



НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ КОРАБЛЕБУДУВАННЯ
імені адмірала Макарова

СТАЛИЙ РОЗВИТОК В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

Наукові економічні читання
присвячені пам'яті першого декана Інженерно-економічного факультету
професора В. Ч. Лі
та з нагоди 60-річчя економічної освіти на Миколаївщині

МАТЕРІАЛИ
КОНФЕРЕНЦІЇ

МИКОЛАЇВ – 2025

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ КОРАБЛЕБУДУВАННЯ
імені адмірала Макарова
UNIVERSITY OF EASTERN FINLAND
ІНСТИТУТ МОДЕРНІЗАЦІЇ ЗМІСТУ ОСВІТИ МОН УКРАЇНИ
ІНСТИТУТ ПРОБЛЕМ РИНКУ ТА ЕКОНОМІКО-ЕКОЛОГІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ НАНУ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ
АКАДЕМІЯ ЕКОНОМІЧНИХ НАУК УКРАЇНИ
СПІЛКА ЕКОНОМІСТІВ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНА КОМІСІЯ З ЦІННИХ ПАПЕРІВ ТА ФОНДОВОГО РИНКУ
ТОРГОВО-ПРОМІСЛОВА ПАЛАТА УКРАЇНИ
МИКОЛАЇВСЬКИЙ ОБЛАСНИЙ ФОНД ПІДТРИМКИ ПІДПРИЄМНИЦТВА

СТАЛИЙ РОЗВИТОК В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

Наукові економічні читання
присвячені пам'яті першого декана
Інженерно-економічного факультету НУК
професора В.Ч. Лі
та з нагоди 60-річчя економічної освіти на Миколаївщині

1-2 грудня 2025 року

Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова
Факультет економіки та екології моря
Кафедра інтелектуальної цифрової економіки
пр. Центральний, 3

ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ
Том 1

МИКОЛАЇВ – 2025

УДК 330

ОРГАНІЗАТОРИ:

*Міністерство освіти і науки України
Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова
University of Eastern Finland
Інститут модернізації змісту освіти МОН України
Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця
Академія економічних наук України
Спілка економістів України
Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку
Торгово-промислова палата України
Миколаївський обласний фонд підтримки підприємництва*

**Матеріали публікуються за оригіналами, наданими авторами.
Претензії до організаторів не приймаються.**

*Відповідальний за випуск:
Рогов В'ячеслав Георгійович*

Сталий розвиток в умовах цифрової трансформації економіки: Збірник матеріалів наукових економічних читань. Миколаїв: НУК, 2025. Том 1. 452 с.

У збірнику опубліковані найцікавіші та найактуальніші матеріали з поданих на наукові економічні читання «Сталий розвиток в умовах цифрової трансформації економіки».

Висвітлено актуальні проблеми управління соціально-економічними формаціями. Розглянуто стратегічні важелі та цифрові рішення для повоєнного відновлення України. Розкрито історичний досвід економічної освіти Миколаївщини, роль інтелектуальних технологій і автоматизації у забезпеченні сталого розвитку, а також механізми управління фінансовими ризиками та кібербезпекою в умовах цифровізації. Окрему увагу приділено розбудові міжнародних інноваційних екосистем, впровадженню моделей смарт-управління та трансформації парадигми обліку, аудиту й оподаткування. Сформовано комплексне бачення фінансово-економічної трансформації та визначено пріоритети збалансованого розвитку національної економіки.

Збірник може бути корисним для науковців, державних службовців, підприємців, професорсько-викладацького складу вищих навчальних закладів, аспірантів та студентів.

© Видавництво НУК, 2025
© Національний університет
кораблебудування, 2025

*Наукові економічні читання,
присвячені пам'яті першого декана
Інженерно-економічного факультету НУК
доктора економічних наук, професора Василя Чангіровича Лі*



Лі Василь Чангірович
(1937-2003)

*Доктор економічних наук, професор
Декан Інженерно-економічного факультету (1991-1996)*



ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ

Голова оргкомітету: Вячеслав Івата – к.е.н., доцент, декан Факультету економіки і екології моря НУК.

Вчений секретар: В'ячеслав Рогов, доцент кафедри інтелектуальної цифрової економіки.

