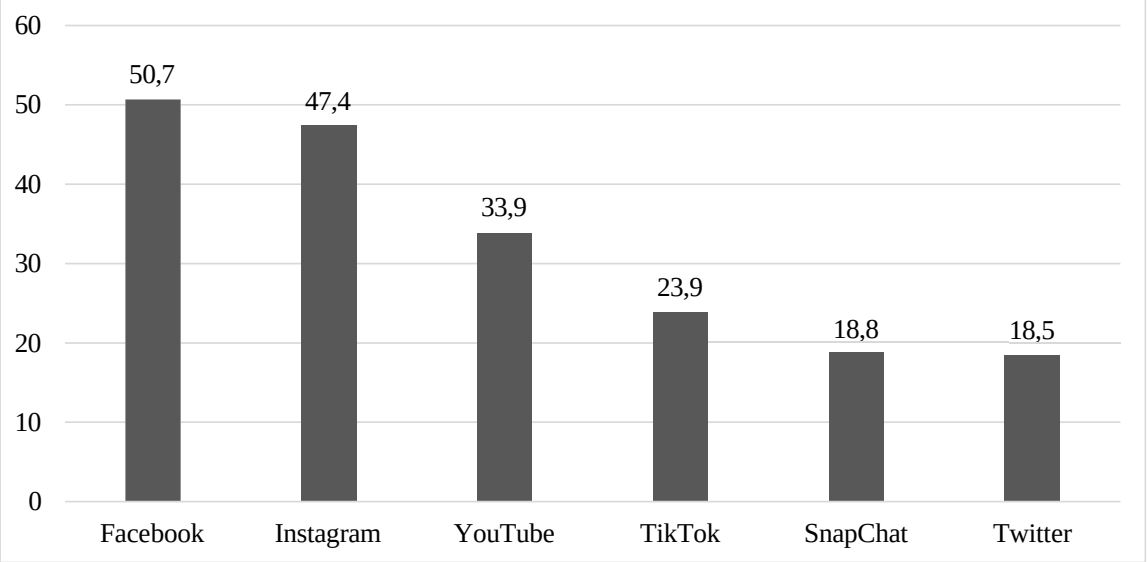


Рис. 2.2 - Найпопулярніші платформи світу для покупок у соціальних мережах у 2024 році: відсоток людей, які здійснили покупки через соціальні платформи

Джерело: [46]

Платіжні системи відіграють важливу роль у розвитку інтернет-торгівлі, слугуючи центральним інструментом для обробки фінансових транзакцій. Вони забезпечують користувачам комфорт і безпеку під час здійснення покупок, одночасно впроваджуючи найсучасніші технологічні новації, як-от Apple Pay, Google Pay, PayPal та інші. Успішний розвиток онлайн-торгівлі неможливо уявити без удосконалення цих інструментів, адже саме вони підсилюють довіру споживачів і відкривають нові можливості для електронної комерції. У 2024 році спостерігалося стрімке зростання популярності таких платіжних сервісів, як Apple Pay, Google Pay, PayPal, Venmo, Alipay, Square, а також моделей типу Buy

Now Pay Later ("Купуй зараз - плати пізніше"). Розширення цих систем тісно пов’язане зі зростанням ринку електронної комерції. Наприклад, прогнозовано, що PayPal у 2023 році досягне доходу в 7,4 мільярда доларів, що на 9% більше порівняно з попереднім роком. Ба більше, дослідження свідчать, що 73,1% покупців покоління Z використовують Apple Pay щонайменше раз на тиждень для здійснення покупок. Очікується, що безготівкові розрахунки зростуть на 200% до 2030 року, що може зумовити повну відмову від готівкових платежів у багатьох аспектах сучасної економіки.

Таким чином, аналіз діяльності таких компаній, як Amazon, Alibaba, eBay, Shopify та інших, показав, що їх конкурентоспроможність базується на використанні сучасних цифрових технологій, глобальної логістичної інфраструктури, ефективних маркетингових стратегій та високого рівня персоналізації послуг. Встановлено, що цифрові платформи суттєво впливають на структуру світового ринку, забезпечують доступ підприємств до міжнародної аудиторії та формують нові моделі взаємодії між продавцями і споживачами. Водночас посилення ринкової концентрації та домінування великих платформ створює нові виклики для конкуренції та регулювання глобального електронного бізнесу.

2.3. Особливості розвитку електронного бізнесу в Україні в умовах глобалізації

У сучасних умовах глобалізації та цифрової трансформації розвиток електронного бізнесу в Україні набуває стратегічного значення для національної економіки. Активне впровадження цифрових технологій, поширення мережі Інтернет, розвиток електронних платіжних систем та зміна споживчої поведінки сприяють формуванню сучасного ринку електронної комерції. Україна поступово інтегрується у світовий цифровий простір, а електронний бізнес стає одним із ключових факторів економічного розвитку. Протягом останніх років український ринок електронної комерції демонструє стабільне зростання. Навіть

в умовах економічної нестабільності та воєнних викликів онлайн-торгівля продовжує активно розвиватися. Значною мірою це пов’язано зі зміною моделей споживання, розвитком мобільних технологій та збільшенням кількості користувачів Інтернету. За оцінками аналітичних компаній, обсяг українського ринку e-commerce у 2021 році перевищив 4 млрд дол. США та неперервно збільшувався: у 2022 - 229 млрд дол. США, у 2023 - 234 млрд дол. США, у 2024 - 240млрд дол. США, а в 2025 - 256 млрд дол. США.

