УДК 338

ІННОВАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ КОНКУРЕНЦІЇ

Оляднічук Наталія Володимирівна
к.е.н., доцент
Уманський національний університет
м. Умань, Україна

Анотація: У статті досліджено сучасні тенденції та інноваційні стратегії сталого розвитку електронної комерції в умовах глобалізації, цифровізації та посилення конкуренції на світовому ринку. Розкрито сутність електронної комерції як однієї з найбільш динамічних галузей світової економіки, що трансформує традиційні моделі бізнесу, споживання та комунікації. Визначено основні напрямки розвитку e-commerce, зокрема мобільну (m-commerce) та соціальну комерцію (s-commerce), використання великих даних (Big Data), штучного інтелекту (AI) та принципів ESG (екологія, соціальна відповідальність, управління).

Ключові слова: електронна комерція, сталий розвиток, інновації, цифровізація, штучний інтелект.

Електронна комерція (e-commerce) є одним із надзвичайно динамічних секторів світової економіки, що формує нову модель бізнесу, споживання та глобальної взаємодії. У сучасних умовах цифровізації, глобалізації та зростання конкуренції підприємства здійснюють пошук інноваційних стратегій, здатних забезпечити сталий розвиток електронної комерції, який передбачає не лише прибутковість бізнесу, а й соціальну відповідальність, екологічну ефективність та інклюзивність цифрового простору. Електронна комерція охоплює процеси купівлі-продажу товарів і послуг через електронні платформи, цифрові маркетплейси та соціальні мережі. У глобальному масштабі вона стала ключовим інструментом інтеграції підприємств у міжнародні ринки, зниження

трансакційних витрат та підвищення ефективності бізнес-процесів. Основні сучасні тренди розвитку e-commerce:

- мобільна комерція (m-commerce);
- соціальна комерція (s-commerce);
- інтеграція штучного інтелекту (AI) у процеси обслуговування клієнтів;
- використання великих даних (Big Data) для персоналізації;
- зростання ролі ESG-принципів (екологія, соціальна відповідальність, управління).

Науковці Моторин R, Шлюсарчик B, Жеглен P. підтверджують той факт, що в епоху глобалізації перехід традиційної форми торгівлі до електронної став природним технологічним наслідком [1, с. 75]. Соболєв В., Бабченко Р. констатують той факт, що динаміка е-комерції у світі характеризується «зростання частки населення, яке купує товари через інтернет, у загальній чисельності населення країни; зростання частки угод щодо придбання товарів через інтернет у загальному обсязі роздрібної торгівлі» [2]. Баула О., Лютак О., Федишин В. досліджують концептуальні основи електронної комерції через призму переваг та викликів у міжнародному бізнес-середовищі та вітчизняній практиці [2, с. 285]. Віддаючи належне значній кількості наукових доробок в сфері електронної комерції, мають місце дискусійні та невирішені питання сьогодення щодо перенасичення ринку онлайн-послугами, комерційна недоброчесність, ризики постачальницько-розрахункових операцій тощо. Так, глобальна конкуренція у сфері електронної комерції характеризується високою насиченістю ринку, швидкими технологічними змінами та постійним зростанням вимог споживачів.

Серед основних викликів виокремлюються наступні:

- ✓ перенасичення ринку онлайн-послуг та платформ;
- ✓ зниження лояльності клієнтів через широкий вибір аналогічних товарів;
- ✓ кіберзагрози та ризики безпеки даних;

✓ необхідність дотримання міжнародних стандартів сталого розвитку;

✓ адаптацію бізнес-моделей до різних культурних та правових середовищ.

Для розвитку електронної комерції важливими є нормативно-правова база, інфраструктура цифрової економіки та освітні програми. Держава має сприяти гармонізації національного законодавства з міжнародними стандартами, розвитку цифрових платформ для малого та середнього бізнесу, стимулюванню екологічних інновацій, розширенню міжнародної співпраці у сфері кібербезпеки. Інноваційні стратегії сталого розвитку електронної комерції передбачають, що цифровізація бізнес-процесів має бути поєднана з принципами екологічної відповідальності, соціальної орієнтації та економічної ефективності. Активне використання енергозберігаючих технологій, електронних платіжних систем нового покоління, інтеграцію blockchain для забезпечення прозорості операцій та впровадження систем штучного інтелекту для підвищення ефективності управлінських рішень, рис. 1.