Члени оргкомітету:

Оксана Корнієнко – к.е.н., доцент, завідувачка кафедри інтелектуальної цифрової економіки;

Олена Жукова – к.е.н., доцент, доцент кафедри інтелектуальної цифрової економіки; директор компанії MDEM "Marine Design Engineering Mykolayiv", виконавчий директор Морського кластеру України;

Артем Ващенко - директор Центру Підтримки Бізнесу та Економічного Розвитку, голова наглядової ради Морського кластеру України;

Георгій Рогов - доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри фінансів;

Ганна Єфімова - доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економічної політики та безпеки;

Олена Погорєлова, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри обліку та економічного аналізу;

Ігор Сіренко - кандидат економічних наук, доцент, завідувач кафедри менеджменту.

direct relationship between the intensity of digital tool usage and the growth of enterprise sales volumes.

Keywords: *internet marketing, digital promotion channels, e-commerce, sales dynamics, online advertising, SEO, SMM, content marketing, Ukraine.*

УДК 339.138.004.738.5

АНАЛІТИЧНА ОЦІНКА ЗАСТОСУВАННЯ ЦИФРОВИХ МАРКЕТИНГОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ЕЛЕКТРОННІЙ ТОРГІВЛІ

Жанна Бунчук

*магістрант кафедри інтелектуальної цифрової економіки
Національного університету кораблебудування ім. адм. Макарова*

Науковий керівник: Оксана Корнієнко

*к. е. н., доцент кафедри інтелектуальної цифрової економіки
Національного університету кораблебудування ім. адм. Макарова
kornienko.oksana@nuos.edu.ua*

Анотація. Проаналізовано сучасний стан розвитку електронної торгівлі на глобальному та національному рівнях, зокрема динаміку зростання онлайн-продажів і зміну структури споживчого попиту. Окреслено тенденції розвитку українського e-commerce, що характеризується активною адаптацією до світових технологічних трендів і зростанням частки онлайн-продажів у роздрібному обороті. Узагальнено аналітичні показники ринку, які свідчать про стабільне підвищення рівня цифровізації споживачів. Запропоновано напрями подальшого вдосконалення цифрових маркетингових технологій для підвищення конкурентоспроможності українських підприємств у глобальному середовищі.

**СЕКЦІЯ 2. Інтелектуальні цифрові технології та автоматизація
бізнес-процесів як чинники сталого розвитку: виклики,
можливості, перспективи**

119

Ключові слова: електронна торгівля, цифровий маркетинг, маркетплейси, штучний інтелект, мобільна комерція, аналітична оцінка.

Сучасний етап розвитку світової економіки характеризується активними процесами цифрової трансформації, що охоплюють усі сфери господарської діяльності. Поширення інформаційно-комунікаційних технологій та інструментів цифрового маркетингу сприяє формуванню нових бізнес-моделей, орієнтованих на клієнтоцентричність, інтерактивність та інноваційність. Одним із ключових проявів цих процесів є стрімкий розвиток електронної торгівлі, яка сьогодні виступає важливим чинником підвищення конкурентоспроможності підприємств.

Водночас ефективність функціонування ринку e-commerce значною мірою залежить від рівня застосування сучасних цифрових маркетингових технологій, що забезпечують персоналізацію пропозицій, оптимізацію каналів просування та підвищення якості взаємодії зі споживачами.

Метою дослідження є аналітична оцінка сучасних тенденцій і напрямів застосування цифрових маркетингових технологій у розвитку електронної торгівлі на глобальному та національному рівнях.

За доступними прогнозами, глобальний обсяг електронних продажів у 2025 році оцінюється в трильйони доларів — з очікуванням зростання до приблизно \$6–7 трлн і подальшим збільшенням у середньостроковій перспективі. Частка електронної торгівлі у загальних роздрібних продажах продовжує зростати і в ряді моделей перевищує 20% роздрібного ринку в 2025–2027 роках. Основні рушії зростання — інтернаціоналізація торгівлі, розвиток маркетплейсів, покращення мобільного досвіду покупців і ширше використання AI для персоналізації покупок [1-2].

