

Маркетплейси як основа електронної комерції: технологічний потенціал та інвестиційні горизонти

У статті розглянуто теоретичні аспекти електронної торгівлі як ключового сегмента сучасної економіки. Досліджено основні тенденції розвитку цього сектору та підкреслено його динамічне зростання у світовому масштабі. У статті висвітлено теоретичні аспекти функціонування маркетплейсів та проаналізовано динаміку загальної валової вартості товарів на цих платформах за останні роки, що демонструє їхню зростаючу роль у розвитку економіки платформ. Зокрема, увагу приділено ключовим цифровим технологіям, що формують основу їх діяльності: штучному інтелекту (ШІ), блокчейну, робототехніці, аналітиці даних, технології інтернету речей (IoT) та хмарним обчисленням. Детально проаналізовано роль кожної з цих технологій у підвищенні ефективності бізнес-процесів та оптимізації управлінських рішень. Розглянуто прогнозовані темпи зростання цього сектору у період з 2024 по 2030 рік. Очікується, що у наступні роки відбудеться значне збільшення попиту на інноваційні рішення та зростання обсягів інвестицій у технології, що сприяють автоматизації, аналізу великих даних та інтеграції цифрових систем у бізнес-середовищі.

Окрему увагу приділено порівняльному аналізу інвестицій провідних маркетплейсів (Rozetka, Amazon, Walmart, Alibaba) у впровадження цифрових технологій. Визначено обсяги інвестицій у цифровізацію компаній та проаналізовано, як використання новітніх рішень сприяє покращенню бізнес-показників. У статті розглянуто переваги та недоліки інтеграції цифрових технологій у бізнес-процеси. Особливу увагу приділено підвищенню адаптивності компаній до динамічних ринкових умов і здатності швидко реагувати на потреби клієнтів, а також викликам, пов'язаним з інвестиційними витратами та загрозами кібербезпеки. Отримані результати дозволяють краще зрозуміти економічний вплив цифровізації на електронну торгівлю та визначити оптимальні підходи до впровадження новітніх технологій у діяльність маркетплейсів.

Ключові слова: цифрові технології; електронна комерція; цифровізація; маркетплейси; цифрові інновації; інвестиції.

Актуальність теми. Цифрові інновації у сфері електронної комерції сьогодні відіграють ключову роль у розвитку сучасного бізнесу, впливаючи на його ефективність, конкурентоспроможність і здатність адаптуватися до мінливих потреб ринку. У контексті глобалізації та стрімкого зростання цифрової трансформації, електронна комерція стала однією з найдинамічніших галузей економіки. Такі інновації, як штучний інтелект, технології великих даних, блокчейн, автоматизація процесів, персоналізовані маркетингові інструменти та впровадження віртуальної реальності, кардинально змінюють способи взаємодії бізнесу зі споживачами, оптимізують процеси та підвищують лояльність клієнтів. Аналіз цих аспектів дозволить краще зрозуміти перспективи розвитку бізнесу в умовах цифрової ери, що є важливим для прийняття стратегічних рішень. З огляду на це дослідження цифрових інновацій електронної комерції є надзвичайно важливим для аналізу сучасних тенденцій та визначення ефективних підходів до розвитку бізнесу в умовах глобальних змін.

Аналіз останніх досліджень та публікацій, на які спираються автори. Питання впровадження цифрових технологій у сферу електронної торгівлі не є новим у науковій літературі. Серед праць дослідників, які аналізували економічну сутність електронної торгівлі, привертають увагу роботи Д.Щитова [1] та Н.Шведа [6]. Розвиток цифрової трансформації та інновацій у бізнесі досліджували А.Блакита [9], В.Панченко [10] та О.Чукарінова [17]. Статистичну базу склали ґрунтовні дослідження аналітичних центрів, зокрема звіти IDC [11] та Statista [4]. Попри значний обсяг наукових робіт та аналітичних звітів щодо впливу цифрових технологій на бізнес-моделі та структуру електронної торгівлі, недостатньо дослідженими залишаються аспекти інтеграції новітніх технологій у маркетплейси та вплив цих змін на їх економічну ефективність.