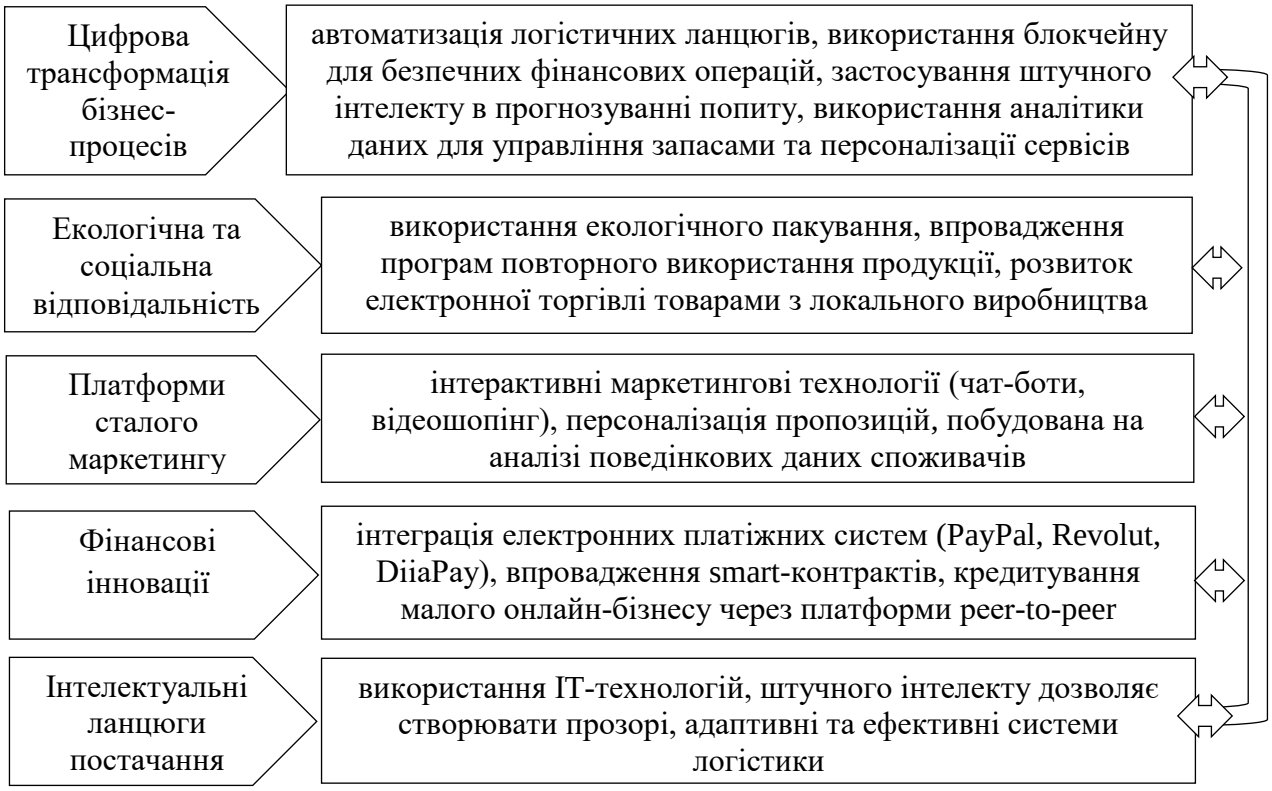


Рис. 1. Інноваційні стратегії сталого розвитку електронної комерції

**Джерело: авторська розробка*

Визначення стратегії сталого розвитку електронної комерції передбачає взаємодію інновацій, соціальної відповідальності та цифрової етики. Сучасне та майбутнє соціально-економічне середовище очікує посилення ролі штучного інтелекту у прийнятті бізнес-рішень, розвитку віртуальних торговельних просторів (метавсесвітів), поширення глобальних зелених маркетплейсів, орієнтованих на постійний споживчий вибір та розширення транскордонної електронної торгівлі.

Таким чином, інноваційні стратегії сталого розвитку електронної комерції формують нову парадигму глобального бізнесу, у якої технологічна ефективність поєднується із соціальною відповідальністю. Суб'єкти підприємництва, які інтегрують принципи сталості у цифрові бізнес-моделі, отримують конкурентні переваги, довіру споживачів та стабільність у довгостроковій перспективі. Майбутнє електронної комерції полягає у поєднанні інновацій, етичних стандартів та екологічної ефективності в цифровій економіці.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Моторин R, Шлюсарчик В, Жеглен Р. Електронна комерція в епоху глобалізації. *Scientia fructuosa*. 2021. № 136. С. 67-78. URL: https://journals.knute.edu.ua/scientia-fructuosa/article/view/80/58 (дата звернення: 01.11.2025).

2. Соболєв В., Бабченко Р. Динаміка е-комерції в мережевій економіці: глобальний та національний виміри. *Економіка та суспільство*. 2024. № 70. URL: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-70-103 (дата звернення: 01.11.2025).

3. Баула О., Лютак О., Федишин В. Розвиток електронної комерції та її вплив на вітчизняне та міжнародне бізнес-середовище. *Економічний простір*. 2024. № 191. С. 285-289. URL: https://doi.org/10.32782/2224-6282/191-47 (дата звернення: 01.11.2025).