Наведені дані свідчать про довгострокову тенденцію зростання електронного бізнесу в Україні. Незважаючи на певне скорочення ринку у 2022 році внаслідок повномасштабної війни, вже у 2023-2024 роках спостерігалося відновлення позитивної динаміки. Важливим фактором розвитку електронного бізнесу в Україні є зростання рівня цифровізації населення. Кількість користувачів Інтернету в країні постійно збільшується, а смартфони стають основним інструментом доступу до онлайн-сервісів. Це сприяє розвитку мобільної комерції та цифрових фінансових послуг. Одним із ключових драйверів українського електронного бізнесу є розвиток цифрової інфраструктури. Значну роль у цьому процесі відіграють телекомунікаційні компанії, банківський сектор та державні цифрові ініціативи. Розвиток швидкісного мобільного Інтернету, безконтактних платежів та онлайн-сервісів формує сприятливе середовище для функціонування електронної комерції. Особливе значення для цифрової трансформації України має діяльність Міністерства цифрової трансформації України та впровадження державної платформи «Дія». Цифровізація державних послуг сприяє підвищенню рівня цифрової грамотності населення та стимулює використання онлайн-сервісів у різних сферах економіки.Важливу роль у розвитку українського електронного бізнесу відіграють національні онлайн-платформи та маркетплейси (табл. 2.3). Найбільшим гравцем ринку є компанія Rozetka, яка поєднує функції інтернет-магазину та маркетплейсу. Rozetka реалізує широкий асортимент товарів і є одним із найбільш відвідуваних онлайн-ресурсів України. Крім Rozetka, важливими учасниками ринку є Prom.ua, OLX, Allo, Foxtrot та Epicentr K. Ці

компанії активно розвивають онлайн-канали продажу, логістичні сервіси та цифрові платіжні системи. Особливістю українського ринку є активне поєднання онлайн- та офлайн-торгівлі. Більшість великих компаній використовують омніканальну модель бізнесу, яка передбачає інтеграцію фізичних магазинів із цифровими платформами.

Таблиця 2.3

Провідні компанії електронного бізнесу України

Компанія	**Сегмент e-commerce**	**Основний напрям діяльності**	**Позиція / показники 2025**	**Коротка характеристика**
Rozetka	Marketplace (B2C, B2B)	Універсальний маркетплейс	≈ 76% виручки онлайн-ринку України; лідер трафіку	Абсолютний домінант українського e-commerce, найбільша платформа країни
Prom.ua	Marketplace (B2B/B2C)	Платформа для бізнесу	~30+ млн відвідувань щомісяця	Один із ключових маркетплейсів для малого та середнього бізнесу
OLX	C2C / Marketplace	Оголошення та перепродаж	~52 млн відвідувань/міс	Найбільша C2C-платформа України, домінує у вторинному ринку
COMFY	Retail e-commerce	Побутова техніка	один із лідерів доходів серед non-food ритейлу	Сильний омніканальний ритейлер електроніки та техніки
Foxtrot	Omnichannel retail	Електроніка та побутова техніка	входить у ТОП-10 non-food ритейлерів 2025	Активний розвиток онлайн-продажів і логістики
EVA	Retail e-commerce	Косметика та beauty	ТОП-10 ритейлерів України	Один із найсильніших гравців у сегменті beauty-онлайн
Allo	Marketplace / Retail	Електроніка	прибутковий у 2025	Один із небагатьох прибуткових ритейлерів у сегменті
Epicentr Online	Omnichannel	DIY, товари для дому	один із найбільших гравців ринку	Онлайн-екосистема великого офлайн-гіганта
MakeUp	Pure e-commerce	Косметика	лідер beauty e-commerce	Повністю онлайн-бізнес із міжнародними продажами
Moyo	Retail e-commerce	Електроніка	серед ключових гравців ринку	Конкурент COMFY, Foxtrot, Allo у техніці

Джерело: [24]

Важливим фактором розвитку електронного бізнесу в Україні є діяльність логістичних компаній. Саме ефективна логістика забезпечує швидкість доставки товарів та підвищує рівень довіри споживачів до онлайн-торгівлі. Ключову роль на ринку логістики відіграє компанія «Нова пошта», яка активно впроваджує цифрові технології, автоматизовані сортувальні центри та мобільні сервіси. Завдяки розвитку логістичної інфраструктури електронна комерція в Україні стала доступною навіть у невеликих населених пунктах. Суттєвий вплив на розвиток електронного бізнесу мають цифрові платіжні системи та фінансові технології. Український банківський сектор є одним із найбільш цифровізованих у Східній Європі. Широке поширення мобільного банкінгу, безконтактних платежів та електронних гаманців стимулює розвиток онлайн-торгівлі.

Особливу роль у розвитку фінтех-сектору відіграють такі сервіси, як Privat24, monobank, Apple Pay та Google Pay. Вони забезпечують швидке здійснення онлайн-платежів та підвищують зручність використання електронних сервісів.

Водночас розвиток електронного бізнесу в Україні супроводжується низкою проблем і викликів. Однією з головних проблем є нестабільність економічного середовища та негативний вплив воєнних дій на підприємницьку діяльність. Повномасштабна війна суттєво вплинула на функціонування українського бізнесу. Частина підприємств була змушена призупинити діяльність або перемістити логістичні центри у безпечніші регіони. Крім того, значні ризики виникли у сфері міжнародної логістики та постачання товарів.