Метою статті є дослідження теоретичних аспектів цифрових технологій у сфері електронної комерції, аналіз інновацій для оптимізації бізнес-процесів у роботі маркетплейсів, вивчення глобальних трендів у електронній комерції та перспективи розвитку галузі.

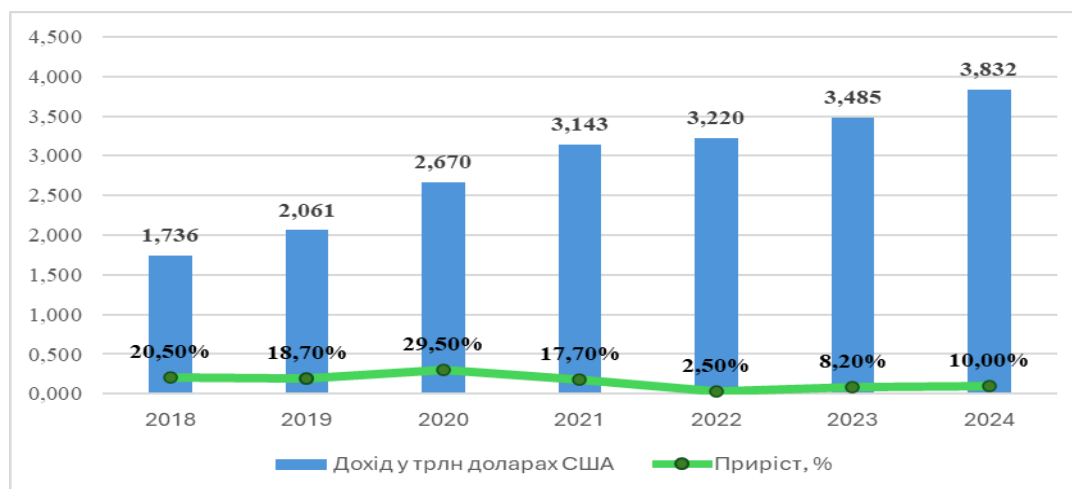
Викладення основного матеріалу. Розвиток сучасних технологій здійснив революційний вплив на сферу торгівлі, перемістивши взаємодію між продавцями та покупцями у віртуальний простір. Швидка цифровізація, яка охопила більшість галузей економіки, сприяла динамічному зростанню електронної торгівлі, докорінно змінивши поведінку споживачів і підходи до ведення бізнесу. Поява електронної

комерції стала важливим етапом у трансформації традиційних бізнес-моделей, відкривши можливості для інноваційних способів комунікації та взаємодії між сторонами.

Поняття «інтернет-торгівлі» можна визначити як форму торгівлі різними товарами, послугами, високотехнологічними процесами та інформацією через електронні платформи інтернету. Це означає, що товари і послуги продаються, купуються та обмінюються через вебсайти, мобільні додатки та інші онлайн-інтерфейси [1]. Відповідно до Закону України «Про електронну комерцію», електронною комерцією називають «відносини, спрямовані на отримання прибутку, що виникають під час вчинення правочинів щодо набуття, зміни або припинення цивільних прав та обов'язків, здійснені дистанційно з використанням інформаційно-комунікаційних систем, внаслідок чого в учасників таких відносин виникають права та обов'язки майнового характеру» [2]. Комісія ООН з права міжнародної торгівлі, ЮНСИТРАЛ до електронної комерції відносить такі форми господарської діяльності: електронний обмін інформацією (Electronic Data Interchange, EDI); електронний рух капіталу (Electronic Funds Transfer, EFT); електронну торгівлю (e-trade); електронні гроші (e-cash); електронний маркетинг (e-marketing); електронний банкінг (e-banking); електронні страхові послуги (e-insurance) [3]. Суб'єктами електронної комерції є учасники, які здійснюють свою діяльність у сфері електронної торгівлі та використовують цифрові засоби для обміну товарами, послугами чи інформацією.

Оскільки глобальний доступ до інтернету та його поширення швидко зростають, кількість людей, які здійснюють покупки онлайн, постійно збільшується, сприяючи розвитку електронної торгівлі. У 2023 році світовий ринок електронної комерції згенерував дохід у розмірі 18 666,0 млн доларів США і, як очікується, досягне 57 579,0 млн доларів США до 2030 року [4]. До того ж, за даними California Business Journal, до 2040 року електронна комерція становитиме близько 95 % усіх покупок, залишаючи за собою традиційну роздрібну торгівлю [5]. Сучасні тенденції демонструють, що електронна комерція не лише змінює спосіб придбання товарів і послуг, але й сприяє формуванню нових економічних моделей, орієнтованих на персоналізацію, сталий розвиток і цифрову інтеграцію [6].

