

**Аналіз факторів взаємодії між ринками поштового зв'язку та електронної торгівлі та їх впливу на стан та розвиток ринків**

**Губін Юрій Юрійович**



аспірант кафедри Міжнародних економічних відносин, бізнесу та туризму  
Державне некомерційне підприємство «Державний університет «Київський авіаційний інститут», просп. Гузара Любомира, 1, м. Київ, 03058, Україна,  
<https://orcid.org/0009-0002-9611-9956>

**Висоцька Марина Петрівна**

кандидат економічних наук, доцент, професор кафедри міжнародних економічних відносин, бізнесу та туризму, Державне некомерційне підприємство «Державний університет «Київський авіаційний інститут», просп. Гузара Любомира, 1, м. Київ, 03058, Україна,  
<https://orcid.org/0000-0003-4076-7823>

**Прийнято: 19.11.2024 | Опубліковано: 29.11.2024**

*Анотація:* Визначено, що основною тенденцією розвитку ринків поштового зв'язку та електронної комерції є їхній тісний взаємозв'язок і взаємний вплив. Така взаємодія формує замкнений цикл взаємного підсилення та сприяє динамічному розвитку обох ринків. У статті проаналізовано фактори взаємодії між ринками поштового зв'язку та електронної торгівлі, що впливають на їх стан та розвиток. На основі зібраних даних виявлено ключові драйвери зростання електронної торгівлі, а також фактори, які сприяють чи перешкоджають ефективній взаємодії між зазначеними



ринками. Результати дослідження дозволяють виділити основні напрямки оптимізації роботи поштових операторів у контексті зростання обсягів електронної комерції. Запропоновані рекомендації щодо покращення взаємодії між ринками електронної комерції та поштового зв'язку сприятимуть розвитку цих ринків, підвищенню якості обслуговування споживачів і зростанню конкурентоспроможності інтегрованих ринків у глобальному середовищі.

**Ключові слова:** глобалізація ринку, фактори впливу, взаємодія ринків поштового зв'язку та електронної комерції, конкурентоспроможність.

### **Crowdsourcing as a tool for implementing open innovation strategy**


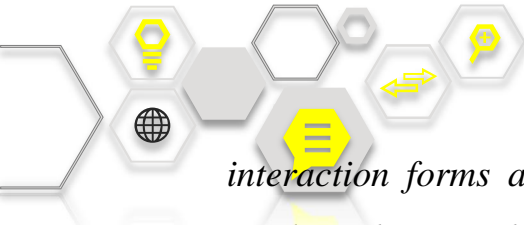
#### **Gubin Yuriy**

Postgraduate student of the Department of International Economic Relations, Business and Tourism State Non-Profit Enterprise "State University "Kyiv Aviation Institute", 1, Liubomyr Huzar Avenue, Kyiv, 03058, Ukraine, <https://orcid.org/0009-0002-9611-9956>

#### **Vysotska Maryna**

PhD in Economics, Associate Professor, Professor of the Department of International Economic Relations, Business and Tourism, State Non-Profit Enterprise "State University "Kyiv Aviation Institute", 1, Liubomyr Huzar Avenue, Kyiv, 03058, Ukraine, <https://orcid.org/0000-0003-4076-7823>

**Abstract.** *It is determined that the primary trend in the development of the postal and e-commerce markets is their close relationship and mutual influence. The developed postal infrastructure creates a reliable basis for the growth of e-commerce, ensuring efficient delivery of goods to consumers. In turn, the rapid development of e-commerce is a powerful incentive to modernize the postal industry, introduce innovative solutions, and expand the range of logistics services. This*



*interaction forms a vicious cycle of mutual reinforcement, contributing to both markets' dynamic development. The article analyzes the interaction factors between the postal and e-commerce markets that affect their status and development. The key factors of interaction between these markets are identified as follows: economic, technological, regulatory, and behavioral. These interaction factors form the basis for developing integrated postal and e-commerce markets, contributing to their mutual growth and competitiveness. The analysis showed that the key barriers to interaction between the markets are uneven infrastructure development, differences in customs regulations, a lack of innovative technologies, and high costs of logistics operations.*

*Analyzing these factors allowed us to identify the key aspects that determine the effectiveness of interaction between the postal and e-commerce markets and identify areas for further development.*

*Our proposed ways of developing interaction will help strengthen both markets' competitiveness and mutual growth.*

*We have identified the challenges that slow down their development and reduce efficiency, and the main problems related to infrastructure, regulation, technology, economy, and consumer expectations.*

*The study's results allow us to outline opportunities for optimizing postal operators' work in the context of e-commerce growth. The proposed recommendations for improving the interaction between the e-commerce and postal markets will contribute to the development of these markets, improve the quality of customer service, and increase companies' competitiveness in the global market.*

**Keywords:** *market globalization, factors of influence, interaction of postal and e-commerce markets, competitiveness.*

**Постановка проблеми.** Глобалізація ринку електронної комерції створює безпрецедентні можливості для розвитку міжнародної торгівлі, але одночасно ставить значні виклики перед існуючими моделями поштової логістики. Спостерігається тенденція зростання обсягу світового ринку



електронної комерції та збільшення питомої ваги онлайн продажів у глобальній роздрібній торгівлі товарами [1]. Розширення ринку супроводжується збільшенням міжнародних відправлень [2]. Сучасна модель міжнародного ринку поштових послуг не здатна повною мірою забезпечити швидкість, надійність і економічну ефективність, які потребує сучасний споживач. Основні проблеми включають тривалі митні процедури, відсутність єдиних стандартів обробки відправлень, високі витрати на транскордонну доставку та обмежену інфраструктуру в багатьох регіонах світу. Такі виклики значно ускладнюють функціонування глобальних ланцюгів постачання [3].