Попри це, електронний бізнес виявився більш адаптивним до кризових умов порівняно з традиційною торгівлею. Онлайн-платформи дозволили багатьом компаніям продовжити діяльність навіть за умов обмежень фізичної інфраструктури. Суттєвою проблемою залишається також кібербезпека. Зростання кількості онлайн-транзакцій супроводжується збільшенням кіберзагроз, шахрайства та витоку персональних даних. Це вимагає від компаній значних інвестицій у системи захисту інформації. Ще одним викликом є нерівномірний рівень цифровізації регіонів України. У великих містах

електронний бізнес розвивається значно швидше, ніж у сільській місцевості, де існують проблеми з доступом до швидкісного Інтернету та цифрової інфраструктури.

Важливим аспектом розвитку електронного бізнесу є інтеграція України у світовий цифровий ринок. Українські компанії поступово виходять на міжнародні маркетплейси, зокрема Amazon, Etsy, eBay та AliExpress. Особливо активно розвивається експорт товарів українських виробників через цифрові платформи. Онлайн-канали продажу дозволяють підприємствам здійснювати міжнародну торгівлю без значних витрат на створення фізичної присутності за кордоном. Суттєві перспективи має розвиток IT-сектору України, який є одним із найбільш конкурентоспроможних у світі. Українські IT-компанії активно працюють на міжнародному ринку та забезпечують розвиток цифрових сервісів, програмного забезпечення та фінансових технологій. У сучасних умовах важливого значення набуває гармонізація українського законодавства із міжнародними стандартами у сфері цифрової економіки. Євроінтеграційні процеси сприяють адаптації нормативно-правової бази до вимог Європейського Союзу. Особливу увагу приділяють питанням захисту персональних даних, електронної ідентифікації, кібербезпеки та регулювання електронної комерції. Це створює передумови для більш активної інтеграції України у світовий цифровий простір.

Отже, основними факторами розвитку електронного бізнесу в Україні є: цифровізація населення (зростання кількості користувачів Інтернету), розвиток логістики (швидка доставка товарів), Фінтех (розвиток онлайн-платежів), мобільні технології (поширення смартфонів), державна підтримка (цифрові державні сервіси). Але водночас подальший розвиток електронного бізнесу потребує вирішення проблем кібербезпеки, цифрової нерівності, регуляторних бар’єрів та наслідків воєнних дій. Саме поєднання технологічних інновацій, державної підтримки та міжнародної інтеграції визначатиме перспективи розвитку електронного бізнесу в Україні у майбутньому.

РОЗДІЛ 3
ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОГО БІЗНЕСУ НА СВІТОВОМУ РИНКУ

Попри стрімке зростання глобального електронного бізнесу та активне впровадження цифрових технологій у господарську діяльність, сучасний етап розвитку цифрової економіки супроводжується низкою серйозних викликів. Вони мають як технологічний, так і економічний, правовий та соціальний характер. Саме від здатності компаній та держав ефективно реагувати на ці виклики залежатиме подальша стабільність та конкурентоспроможність електронного бізнесу у світовому масштабі. Однією з найбільш актуальних проблем сучасного електронного бізнесу є питання кібербезпеки. Постійне зростання обсягів онлайн-транзакцій, цифрових платежів та електронного документообігу створює сприятливі умови для розвитку кіберзлочинності. Компанії накопичують великі масиви персональних та фінансових даних користувачів, що робить їх об’єктами кібератак. У сучасних умовах сформувались такі основні кіберзагрози у сфері електронного бізнесу:

- Фішингові атаки - спроби отримати конфіденційну інформацію шляхом обману користувачів.

- Крадіжка персональних даних - несанкціонований доступ до особистої інформації користувачів.

- Вірусні програми - шкідливе програмне забезпечення, що може пошкодити системи та дані.

- Злам платіжних систем - несанкціонований доступ до платіжних систем з метою викрадення або маніпуляції даними.

- DDoS-атаки - перевантаження системи великою кількістю запитів з метою виведення її з ладу.

- Фінансове шахрайство - незаконні дії, спрямовані на заволодіння грошовими коштами та платіжними даними. Найпоширенішими з них є фішинг, злам акаунтів, витік персональних даних, DDoS-атаки та фінансове шахрайство.

Значних збитків компаніям завдають також вірусні програми та програми-вимагачі (ransomware), які блокують доступ до інформаційних систем.

Зростання кіберзагроз вимагає від компаній значних інвестицій у цифрову безпеку, системи шифрування даних, багатофакторну автентифікацію та захист серверної інфраструктури. Крім того, важливого значення набуває підвищення цифрової грамотності користувачів та працівників компаній. Ще одним серйозним викликом є проблема захисту персональних даних. У цифровій економіці дані стають одним із ключових ресурсів, а їх використання забезпечує компаніям конкурентні переваги. Водночас надмірне накопичення інформації про користувачів створює ризики порушення конфіденційності.