Розвиток електронної комерції спричинив перехід до економіки платформ. Платформи проникли майже в усі сектори сучасної економіки і набули дуже різних форм. Зазвичай для них характерні такі дві особливості: вони створюють цінність шляхом полегшення транзакцій, а не за рахунок власного виробництва, а також створюють сильні мережеві ефекти (тобто їхня цінність зростає зі збільшенням кількості користувачів і постачальників, що приєднуються) [7]. Ключовою формою реалізації економіки платформ є маркетплейси, оскільки вони забезпечують багатосторонню взаємодію, мережеві ефекти та цифрову інфраструктуру для обміну цінностями між учасниками. Маркетплейс – це платформа, на якій пропонуються товари та послуги від численних продавців, які можуть бути куплені клієнтами. Зазвичай більшість продуктів надходить від зовнішніх компаній, хоча деякі платформи також пропонують власні продукти (наприклад, Amazon). За даними дослідження Digital Commerce 360, до кінця 2024 року загальна валова вартість товарів (GMV) ста найбільших маркетплейсів досягне вражаючої позначки в 3,832 трлн доларів США (рис. 1.) [8]. Ринок онлайн-покупок характеризується домінуванням кількох гігантів, серед яких можна виокремити дві найбільші платформи китайської технологічної компанії Alibaba Group: Taobao та Tmall з доходами у 723,8 млрд доларів США і 682,7 млрд доларів США відповідно, а також сюди належить беззаперечний лідер американського ринку – Amazon із прибутком у 435,7 млрд доларів США [8].



Джерело: побудовано авторами на основі [8]

Рис. 1. Динаміка загальної валової вартості товарів (GMV) 100 найбільших онлайн-маркетплейсів у світі (2018–2024 роки)

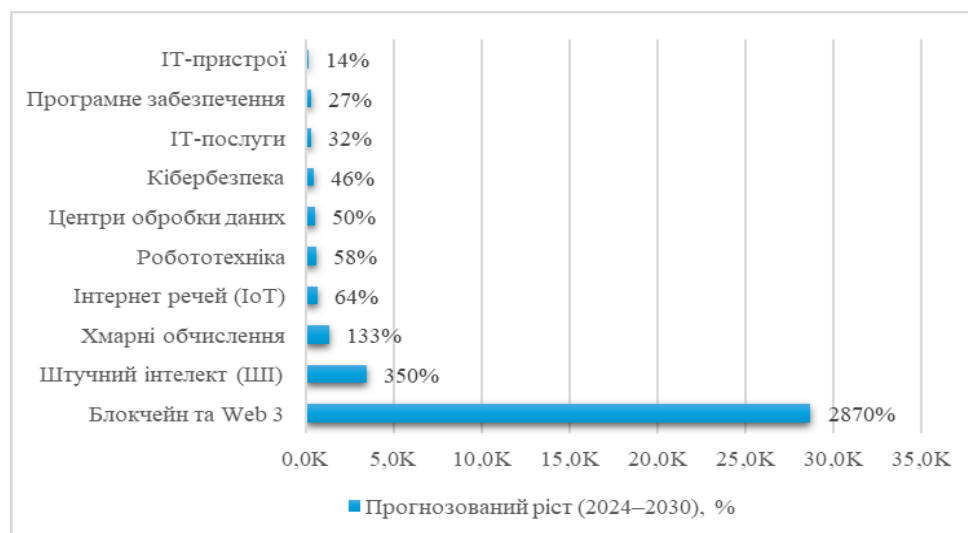
Цифрові технології є основою функціонування маркетингових та водночас основним драйвером їхнього розвитку. Вони забезпечують автоматизацію бізнес-процесів, оптимізацію операцій та підвищення конкурентоспроможності на глобальному ринку. Інтернет речей (IoT), блокчейн та штучний інтелект (ШІ) – це лише кілька прикладів технологій, які суттєво змінюють традиційні підходи до ведення бізнесу та управління інформацією [9]. Ці технології не лише стимулюють інновації та ефективність в електронній комерції, але й суттєво впливають на обсяги продажів та охоплення клієнтів.