За даними локальних аналітичних звітів, у 2024 році частка електронної торгівлі в загальному роздрібному обороті України оцінювалася приблизно у ~10%, кількість регулярних онлайн-покупців перевищувала 10 млн осіб, а загальні онлайн-витрати ринку 2024 року були на рівні сотень мільярдів гривень (приблизна оцінка в районі 200–250 млрд UAH). Зростання супроводжувалося посиленням ролі маркетплейсів, мобільних каналів продажу та D2C-брендів. Водночас структура ринку характеризується високою фрагментацією продавців і значною часткою невеликих інтернет-магазинів [3-4].

Український ринок електронної торгівлі динамічно зростає, але відстає за рівнем проникнення від провідних європейських країн, одночасно демонструючи швидку адаптацію технологій (мобільні покупки, маркетплейси, оплати) [5].

Нижче наведемо таблицю, що узагальнює основні сегменти ринку електронної торгівлі (табл. 1).

Миколаїв, 1–2.12.2025

конференції
НУОА

Таблиця 1

Основні сегменти ринку електронної торгівлі

Показник / Сегмент	Короткий опис
За складу учасників	B2C, B2B, C2C, B2G (електронні держзакупівлі)
За форматами платформ	Інтернет-магазини, маркетплейси, аукціони, D2C, соціальна комерція
За типом товарів	Матеріальні товари, цифрові товари/послуги, підписні моделі
За каналом доступу	Веб-сайти, мобільні додатки, соцмережі, голосові помічники
За моделлю логістики	F-to-door, click&collect, dark stores, same-day delivery
За оплатою	Банківські картки, електронні гаманці, оплата при отриманні, «buy now, pay later»

Головними драйверами та трендами розвитку електронної торгівлі є:

1. Штучний інтелект та персоналізація

Впровадження AI (генеративні моделі, рекомендаційні системи, чат-боти з можливістю оформлення покупки) прискорило зміну покупницького досвіду: персоналізовані рекомендації, пошук за зображенням, автоматизовані помічники. Прогнози аналітиків вказують, що AI вже у 2024–2025 роках став критичною конкурентною перевагою великої частини продавців [2–4].

2. Маркетплейси та D2C

Маркетплейси консолідують значну частину обсягу онлайн-продажів, надаючи продавцям доступ до великої аудиторії й ефективну інфраструктуру логістики та платежів. Паралельно D2C-бренди (прямі продажі виробника кінцевому споживачу) активізують свій розвиток через соціальні мережі й підписні сервіси [5].

3. Логістика та очікування швидкої доставки

Підвищення очікувань споживачів щодо швидкості доставки спричинило інвестиції в last-mile логістику, dark-store мережі та автоматизацію складів. У 2024–2025 роках компанії глобально інвестують у same-day/delivery і розширення локальних хабів [2].

4. Мобільна комерція та соціальний комерс

Зростання частки покупок через мобільні пристрої та інтеграція продажів у соцмережах (social commerce) продовжуються [5].

5. Безпека, регулювання та вимоги до даних

Питання захисту персональних даних, платіжної безпеки та регуляторні вимоги (включаючи митні правила для крос-бордерних продажів) впливають на моделі бізнесу і вимоги до постачальників IT-послуг. UNCTAD і національні органи посилюють увагу до стандартизації статистики електронної торгівлі та цифрової політики. [5].

Ринок електронної торгівлі на глобальному рівні продовжує стійке зростання, а ключові тренди 2024–2025 років — це широке впровадження AI, домінування маркетплейсів, зростання мобільної комерції та підвищені вимоги до логістики і безпеки. Український ринок демонструє швидку адаптацію до світових трендів, проте має низку локальних викликів: логістичні бар'єри,

фрагментація ринку і потребу у стандартах вимірювання. Для подальшого розвитку потрібні як технологічні інвестиції з боку бізнесу, так і посилені координація політики та інфраструктури на державному рівні [1-3].

Протягом останніх років електронна торгівля в Україні демонструє стале зростання, що зумовлено розвитком інфраструктури онлайн-платежів, зростанням довіри користувачів до онлайн-покупок та активною цифровізацією бізнесу. Особливо суттєвий стрибок спостерігався у 2020–2021 рр. під час пандемії COVID, коли споживчий попит перемістився в онлайн-сферу (табл. 2.).