У різних країнах світу існують відмінності у підходах до регулювання персональних даних. Наприклад, у країнах Європейського Союзу діє Загальний регламент про захист даних (GDPR), який встановлює жорсткі вимоги до обробки та зберігання персональної інформації. Для міжнародних компаній це створює додаткові складнощі, оскільки вони змушені адаптовувати бізнес-процеси до різних правових систем та вимог щодо захисту інформації. Важливою проблемою розвитку електронного бізнесу є нерівномірний рівень цифровізації країн та регіонів світу. Попри активне поширення Інтернету, значна частина населення планети досі не має доступу до якісної цифрової інфраструктури.

Цифрова нерівність особливо помітна між розвиненими країнами та країнами, що розвиваються. Відсутність швидкісного Інтернету, низький рівень цифрової грамотності та недостатній розвиток фінансових технологій обмежують можливості інтеграції окремих держав у глобальний електронний бізнес.

Суттєвим викликом є також проблема монополізації цифрового ринку. Провідні міжнародні платформи, такі як Amazon, Alibaba, Google та Meta, концентрують значні фінансові ресурси, масиви даних та технологічні можливості. Це створює нерівні умови конкуренції для малого та середнього бізнесу. Великі цифрові корпорації контролюють доступ до аудиторії, рекламних інструментів та цифрової інфраструктури. У результаті підприємства стають

залежними від умов функціонування платформ, розмірів комісій та алгоритмів пошуку. Монополізація ринку може негативно впливати на розвиток інновацій та обмежувати можливості нових учасників ринку. Саме тому у багатьох країнах посилюється антимонопольне регулювання цифрового сектору.

Серйозною проблемою електронного бізнесу є також логістичні труднощі. Швидкість та надійність доставки товарів безпосередньо впливають на рівень задоволеності споживачів та конкурентоспроможність компаній. Глобалізація електронної комерції призводить до збільшення міжнародних перевезень та навантаження на логістичну інфраструктуру. У періоди пікового попиту компанії часто стикаються із затримками доставки, нестачею складських потужностей та зростанням транспортних витрат. Особливо складною є логістика у країнах із недостатньо розвиненою транспортною інфраструктурою або в умовах воєнних конфліктів. Це створює додаткові ризики для міжнародної електронної торгівлі. Ще одним важливим викликом є проблема довіри споживачів до електронного бізнесу. Частина користувачів побоюється шахрайства, отримання неякісних товарів або втрати персональних даних. Для підвищення рівня довіри компанії активно впроваджують системи рейтингу продавців, гарантії повернення товарів, механізми захисту покупців та сертифікацію онлайн-магазинів.

Водночас значною проблемою залишається поширення контрафактної продукції на міжнародних маркетплейсах. Підроблені товари негативно впливають на репутацію платформ та створюють ризики для споживачів. У сучасних умовах важливого значення набуває проблема правового регулювання електронного бізнесу. Розвиток цифрової економіки значно випереджає темпи оновлення законодавства у багатьох країнах світу. Наявність різних підходів до регулювання електронної комерції, електронних платежів, цифрового оподаткування та захисту персональних даних ускладнює функціонування міжнародного бізнесу.

Отже, основними проблемами розвитку електронного бізнесу є кіберзагрози – як наслідок фінансові втрати, витік даних, цифрова нерівність -

наслідок обмежений доступ до e-commerce, недосконале законодавство - правові ризики, монополізація ринку - зниження конкуренції, логістичні труднощі - затримки доставок, низький рівень довіри - зменшення онлайн продажів.

Щоб запобігти усім цим чинникам, держава використовує такі методи (табл. 3.1):

Таблиця 3.1

Основні напрями державного регулювання електронного бізнесу

Метод державного регулювання	**Сутність методу**	**Інструменти застосування**	**Приклади використання**
Адміністративний	Прямий вплив держави через обов'язкові норми та заборони	закони, ліцензії, перевірки, санкції	Вимоги до реєстрації онлайн-магазинів, штрафи за порушення
Економічний	Вплив через фінансові стимули та обмеження	податки, пільги, субсидії	податкові пільги для IT-компаній, ПДВ для e-commerce
Правовий	Встановлення правових норм діяльності	кодекси, регламенти, міжнародні угоди	регулювання електронних договорів і цифрових підписів
Фіскальний	Регулювання через податкову систему	ПДВ, податок на прибуток, митні платежі	оподаткування онлайн-продажів та імпорту товарів
Митний	Контроль міжнародної електронної торгівлі	митні тарифи, електронне декларування	оподаткування товарів з AliExpress, Amazon
Антимонопольний	Запобігання домінуванню великих компаній	антимонопольні розслідування, штрафи	контроль великих маркетплейсів і платформ
Інформаційний	Регулювання обміну та захисту інформації	стандарти кібербезпеки, сертифікація	захист персональних даних користувачів
Кібернетичний (цифровий)	Використання цифрових систем управління	e-government, цифрові реєстри, автоматизація	Система «Дія», електронні податкові сервіси

Продовження таблиці 3.1

Стимулюючий	Підтримка розвитку електронного бізнесу	гранти, програми розвитку, інвестиції	підтримка стартапів, IT-індустрії
Міжнародний	Координація правил на глобальному рівні	міжнародні угоди, стандарти WTO, OECD	гармонізація правил e-commerce між країнами

Джерело: [19, 25, 26, 50, 52]

Особливу складність становить питання оподаткування транснаціональних цифрових компаній. Багато корпорацій працюють одночасно у десятках країн, що дозволяє їм використовувати різні механізми мінімізації податкового навантаження. У відповідь на це міжнародні організації та уряди окремих держав розробляють нові механізми цифрового оподаткування та координації податкової політики. Ще одним викликом сучасного електронного бізнесу є стрімкий технологічний розвиток. Компанії змушені постійно інвестувати у нові цифрові рішення, автоматизацію бізнес-процесів та оновлення програмного забезпечення. Технологічне відставання може швидко призвести до втрати конкурентних переваг. Саме тому підприємства активно впроваджують штучний інтелект, Big Data, хмарні технології та інтернет речей.