До основних технологій автоматизації бізнес-процесів у сфері електронної комерції належать:

1. Хмарні обчислення – дозволяють компаніям зберігати та отримувати доступ до даних на віддалених серверах, покращуючи їх безпеку, доступність і масштабованість;
2. Штучний інтелект і машинне навчання – ці технології автоматизують завдання, аналізують дані та роблять прогнози, що зменшують людські помилки та пришвидшують прийняття рішень;
3. Аналітика даних – допомагає в оцінці бізнес-даних і тенденцій для прийняття стратегічних рішень, підвищуючи ефективності роботи;
4. Блокчейн і Web3 – використовуються для забезпечення безпечних децентралізованих платежів, автоматизації угод через смарт-контракти та відстеження походження товарів у ланцюгах постачання [10];
5. Інтернет речей – використовується для підключення пристроїв та систем, полегшуючи збір та інтеграцію даних у реальному часі;
6. Технології робототехніки – дозволяють автоматизувати завдання збирання, пакування та сортування товарів на складах, значно підвищуючи швидкість і точність.

Розвиток цифрової економіки вимагає інвестицій у інфраструктуру, інноваційних підходів до ведення бізнесу та глобальної співпраці. У 2024 році витрати на цифрову трансформацію у світі становили 2,5 трлн доларів, що підкреслює її значущість та виправдовує очікування щодо підвищення ефективності й конкурентоспроможності компаній [11]. Очікується, що ринок штучного інтелекту зросте на 350 % і до кінця цього десятиліття матиме дохід у розмірі 826 млрд доларів США. Водночас технології хмарних обчислень зростуть на 133 %, а сектор робототехніки збільшиться на 58 % до 2030 року. Ринок ІТ-пристроїв зросте на 14 %, а ІТ-технології та програмне забезпечення – на 32 % і 27 % відповідно до 2030 року. Найшвидше з-поміж технологічних секторів розвиватиметься блокчейн і Web3, які збільшаться на 2870 % до 2030 року, а їхній дохід досягне 825 млрд доларів США (рис. 2) [12].

Ефективне ведення бізнесу в цифровому світі вимагає використання цифрових технологій у бізнес-процесах, управлінні та бізнес-моделях загалом, оскільки здатність підприємств працювати впродовж тривалого часу залежить від того, наскільки добре продумані їхні бізнес-моделі з точки зору створення споживчої цінності. Компанії все частіше використовують цифрові технології, щоб змінити внутрішні процеси бізнесу та забезпечити нові потоки доходів і можливості для створення цінності.



Джерело: побудовано авторами на основі [12]

Рис. 2. Прогнозоване зростання в ключових технологічних секторах (2024–2030 роки)

Для оцінки пріоритетів компаній у цифровізації та їхній вплив на ключові бізнес-показники розглянемо інвестиції у цифрові технології чотирьох великих маркетингових: Rozetka (Україна), Amazon (США), Walmart (США) та Alibaba (Китай). Представлена таблиця 1 відображає порівняльний аналіз інвестицій провідних маркетингових у різноманітні цифрові технології, демонструючи їхню стратегію цифрової трансформації бізнесу.