Таблиця 2

Динаміка розвитку ринку e-commerce в Україні у 2018–2024 роках

Рік	Обсяг ринку e-commerce, млрд грн	Зростання до попереднього року, %	Частка e-commerce у роздрібному товарообігу, %
2018	52	—	4.2
2019	67	+28.8	5.0
2020	107	+59.7	7.2
2021	136	+27.1	8.6
2022	150	+10.3	9.1
2023	188	+25.3	11.0
2024 *	216	+14.9	12.4

*Примітка: 2024 — прогнозні дані на основі аналітики EVO Business, DataReportal та Deloitte.

Тенденція демонструє стабільне зростання ринку з середньорічним темпом понад 26%. Це свідчить про поступовий перехід споживачів до цифрових каналів і формування зрілої електронної економіки.

Розподіл продажів за товарними групами дозволяє зрозуміти споживчі пріоритети та ступінь проникнення цифрових каналів у різні сектори (табл. 3).

Таблиця 3

Структура українського ринку e-commerce за категоріями товарів (2024 р.)

Категорія товарів	Частка ринку, %	Тенденція порівняно з 2023 р.	Основні гравці / платформи
Електроніка та побутова техніка	27	+2	Rozetka, Comfy, Foxtrot
Одяг, взуття, аксесуари	24	-1	Lamoda, Kasta, Shafa
Косметика та товари для дому	15	+3	Makeup, EVA.ua
Продукти харчування	13	+2	Zakaz.ua, Silpo Online, Varus
Товари для дітей та хобі	9	0	Pampik, Babyshop
Інші категорії (послуги, меблі тощо)	12	-2	Prom.ua, Allo, OLX

В Україні ринок електронної торгівлі також демонструє динамічне зростання: з 52 млрд грн у 2018 році до прогнозованих 216 млрд грн у 2024 році. Частка e-commerce у загальному роздрібному товарообігу зросла більш ніж утричі — з 4,2% до понад 12%. Це свідчить про активну цифровізацію споживчої

утричі — з 4,2% до понад 12%. Це свідчить про активну цифровізацію споживчої

122

**СЕКЦІЯ 2. Інтелектуальні цифрові технології та автоматизація
бізнес-процесів як чинники сталого розвитку: виклики,
можливості, перспективи**

**Наукові економічні читання
Миколаїв, 1–2.12.2025**



поведінки, зростання довіри до онлайн-покупок і розширення інфраструктури електронних платежів. Водночас український ринок залишається фрагментованим, з переважанням малого та середнього бізнесу, і стикається з логістичними, регуляторними та безпековими викликами [1-3].

Отже, український сегмент e-commerce перебуває на етапі зрілого зростання та наближення до європейських стандартів. Подальший розвиток галузі вимагатиме інвестицій у технології (AI, аналітика даних, логістика), посилення довіри споживачів, удосконалення нормативно-правової бази та інтеграції з міжнародними цифровими ринками. Це створює значний потенціал для підвищення конкурентоспроможності українських компаній у глобальному цифровому середовищі.

Література:

1. Facebook for Business (Meta). The Rise of Social Commerce: Trends and Best Practices. — Meta, 2022. — 28 p.
2. Shopify. Future of Commerce 2024: Global trends and insights. — Shopify, 2024. — 60 p.
3. Rust R. T., Huang M. H., Verhoef P. C. «The Role of Marketing in the Era of Digital Transformation» // Journal of Marketing, 2020. — Vol. 84, №4. — P.1–22.
4. European Commission. Digital Markets Act — Explanatory Note. — EU Commission, 2022. — 44 p.
5. UNIDO. Digitalization and Inclusive Industrial Development. — United Nations Industrial Development Organization, 2021. — 56 p.

**ANALYTICAL ASSESSMENT OF THE APPLICATION OF DIGITAL
MARKETING TECHNOLOGIES IN E-COMMERCE**

Zhanna Bunchuk, Oksana Korniienko

Admiral Makarov National University of Shipbuilding

Abstract. The current state of e-commerce development at the global and national levels has been analyzed, including the dynamics of online sales growth and changes in consumer demand structure. Trends in the development of Ukrainian e-commerce have been outlined, characterized by active adaptation to global technological trends and an increasing share of online sales in total retail turnover. Directions for further improvement of digital marketing technologies have been proposed to enhance the competitiveness of Ukrainian enterprises in the global environment.

Keywords: e-commerce, digital marketing, marketplaces, artificial intelligence, mobile commerce, analytical assessment.