Водночас автоматизація та цифровізація змінюють структуру ринку праці. Частина традиційних професій поступово зникає, а натомість зростає попит на фахівців у сфері IT, кібербезпеки, цифрового маркетингу та аналітики даних. Суттєвим викликом є також екологічний аспект розвитку електронного бізнесу. Зростання обсягів онлайн-торгівлі супроводжується збільшенням логістичних перевезень, використанням пакувальних матеріалів та енергоспоживанням дата-центрів.

У зв’язку з цим компанії дедалі активніше впроваджують концепції сталого розвитку та «зеленої логістики» (рис.3.1). Зокрема, використовуються екологічні пакувальні матеріали, оптимізуються маршрути доставки та впроваджуються енергоефективні технології.



Рис. 3.1 – Основні напрями забезпечення сталого розвитку е-бізнесу

Джерело: [15]

Для України особливо актуальними є виклики, пов’язані з воєнними діями та економічною нестабільністю. Воєнний стан створює додаткові ризики для логістики, кібербезпеки та функціонування цифрової інфраструктури. Попри це український електронний бізнес демонструє високий рівень адаптивності та здатності до швидкої цифрової трансформації. Значна частина компаній активно переходить до онлайн-моделі роботи, використовує цифрові платформи та міжнародні маркетплейси. У перспективі ефективне подолання викликів електронного бізнесу потребуватиме комплексного підходу, що включатиме міжнародну координацію, удосконалення законодавства, розвиток цифрової інфраструктури та підвищення рівня цифрової грамотності населення. Таким чином, сучасний розвиток електронного бізнесу супроводжується значною кількістю викликів технологічного, економічного, правового та соціального характеру. Найбільш актуальними серед них є кібербезпека, захист персональних даних, монополізація ринку, цифрова нерівність, логістичні труднощі та недосконаліть правового регулювання. Водночас ефективне

реагування на ці виклики створює передумови для подальшого стабільного розвитку глобального електронного бізнесу та цифрової економіки загалом.

Перспетивами розвитку електронної комерції є інформаційні технології, які виступають ключовим фактором його трансформації. На сучасному етапі розвитку світової економіки інноваційні технології виступають ключовим фактором трансформації електронного бізнесу. Якщо на початкових етапах розвитку e-business основною перевагою було лише перенесення торговельних операцій у цифрове середовище, то сьогодні конкурентоспроможність компаній значною мірою визначається рівнем технологічної інтеграції, швидкістю обробки даних та здатністю впроваджувати інноваційні цифрові рішення. Саме технологічні інновації забезпечують автоматизацію бізнес-процесів, персоналізацію взаємодії зі споживачами, підвищення безпеки електронних транзакцій та формування нових бізнес-моделей.

Однією з найважливіших сучасних технологій у сфері електронного бізнесу є штучний інтелект (Artificial Intelligence, AI). основними напрямами використання штучного інтелекту в електронному бізнесі є: персоналізація контенту - формування індивідуальних рекомендацій товарів, чат-боти - автоматизоване обслуговування клієнтів, аналіз попиту - прогнозування поведінки споживачів, оптимізація логістики - планування доставки та управління запасами, динамічне ціноутворення - автоматична зміна цін залежно від попиту. У 2024-2025 роках використання AI стало одним із головних напрямів цифрової трансформації міжнародних компаній. Алгоритми штучного інтелекту застосовуються для аналізу поведінки споживачів, прогнозування попиту, автоматизації обслуговування клієнтів та оптимізації логістичних процесів. За оцінками міжнародних аналітичних агентств, понад 80 % великих компаній у сфері електронної комерції вже використовують AI-технології у своїй діяльності. Важливим напрямом використання штучного інтелекту є персоналізація пропозицій.

Сучасні маркетплейси аналізують пошукові запити, історію покупок та поведінку користувачів у режимі реального часу, формуючи індивідуальні

рекомендації товарів. Це дозволяє суттєво підвищувати рівень продажів та лояльність клієнтів. Крім того, AI активно використовується у чат-ботах та віртуальних асистентах, які забезпечують цілодобову підтримку користувачів без залучення значних людських ресурсів.

Суттєвий вплив на розвиток електронного бізнесу мають технології Big Data. У сучасній цифровій економіці дані перетворилися на один із найцінніших ресурсів підприємства. Щоденно онлайн-платформи генерують величезні масиви інформації про поведінку користувачів, фінансові операції, логістичні процеси та маркетингові кампанії. Використання Big Data дозволяє компаніям здійснювати глибокий аналіз ринку, визначати споживчі тенденції та приймати більш ефективні управлінські рішення. Особливого значення технології великих даних набувають у сфері цифрового маркетингу. Завдяки аналітичним алгоритмам компанії можуть сегментувати аудиторію, оцінювати ефективність рекламних кампаній та прогнозувати рівень попиту на окремі категорії товарів. Це сприяє підвищенню ефективності маркетингових витрат та оптимізації бізнес-стратегії.