Порівняльний аналіз інвестицій маркетплейсів у цифрові технології

Компанія	Технологія	Ціна інвестицій у млн доларах США	Опис	Вплив на продажі
Rozetka	RozetkaPay	0,7	Сервіс безпечних онлайн-оплат, який спрощує роботу з платежами на маркетплейсах та надає додаткові можливості для роботи на платформі	Зниження витрат на еквайрінг з 2 до 0,7 %, зріст конверсії на 20%
Amazon	Інтеграція роботизованого складу	450	Автоматизовані системи для оптимізації обробки замовлень, управління запасами, комплектування, пакування та логістики, зменшення залежності від людської праці та підвищення операційної ефективності	Скорочення витрат на виконання замовлення на 25 %, зменшення залежності від робочої сили, збільшення рівня точності замовлень і швидкості доставки
Walmart	Багатоканальна інтеграція	1400	Розбудова ланцюжка поставок та автоматизація логістичних центрів, розширення послуг онлайн-доставки та самовивозу, покращення можливостей інтернет-шопінгу	Глобальні продажі зросли на 23 %, перевищивши дохід у 100 млрд доларів США у 2024 році; розгалужена логістична мережа забезпечила майже 4600 пунктів самовивозу та понад 4200 магазинів з доставкою в день оформлення замовлення; знизила витрати на доставку на останній милі на 40 %
Alibaba	Оптимізація мережі поставок	1520	Технологія на основі штучного інтелекту в реальному часі відстежує запаси на складі та оптимізує комплектування замовлень	Збільшення кількості замовлень на 21 %, скорочення часу доставки з п'яти до трьох днів

Джерело: побудовано авторами на основі [13–16]

Ключовими напрямками інвестицій стали автоматизація логістичних процесів, оптимізація ланцюжків поставок та впровадження штучного інтелекту, що свідчить про зміщення фокусу з онлайн-присутності на вдосконалення бекенд-інфраструктури. Rozetka інвестувала 700 тис. доларів США у розробку платіжного сервісу RozetkaPay, що забезпечує безпечні онлайн-платежі, спрощує роботу з платежами та надає додаткові можливості для продавців. Результатом стало зниження витрат на еквайрінг з 2 до 0,7 % та зростання конверсії на 20 % [13]. Amazon вклав 450 млн доларів США в інтеграцію роботизованого складу, зокрема автоматизовані системи для оптимізації обробки замовлень, управління запасами та логістики. Це призвело до скорочення витрат на виконання замовлень на 25 %, зменшення залежності від робочої сили та підвищення точності й швидкості доставки [14]. Walmart спрямував 14 млрд доларів США на багатоканальну інтеграцію, розбудувавши ланцюжок поставок та автоматизувавши логістичні центри. Завдяки цьому глобальні продажі зросли на 23 %, перевищивши дохід у 100 млрд доларів США у 2024 році. Компанія забезпечила 4600 пунктів самовивозу, понад 4200 магазинів з доставкою в день оформлення замовлення та знизила витрати на доставку на останній милі на 40 % [15]. Alibaba інвестувала найбільшу суму, а саме 15,2 млрд доларів США в оптимізацію мережі поставок за допомогою технологій штучного інтелекту, що відстежують запаси в реальному часі та оптимізують комплектування замовлень. Результатом стало збільшення кількості замовлень на 21 % та скорочення часу доставки з п'яти до трьох

днів [16]. Спостерігається пряма залежність між масштабом інвестицій та охопленням бізнес-процесів, які підлягають оптимізації. Найбільші інвестиції Alibaba (15,2 млрд доларів США) та Walmart (14 млрд доларів США) дозволили компаніям здійснити комплексну трансформацію логістичних мереж, що позначилося на суттєвому зростанні продажів та ефективності операцій. Водночас менші за обсягом, але цілеспрямовані інвестиції, як у випадку з Rozetka (700 тис. доларів США), демонструють високу рентабельність, зосереджуючись на конкретних вузьких місцях бізнесу: оптимізації платіжних процесів. Результати впровадження підтверджують, що цифрова трансформація суттєво впливає на ключові показники ефективності маркетплейсів, а саме: зниження операційних витрат, прискорення доставки, підвищення точності обробки замовлень та зростання конверсії. Це свідчить про необхідність постійних інвестицій у цифрові технології як стратегічного фактора конкурентоспроможності на сучасному ринку електронної комерції.

