

6. Зайцева І.Ю. *Фінансовий аналіз діяльності підприємств транспорту: підручник*. Харків: УкрДУЗТ, 2022. 252 с.

7. Кірдіна О.Г. *Економіка залізничного транспорту: навч. посіб.* Харків: УкрДУЗТ, 2023. 280 с.

8. Мельник Т.С. *Економічна діагностика підприємств транспорту: підручник*. Київ: Кондор, 2022. 388 с.

9. Офіційний сайт АТ «Укрзалізниця». URL: <https://www.uz.gov.ua>

10. *Стратегія АТ «Укрзалізниця» на 2022-2026 роки*. URL: <https://www.uz.gov.ua>

УДК 658.8.334

Дивак В.В.,

кандидат педагогічних наук, доцент,

доцент кафедри комп'ютерних наук та інформаційних систем,

Якіна Н.О.,

здобувач вищої освіти,

Державний торговельно-економічний університет

РОЗВИТОК ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В УКРАЇНІ З ПОЧАТКУ ПОВНОМАСШТАБНОГО ВТОРГНЕННЯ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА УКРАЇНСЬКЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО

Торгівля в інтернеті активно розвивається протягом багатьох років, тож для українців купувати товари на онлайн-платформах не є новизною. Завдяки багатьом технологічним змінам та інноваціям електронна комерція набуває різноманітних форм та має безліч нових способів зацікавити споживача. Останні роки стали справжнім викликом для української інтернет-торгівлі, але також великим стимулом для подальших покращень.

Повномасштабне вторгнення нанесло тяжкий удар по всім галузях української економіки. Проблеми з логістикою через постійні обстріли та окупацію міст; масові виїзди українців за кордон; зміна поведінки споживачів; руйнування складів інтернет-магазинів – кожен невід'ємний елемент електронної торгівлі був пошкоджений. Досвід Rozetka підтверджує серйозний вплив повномасштабного вторгнення на торгівлю: за словами власника компанії В. Чечоткіна, щомісячний оборот Rozetka впав з 4 млрд до 23 млн грн за перші три тижні бойових дій. Компанія не могла обробляти замовлення через близьку лінію фронту, а точки видачі та магазини розграбовувалися і знищувалися окупантами. Незважаючи на такі суттєві труднощі, підприємці у сфері електронної комерції змогли відновити та навіть покращити об'єми роботи вже у травні 2022 року. Так, на кінець травня Rozetka відновила роботу 200 з 270

точок видачі по всій країні, а до роботи повернулася половина співробітників з восьмитисячної команди, яка була до війни [1]. Це пов'язано з стабілізацією ситуації у столиці та містах поруч, а також прийняттям проблеми в країні громадянами: люди, які мають можливість, повертаються додому, паніка зменшується, попит зростає і торгівля відновлюється.

Тож як розвивалася електронна торгівля протягом 2023-2024 років? Неабиякий вплив на торгівлю завжди мало правильне використання нових технологій. В сучасній електронній комерції велику роль відіграє комунікація з споживачами через соціальні мережі. Вдалим прикладом такого підходу може стати Tesla. Ця компанія не витрачає абсолютно ніяких коштів на рекламу в соцмережах, адже власник, Ілон Маск, чудово знає, чим захопити аудиторію. Жарти, вірусні відео та звичайні коментарі Маска під публікаціями інших – все це напряду впливає на популярність його автомобілів та бажання користувачів платформ придбати їх [2]. Також важливою тенденцією в українській електронній торгівлі став розвиток логістики: таким чином відома всім Нова пошта відкрила ще більше відділень за кордоном: Молдова, Польща, Литва, Чехія та багато інших [3]. І хоча спричинене таке активне розширення пошти через масові виїзди українців за кордон, все таки це дає вагомий поштовх для українських підприємців розвивати комунікацію з іноземцями, пропонуючи та легко надсилаючи їм свій товар.

У 2025 році українська електронна комерція продовжує свій активний розвиток, а запровадження нових технологій позитивно впливає на комунікацію між продавцями та покупцями. Наголосити хочеться на використанні штучного інтелекту, який дедалі частіше впроваджують у діяльність відомих нам компаній. Наприклад, чат-боти є однією з демонстрацій, як штучний інтелект вже працює на користь підприємств. Укрпошта, Нова пошта, пошта Meest – у кожній з компаній ми можемо відстежувати посилку, дізнатися умови відправки, знайти найближчі відділення або прочитати про тарифи за допомогою їхнього додатка або під час спілкування з чат-ботом, де вже є готові опції, поміж яких можна обрати потрібну [4]. Це приклади великих відомих компаній, проте є безліч маленьких інтернет-магазинів, які тільки починають свій шлях і вже користуються подібними технологіями задля оптимізації роботи.

Незважаючи на великі перешкоди у сфері торгівлі в інтернеті, українські підприємці адаптуються під сформовані війною умови, під звички споживачів, які зазнали змін через воєнні події, а також під світові тенденції. Робота у сфері електронної торгівлі не тільки приносить прибуток для підприємців, але також розвиває українське підприємництво в цілому, тестуючи нові способи просування продуктів та послуг, шукаючи нові шляхи для комунікації з споживачами. Постійний розвиток – ключ до успіху.

Список використаних джерел:

1. *E-commerce живий? Що відбувається з онлайн-продажами в Україні під час війни* URL: <https://surl.li/hmdlgr>
2. *Зламати бізнес-модель: як Tesla стала найбільш швидкозростаючим брендом у світі.* URL: <https://surl.li/tbfujo>
3. *Нова пошта у світі.* URL: <https://surl.li/lekykg>
4. *Як війна вплинула на інтернет-магазини України: статистика 2021–2024.* URL: <https://shop-express.ua/ukr/blog/ecommerce-research-trends-insights/>

UDC 330.15

Didkovska L. I.,

*PhD in Economic Sciences, Senior Researcher,
Senior Researcher of Department of the forms and methods of management
in the agro-food complex, Institute for Economics and Forecasting of the
National Academy of Sciences of Ukraine*

INNOVATIVE TRENDS FOR OVERCOMING THE WATER CRISIS

Before the full-scale invasion, Ukraine used over 6 billion cubic meters of water annually, with 66% allocated for industrial needs, 16.5% for sanitary and hygiene purposes, and 16% for irrigation. The war has led to a critical reduction in water consumption, particularly in the hydro-reclamation sector, where water use dropped by 80% between 2021 and 2023. The destruction of the Kakhovka Hydroelectric Power Plant (HPP) dam effectively eliminated irrigation in Kherson, Zaporizhzhya, and parts of Mykolaiv regions. Moreover, in 2021, the volume of irrigation water used in Kherson region alone was twice as high as the total irrigation water consumption across Ukraine in 2022–2023. Only Cherkasy region saw a 45% increase in irrigation water use (Table 1).

Table 1

Dynamics of water resource utilization in Ukraine, mln.m³

	2021	2022	2023	2023/2021, %
Used fresh water	6161.3	3401.3	3576.5	58.0
Used fresh water for irrigation	970.5	143.2	192.3	19.8
Dnipropetrovsk	21.3	21.6	14.7	69.0
Zaporizhzhya	89.5	2.7	1.5	1.7
Mykolayiv	53.6	4.7	36.8	68.7
Odesa	107.1	73.0	89.8	83.8
Poltava	10.5	5.7	6.8	64.8
Kherson	648.4	0.9	0.3	0.0
Cherkasy	18.3	22.0	26.6	145.4

Source: Own calculations based on the data [1].