Однією з найбільш перспективних технологій у сфері e-business є блокчейн. Ця технологія забезпечує децентралізоване зберігання інформації та високий рівень захисту даних. У сфері електронного бізнесу блокчейн використовується для забезпечення безпеки електронних платежів, цифрової ідентифікації користувачів та контролю логістичних операцій. Особливо важливим є використання блокчейн-технологій у міжнародних транзакціях. Традиційні міжбанківські перекази можуть бути тривалими та супроводжуватися значними комісіями. Блокчейн дозволяє скорочувати час проведення операцій та підвищувати прозорість фінансових розрахунків. Його основними перевагами є:

1. Прозорість операцій - усі транзакції фіксуються в системі та можуть бути перевірені учасниками мережі.

2. Високий рівень безпеки - дані захищені криптографічними методами та складні для підробки.

3. Децентралізація - відсутність єдиного центру управління зменшує ризик втрати даних або збоїв.

4. Швидкість транзакцій - можливість швидкого проведення міжнародних платежів та операцій.

5. Зниження витрат - скорочення витрат на посередників та обробку платежів.

6. Надійність зберігання даних - інформація зберігається одночасно на багатьох вузлах мережі.

Крім того, технологія смарт-контрактів дає змогу автоматизувати виконання договірних умов без участі посередників.

У сучасних умовах значного поширення набувають хмарні технології (Cloud Computing). Вони дозволяють компаніям зберігати великі обсяги даних, використовувати віддалені сервери та забезпечувати доступ до цифрових сервісів у будь-який час. Хмарні технології суттєво знижують витрати підприємств на IT-інфраструктуру та забезпечують гнучкість бізнес-процесів. Особливого значення хмарні сервіси набули для малого та середнього бізнесу. Завдяки використанню SaaS-платформ (Software as a Service) навіть невеликі компанії можуть отримувати доступ до сучасних цифрових інструментів без необхідності створення власної дорогої інфраструктури. Це сприяє підвищенню рівня цифровізації підприємництва та розвитку міжнародної електронної торгівлі.

Одним із найдинамічніших напрямів розвитку електронного бізнесу є використання технологій Інтернету речей (Internet of Things, IoT). IoT передбачає інтеграцію фізичних пристроїв у цифрове середовище з можливістю автоматичного обміну даними через мережу Інтернет. У сфері e-business це дозволяє оптимізувати логістичні процеси, контролювати запаси на складах та автоматизувати процес доставки товарів. Наприклад, використання «розумних» датчиків дозволяє компаніям у режимі реального часу відстежувати переміщення товарів, контролювати температурний режим транспортування та мінімізувати ризики втрат. У логістичних центрах дедалі активніше

використовуються автоматизовані роботизовані системи та технології безпілотного транспорту. Важливим технологічним трендом останніх років є розвиток генеративного штучного інтелекту (Generative AI). Такі системи здатні створювати текстовий, графічний та відеоконтент, автоматизувати створення маркетингових матеріалів та забезпечувати високий рівень персоналізації взаємодії з клієнтами.

У 2024 році значна кількість міжнародних компаній інтегрувала генеративний AI у свої бізнес-процеси для автоматизації підтримки клієнтів, створення рекламного контенту та прогнозування ринкових тенденцій. Окремим напрямом розвитку електронного бізнесу є використання технологій доповненої та віртуальної реальності (AR/VR). Такі технології дозволяють формувати новий рівень взаємодії між продавцем і покупцем.

Наприклад, споживачі можуть «приміряти» одяг у віртуальному середовищі, переглядати 3D-моделі товарів або тестувати продукцію ще до здійснення покупки. Технології AR/VR особливо активно використовуються у сферах моди, дизайну інтер'єру, автомобільної промисловості та нерухомості. Їх впровадження дозволяє підвищувати рівень залучення клієнтів та зменшувати кількість повернень товарів.

Сучасний електронний бізнес також активно інтегрує фінансові технології (FinTech). Цифрові платіжні системи, електронні гаманці, QR-платежі та мобільний банкінг суттєво змінюють фінансову інфраструктуру міжнародної торгівлі. За даними міжнародних досліджень, частка безготівкових операцій у багатьох країнах світу вже перевищує 70 %, а обсяги мобільних платежів продовжують стрімко зростати. Інноваційні технології виступають ключовим драйвером розвитку сучасного електронного бізнесу. Використання штучного інтелекту, Big Data, блокчейн-технологій, IoT, хмарних сервісів та цифрових фінансових інструментів забезпечує трансформацію міжнародної торгівлі та формування нових бізнес-моделей. У найближчі роки саме рівень технологічної адаптації компаній визначатиме їх конкурентоспроможність у глобальному цифровому середовищі.

Отже, провідними інноваційними технологіями у сфері E-Business є:

1. Штучний інтелект (AI) - використовується для автоматизації процесів, аналізу даних та персоналізації сервісів.

2. Блокчейн - забезпечує безпечне зберігання даних і прозорість електронних транзакцій.

3. Інтернет речей (IoT) - дозволяє підключати різні пристрої до мережі для збору та обміну даними.

4. AR/VR технології - створюють віртуальний та доповнений досвід для покупців і бізнесу.

5. Генеративний AI - використовується для створення контенту, автоматизації комунікацій та генерації ідей.

6. Хмарні технології - забезпечують онлайн-зберігання даних та доступ до сервісів через Інтернет.