Попри значні переваги цифровізації для інтернет-торгівлі, її впровадження супроводжується низкою суттєвих викликів. Насамперед, значний фінансовий тягар на бізнес створюють високі інвестиційні витрати на впровадження та підтримку сучасних технологій, що особливо відчутно для малого та середнього бізнесу. Паралельно з цим, зростання цифровізації підвищує ризики кібербезпеки, вимагаючи додаткових ресурсів на захист конфіденційних даних користувачів. Компанії також стикаються з викликами швидкої адаптації до мінливих споживчих уподобань та ефективного управління масивами даних [17]. У середовищі загостреної конкуренції та прискореного технологічного розвитку бізнесам доводиться постійно оновлювати цифрові рішення, щоб запобігти їхньому швидкому моральному старінню, що створює додатковий тиск на операційні ресурси.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Розвиток цифрових технологій сприяв трансформаційному підходу до ведення бізнесу та створення нових товарів. Зокрема, бізнес перейшов у сферу технологій, що призвело до розвитку електронної комерції. Це дозволило користувачам здійснювати покупки через інтернет, що значно спростило процес споживання товарів і послуг. Цифровізація стала ключовим аспектом переходу від традиційної торгівлі до електронної комерції, що характеризується використанням цифрових технологій та інноваціями в бізнесі. Цей процес відкриває нові можливості для ефективного розвитку компаній і є потужним механізмом реалізації позитивних тенденцій у бізнес-середовищі у сфері електронної торгівлі. Дослідження цифрових технологій у маркетплейсах є вкрай важливим, адже вони сприяють підвищенню конкурентоспроможності та ефективності бізнесу. Перспективи таких досліджень полягають у створенні інноваційних рішень для оптимізації комерційних процесів і покращення взаємодії з клієнтами.

Список використаної літератури:

1. Щитов Д.М. Теоретичні основи електронної комерції: сутність, структура, класифікація / Д.М. Щитов, К.С. Жадько, М.Ф. Мормуль // *Ефективна економіка*. – 2024. – № 8. DOI: 10.32702/2307-2105.2024.8.16.
2. Закон України «Про електронну комерцію», від 03.09.2015, № 675-VIII [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19#Text>.
3. Uncitral. Model law on electronic commerce with guide to enactment 1996 with additional article 5 bis as adopted in 1998 / United Nations. – New York, 1999 [Electronic resource]. – Access mode : https://digitallibrary.un.org/record/286739/files/19-04970_ebook.pdf.
4. Statista – the statistics portal [Electronic resource]. – Access mode : <https://www.statista.com/markets/413/e-commerce/>.
5. The future of e-commerce: emerging technologies and innovations / Bitlyze [Electronic resource]. – Access mode : <https://www.bitlyze.com/blog/the-future-of-e-commerce--emerging-technologies-and-innovations/>.
6. Шведа Н.М. Електронна комерція: сучасний стан та стратегії розвитку / Н.М. Шведа, О.І. Краузе // Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія : Економічні науки. – 2024. – Вип. 2 (82). DOI: 10.25313/2520-2294-2024-2-9639.
7. Aguilera A. Urban mobility and the smartphone: transportation, travel behavior and public policy / A.Aguilera, V.Boutueil // Elsevier. – 2018. – 224 p.
8. Top global online marketplaces: key data and statistics / Digital Commerce 360 [Electronic resource]. – Access mode : <https://www.digitalcommerce360.com/top-online-marketplaces-data-stats>.
9. Blakyta A. E-commerce market development trends. Social and economic aspects of internet services market development / A.Blakyta, I.Vavdiichyk. – 2021. – P. 100–109 [Electronic resource]. – Access mode : https://www.researchgate.net/profile/Olena-Dovgal/publication/349624660_DIGITAL_TRANSFORMATION_OF_THE_BUSINESS_ENVIRONMENT_PROSPECTS_AND_PARADOXES/links/6038c80092851c4ed599b8ff/DIGITAL-TRANSFORMATION-OF-THE-BUSINESS-ENVIRONMENT-PROSPECTS-AND-PARADOXES.pdf#page=100.
10. Panchenko V. Digitalization as an innovative modern factor business development: prospects and threats. The development of innovations and financial technology in the digital economy: monograph / V.Panchenko, Ya.Dovhenko. – OÜ Scientific Center of Innovative Research, 2023. – P. 87–106. DOI:10.36690/DIFTDE2023-87-106.
11. Worldwide spending on digital transformation is forecast to reach almost \$4 trillion by 2027, according to new IDC spending guide / IDC: The premier global market intelligence company [Electronic resource]. – Access mode : <https://my.idc.com/getdoc.jsp?containerId=prUS52305724>.

12. Projected growth in tech sectors: blockchain and AI drive massive expansion through 2030 / Digital Information World [Electronic resource]. – Access mode : <https://www.digitalinformationworld.com/2025/01/projected-growth-in-tech-sectors.html>.
13. Олександр Лапко, RozetkaPay: У магазинах Rozetka приблизно 65% платежів здійснюються картою / Асоціація рітейлерів України [Electronic resource]. – Access mode : <https://rau.ua/novyni/oleksandr-lapko-rozetkapy/>.
14. Boughedda S. Amazon saving up to \$3B a year after introducing 6 new warehouse robots: analyst / S.Boughedda [Electronic resource]. – Access mode : <https://www.investing.com/news/stock-market-news/amazon-saving-up-to-3b-a-year-after-introducing-6-new-warehouse-robots-analyst-3845465>.
15. Zacks Equity Research. Stocks zacks-logo Walmart's (WMT) success story painted by omnichannel strength [Electronic resource]. – Access mode : <https://www.nasdaq.com/articles/walmarts-wmt-success-story-painted-by-omnichannel-strength>.
16. Alibaba takes controlling stake in Cainiao and will invest \$15 billion in global logistics / Forbes [Electronic resource]. – Access mode : <https://www.forbes.com/sites/jwebb/2017/09/28/alibaba-to-invest-15-billion-in-global-logistics-and-takes-a-controlling-stake-in-cainiao/>
17. Чуріканова О. Digital economy. challenges and prospects / О.Чуріканова, Д.Кабаченко, О.Приходченко // Herald of Khmelnytskyi National University. Economic sciences. – 2024. – Vol. 330. – № 3. – P. 218–226. DOI: 10.31891/2307-5740-2024-330-30.

References:

1. Shchytov, D.M., Zhadko, K.S. and Mormul, M.F., (2024), «Teoretychni osnovy elektronnoi komertsii: sutnist, struktura, klasyfikatsiia», *Efektivna ekonomika*, doi: 10.32702/2307-2105.2024.8.16.
2. Verkhovna Rada Ukrainy (2015), *Pro elektronnu komertsiiu, zakon Ukrainy vid 03.09.2015*, No. 675-VIII, [Online], available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19#Text>.
3. United Nations (1999), Uncitral. Model law on electronic commerce with guide to enactment 1996 with additional article 5 bis as adopted in 1998, New York, [Online], available at: https://digitallibrary.un.org/record/286739/files/19-04970_ebook.pdf
4. Statista – the statistics portal, [Online], available at: <https://www.statista.com/markets/413/e-commerce/>
5. «The future of e-commerce: emerging technologies and innovations», Bitlyze, [Online], available at: <https://www.bitlyze.com/blog/the-future-of-e-commerce--emerging-technologies-and-innovations/>
6. Shveda, N.M. and Krauze, O.I. (2024), «Elektronna komertsii: suchasnyi stan ta stratehii rozvytku», *Mizhnarodnyi naukovyi zhurnal «Internauka»*. Seria. Ekonomichni nauky, Issue 2 (82), doi: 10.25313/2520-2294-2024-2-9639.
7. Aguilera, A. and Boutueil, V., (2018), «Urban mobility and the smartphone: transportation, travel behavior and public policy», *Elsevier*.
8. «Top global online marketplaces: key data and statistics», *Digital Commerce 360*, [Online], available at: <https://www.digitalcommerce360.com/top-online-marketplaces-data-stats>.
9. Blakyt, A. and Vavdiichyk, I. (2021), «E-commerce market development trends. Social and economic aspects of internet services market development», pp. 100–109, [Online], available at: https://www.researchgate.net/profile/Olena-Dovgal/publication/349624660_DIGITAL_TRANSFORMATION_OF_THE_BUSINESS_ENVIRONMENT_PROSPECTS_AND_PARADOXES/links/6038c80092851c4ed599b8ff/DIGITAL-TRANSFORMATION-OF-THE-BUSINESS-ENVIRONMENT-PROSPECTS-AND-PARADOXES.pdf#page=100
10. Panchenko, V. and Dovhenko, Y., (2023), «Digitalization as an innovative modern factor business development: prospects and threats. The development of innovations and financial technology in the digital economy, OÜ Scientific Center of Innovative Research, pp. 87–106, doi: 10.36690/DIFTDE2023-87-106.
11. IDC: The premier global market intelligence company, «Worldwide spending on digital transformation is forecast to reach almost \$4 trillion by 2027, according to new IDC spending guide», [Online], available at: <https://my.idc.com/getdoc.jsp?containerId=prUS52305724>
12. «Projected growth in tech sectors: blockchain and AI drive massive expansion through 2030», *Digital Information World*, [Online], available at: <https://www.digitalinformationworld.com/2025/01/projected-growth-in-tech-sectors.html>
13. Asotsiatsiia riteileriv Ukrainy, «Oleksandr Lapko, RozetkaPay: U mahazynakh Rozetka pryblizno 65 % platezhiv zdiisniuiutsia kartkoiu» [Online], available at: <https://rau.ua/novyni/oleksandr-lapko-rozetkapy/>
14. Boughedda, S., «Amazon saving up to \$3B a year after introducing 6 new warehouse robots: analyst», [Online], available at: <https://www.investing.com/news/stock-market-news/amazon-saving-up-to-3b-a-year-after-introducing-6-new-warehouse-robots-analyst-3845465>
15. «Zacks Equity Research. Stocks zacks-logo Walmart's (WMT) success story painted by omnichannel strength», [Online], available at: <https://www.nasdaq.com/articles/walmarts-wmt-success-story-painted-by-omnichannel-strength>
16. «Alibaba takes controlling stake in Cainiao and will invest \$15 billion in global logistics», *Forbes*, [Online], available at: <https://www.forbes.com/sites/jwebb/2017/09/28/alibaba-to-invest-15-billion-in-global-logistics-and-takes-a-controlling-stake-in-cainiao/>
17. Churikanova, O., Kabachenko, D. and Prykhodchenko, O., (2024), «Digital economy. challenges and prospects», *Herald of Khmelnytskyi National University. Economic sciences*, Vol. 330(3), No. 218–226, doi: 10.31891/2307-5740-2024-330-30.