7. Big Data - допомагає аналізувати великі обсяги інформації для прийняття ефективних бізнес-рішень.

ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній роботі досліджено теоретичні та практичні аспекти розвитку електронного бізнесу на світовому ринку в умовах цифрової трансформації світової економіки. У процесі дослідження встановлено, що електронний бізнес є однією з найважливіших складових сучасної цифрової економіки та відіграє ключову роль у розвитку міжнародної торгівлі, глобальних економічних відносин і підприємницької діяльності.

У роботі було розкрито сутність електронного бізнесу та визначено його основні форми. Встановлено, що сучасний e-business охоплює широкий спектр цифрової діяльності, включаючи електронну комерцію, онлайн-платежі, цифровий маркетинг, електронні платформи та інші форми взаємодії між суб'єктами ринку. Доведено, що найбільш поширеними моделями електронного бізнесу є B2B, B2C, C2C та C2B, які забезпечують ефективну цифрову взаємодію між підприємствами, споживачами та державними структурами.

У ході дослідження проаналізовано еволюцію електронної комерції та цифрових бізнес-моделей. Визначено, що розвиток електронного бізнесу відбувався під впливом глобалізації, розвитку інформаційно-комунікаційних технологій та поширення мережі Інтернет. Встановлено, що сучасні цифрові бізнес-моделі характеризуються високим рівнем автоматизації, використанням цифрових платформ, персоналізацією послуг та інтеграцією інноваційних технологій у бізнес-процеси.

У роботі охарактеризовано сучасні тенденції розвитку глобального електронного бізнесу. Виявлено, що світовий ринок e-business демонструє стабільне зростання обсягів електронної комерції, активний розвиток мобільної комерції, цифрових маркетплейсів, соціальної комерції та онлайн-сервісів. Доведено, що пандемія COVID-19 стала одним із ключових факторів прискорення цифровізації світової економіки та суттєво вплинула на розвиток міжнародного електронного бізнесу. У процесі дослідження було проведено аналіз діяльності провідних міжнародних цифрових платформ та компаній

електронного бізнесу. Встановлено, що глобальні компанії, зокрема Amazon, Alibaba, eBay, Shopify та інші, займають домінуючі позиції на світовому ринку електронної комерції та формують нові стандарти ведення бізнесу. Визначено, що їх конкурентні переваги базуються на використанні сучасних цифрових технологій, глобальної логістичної інфраструктури, аналітики даних та високого рівня клієнтоорієнтованості.

Особливу увагу у роботі приділено дослідженню ролі інноваційних технологій у розвитку електронного бізнесу. Встановлено, що штучний інтелект, Big Data, блокчейн-технології, хмарні сервіси, Інтернет речей та фінансові технології є ключовими драйверами цифрової трансформації сучасного e-business. Використання інноваційних технологій забезпечує автоматизацію бізнес-процесів, підвищення швидкості обробки інформації, оптимізацію логістики, персоналізацію взаємодії зі споживачами та посилення безпеки електронних транзакцій.

У роботі обґрунтовано перспективи розвитку електронного бізнесу в умовах глобальної цифрової трансформації. Визначено, що подальший розвиток e-business буде пов’язаний із поглибленням цифровізації світової економіки, розширенням використання мобільних технологій, розвитком штучного інтелекту та зростанням ролі міжнародних цифрових платформ. Водночас встановлено, що сучасний електронний бізнес стикається з низкою викликів, серед яких кіберзагрози, проблема захисту персональних даних, цифрова нерівність та необхідність удосконалення міжнародного регулювання електронної комерції.

Отже, результати проведеного дослідження дають підстави стверджувати, що електронний бізнес є одним із найбільш динамічних секторів сучасної світової економіки, який суттєво впливає на розвиток міжнародної торгівлі, глобальної конкуренції та цифрової трансформації економічних відносин. Подальший розвиток глобального e-business залежатиме від рівня впровадження інноваційних технологій, ефективності цифрової інфраструктури та здатності суб’єктів господарювання адаптуватися до умов сучасної цифрової економіки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андрощук Г. О. Електронна комерція: теоретичні основи та сучасні тенденції розвитку. – Київ : Інтерсервіс, 2021. – 312 с.
2. Strauss J., Frost R. *E-Marketing*. 8th ed. New York : Routledge, 2023. 592 p.
3. Білорус О. Г. Глобальна цифрова економіка та розвиток міжнародного бізнесу // Економіка України. – 2022. – № 4. – С. 15–27.
4. Бойчик І. М. Економіка підприємства. – Київ : Кондор, 2021. – 378 с.
5. Васильців Т. Г. Цифровізація економіки України в умовах глобалізації // Регіональна економіка. – 2023. – № 1. – С. 45–53.
6. Довбенко Д. І. Електронний бізнес та особливості його розвитку в умовах цифрової економіки // Економіка та держава. – 2022. – № 5. – С. 78–84.
7. Гребешкова О. М. Розвиток електронної комерції в системі міжнародного бізнесу // Бізнес Інформ. – 2021. – № 9. – С. 112–118.
8. Дубовик Т. В. Електронна комерція : навчальний посібник. – Київ : Центр учбової літератури, 2020. – 336 с.
9. Ілляшенко С. М. Інноваційний розвиток підприємства в умовах цифрової економіки. – Суми : Університетська книга, 2022. – 428 с.
10. Карпенко О. О. Міжнародний електронний бізнес: сучасні тенденції розвитку // Бізнес Інформ. – 2023. – № 6. – С. 98–105.
11. Коваленко Д. І. Цифрова трансформація міжнародної торгівлі // Економічний простір. – 2022. – № 178. – С. 62–69.
12. Козак Ю. Г. Міжнародна економіка. – Одеса : Центр навчальної літератури, 2021. – 560 с.
13. Котлер Ф. Маркетинг 4.0: Від традиційного до цифрового. – Київ : КМ-Букс, 2019. – 224 с.
14. Лазебник Л. Л. Цифрова економіка та електронний бізнес. – Київ : Ліра-К, 2022. – 298 с.
15. Мазаракі А. А. Торговельне підприємництво в цифровій економіці. – Київ : КНТЕУ, 2025. – 455 с.