Похилько Світлана Василівна – кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансових технологій і підприємництва Сумського державного університету.

<https://orcid.org/0000-0001-5739-2795>.

Наукові інтереси:

- електронна комерція та ведення бізнесу онлайн;
- цифрові бізнес-моделі підприємництва;
- сталий розвиток.

Швидка Юлія Сергіївна – студентка Сумського державного університету за спеціальністю 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність».

<https://orcid.org/0009-0003-6702-2634>.

Наукові інтереси:

- цифрові технології та інновації в бізнесі;
- електронна комерція та її моделі.

Pokhylo S.V., Shvydka Y.S.

Marketplaces as the basis of e-commerce: technological potential and investment horizons

The article highlights the theoretical aspects of e-commerce as the foundation of the modern economy. The study examines the main trends in the industry's development and emphasizes its rapid growth worldwide. It analyzes the theoretical foundations of marketplaces and their role in the platform economy. An important component of the study is the analysis of the dynamics of the total value of goods sold on marketplaces and the examination of the largest marketplaces by gross profit.

In particular, special attention is paid to digital innovations and technologies that form the basis of their operations, including artificial intelligence (AI), blockchain, robotics, data analytics, Internet of Things (IoT) technologies, and cloud computing. The authors provide a detailed analysis of the role of these technologies in optimizing business processes and forecast their growth rates in the coming years. It is predicted that the demand for the implementation of digital innovations and the amount of investment in their adoption will continue to grow in the years ahead.

Special attention is given to the comparative analysis of investment volumes in digital innovations by leading marketplaces such as Rozetka, Amazon, Walmart, and Alibaba. Within the framework of the analysis, the amount of investment and the impact of technologies on business performance are determined. The article emphasizes the importance of implementing digital technologies and their positive impact on company development. The study devotes considerable attention to the advantages and disadvantages of integrating digital innovations into company operations, focusing on enhancing companies' adaptability to changing market conditions and their ability to respond quickly to customer needs, as well as challenges related to investment costs and cybersecurity.

The authors conclude that the results of this study provide a better understanding of the economic impact of digitalization on e-commerce and help identify optimal approaches for implementing cutting-edge technologies in the operations of marketplaces.

Keywords: digital technologies; e-commerce; digitalisation; marketplaces; digital innovations; investments.

Стаття надійшла до редакції 07.04.2025.