16. Іванова Т. Є. Цифровізація економіки та розвиток електронного бізнесу в умовах глобалізації // Економічний простір. – 2023. – № 184. – С. 95–101.
17. Мороз М. О. Електронний бізнес у системі міжнародних економічних відносин // Науковий вісник ХНУ. – 2023. – № 2. – С. 113–120.
18. Портер М. Конкурентна перевага. – Київ : Наш Формат, 2020. – 624 с.
19. Краус К. М., Краус Н. М., Манжура О. В. Електронна комерція та Інтернет-торгівля: навчально-методичний посібник. Київ: Аграр Медіа Груп, 2021. 454 с.
20. Kalakota R., Robinson M. *E-Business 2.0: Roadmap for Success*. Boston : Addison-Wesley, 2001. 520 p.Ситник В. Ф. Цифрові платформи у глобальній економіці. – Київ : КНЕУ, 2023. – 340 с.
21. Тардаскіна Т. М. Електронна комерція : навчальний посібник. – Одеса : ОНАЗ ім. О. С. Попова, 2021. – 244 с.
22. Шкарлет С. М. Цифрова трансформація бізнесу та інновації // Проблеми економіки. – 2023. – № 3. – С. 56–63.
23. ROZETKA, PROM.ua, OLX, COMFY, FOXTROT, EVA, ALLO, EPICENTR Online, MAKEUP, MOYO). — Режим доступу: https://rozetka.com.ua, https://prom.ua, https://www.olx.ua, https://comfy.ua, https://www.foxtrot.com.ua, https://eva.ua, https://allo.ua, https://epicentrk.ua, https://makeup.com.ua, https://www.moyo.ua
24. OECD Digital Economy Outlook 2024. – Paris : OECD Publishing, 2024. – 356 p.
25. UNCTAD Digital Economy Report 2024. – Geneva : United Nations, 2024. – 198 p.
26. World Bank. World Development Report 2023: Digitalization and Development. – Washington, DC : World Bank, 2023. – 412 p.
27. Statista. Global E-commerce Market Size 2024. URL: https://www.statista.com
28. eMarketer. Worldwide Retail Ecommerce Forecast 2024. URL: https://www.emarketer.com
29. Chaffey D. Digital Business and E-Commerce Management. – Pearson Education Limited, 2022. – 648 p.

30. Laudon K. C., Traver C. G. E-commerce: Business, Technology, Society. – New York : Pearson, 2023. – 912 p.
31. Turban E., King D., Lee J., Liang T. Electronic Commerce: A Managerial and Social Networks Perspective. – Springer, 2021. – 784 p.
32. Brynjolfsson E., McAfee A. The Second Machine Age. – New York : W.W. Norton & Company, 2020. – 320 p.
33. Kotler P., Kartajaya H., Setiawan I. Marketing 5.0: Technology for Humanity. – Wiley, 2021. – 256 p.
34. Tapscott D. The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence. – McGraw-Hill, 2020. – 432 p.
35. Schwab K. The Fourth Industrial Revolution. – Geneva : World Economic Forum, 2021. – 192 p.
36. Porter M. E. Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. – New York : Free Press, 2019. – 592 p.
37. Deloitte. Global Powers of Retailing 2024. URL: https://www.deloitte.com
38. McKinsey & Company. The Future of E-commerce 2024. URL: https://www.mckinsey.com
39. PwC Global Consumer Insights Survey 2024. URL: https://www.pwc.com
40. IBM Institute for Business Value. AI and Digital Transformation Report 2024. URL: https://www.ibm.com
41. Gartner. Top Strategic Technology Trends 2024. URL: https://www.gartner.com
42. Amazon Annual Report 2024. URL: https://www.aboutamazon.com
43. Alibaba Group Annual Report 2024. URL: https://www.alibabagroup.com
44. Shopify Annual Report 2024. URL: https://www.shopify.com
45. European Commission. Digital Economy and Society Index 2024. URL: https://digital-strategy.ec.europa.eu
46. International Telecommunication Union (ITU). Measuring Digital Development 2024. URL: https://www.itu.int
47. Forbes. The Largest E-commerce Companies in the World 2024. URL: https://www.forbes.com

48. Harvard Business Review. Artificial Intelligence and the Future of Business. – 2024. URL: https://hbr.org
49. World Economic Forum. Future of Digital Commerce 2024. URL: https://www.weforum.org
50. Accenture. Technology Vision 2024. URL: https://www.accenture.com Cisco Annual Internet Report 2024. URL: https://www.cisco.com