У той час як електронна комерція продовжує зростати, її розвиток гальмується через неефективність поштової логістики на міжнародному рівні. Ця проблема вимагає комплексного підходу до аналізу взаємодії між ринками поштового зв'язку та електронної торгівлі, оскільки саме від їхньої гармонійної співпраці залежить подальший розвиток глобального ринку.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Ринок послуг поштового зв'язку досліджували науковці Горбаль Н. [11], Кушнір О., Ніколаєнко І., Озеров І. Аспектам розвитку електронної комерції присвятили свої наукові дослідження Балабанов І., Береза А., Буй Т. [13], Воробйова В. [10], Грязіна А., Дмитрієва Н., Засенко О. [12], Клімченя Л., Кобелев О., Крупський О., Маловичко С., Плєскач В., Олексієнко І., Шевчик О., Яценко О [4]. та інші. Ці обидві сфери взаємопов'язані та відіграють важливу роль у сучасній економіці, тому актуальним питанням є дослідження їхнього взаємовпливу, зокрема визначення факторів взаємодії між ринками поштового зв'язку та електронної торгівлі та їх впливу на стан та розвиток бізнес середовища.

**Формулювання цілей статті (постановка завдання).** Мета даного дослідження полягає у визначенні ключових факторів взаємодії між ринками поштового зв'язку та електронної торгівлі. Поштові оператори все частіше виступають не лише як перевізники, а як інтегровані логістичні партнери, які забезпечують повний цикл обслуговування електронної комерції — від зберігання товарів до їхньої доставки кінцевому споживачеві. Аналіз факторів

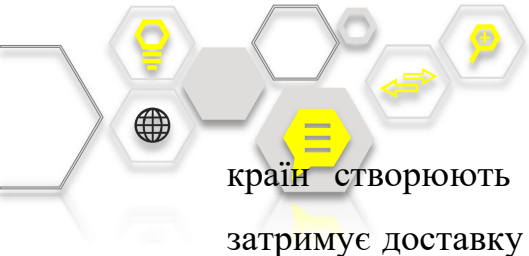


взаємодії між ринками поштового зв'язку та електронної торгівлі дозволить глибше зрозуміти механізми їх взаємного впливу та визначити напрямки розвитку.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Прогнозований обсяг електронної комерції у 2025 році перевищить 7 трлн. доларів, а частка онлайн-продажів у глобальній роздрібній торгівлі становить на сьогодні понад 20%, і ці показники зростають. Сучасний стан ринку поштового зв'язку та електронної торгівлі характеризується значними змінами, що викликані процесами цифровізації та глобалізації. Найбільш активними регіонами залишаються Північна Америка, Європа та Азія, які разом формують понад 80% глобального ринку [1, 2].

Традиційні поштові послуги поступово втрачають актуальність через зниження обсягів паперової кореспонденції. Водночас зростає попит на логістичні послуги для доставки товарів, придбаних онлайн [3]. Проте, в останні роки темпи зростання обсягів поштової логістики відставали від темпів зростання електронної комерції. Зокрема, в той час як електронна комерція демонструвала середньорічний темп зростання понад 15% [1], потужності поштової логістики збільшувалися лише на 8-10%, що спричинило зростання навантаження на існуючу інфраструктуру[4, 5].

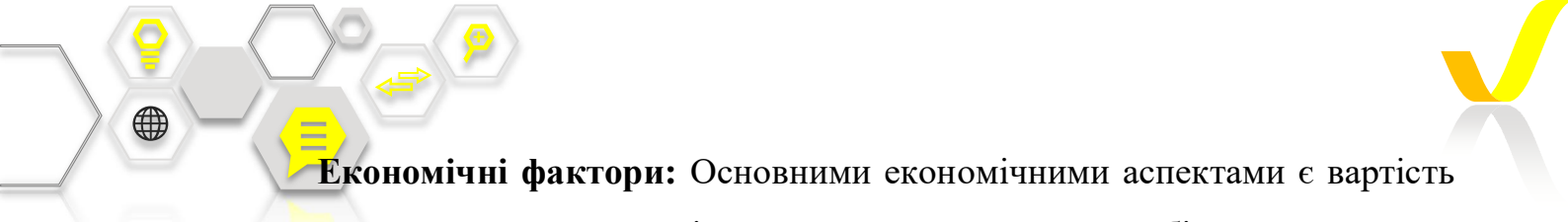
Інфраструктурні виклики, такі як нерівномірний розвиток логістичних потужностей у різних країнах і високі витрати на міжнародну доставку, що часто перевищують вартість самого товару [6], значно впливають на розвиток ринку. Крім того, у багатьох країнах відсутня сучасна інфраструктура для автоматизації логістичних процесів, що збільшує час обробки та доставки товарів. Це призводить до дисбалансу між попитом на поштові послуги та можливостями логістичних операторів. Наприклад, у країнах із розвинутою інфраструктурою, таких як Німеччина або США, швидкість доставки значно вища порівняно з країнами, що розвиваються. Крім того, транскордонні перевезення часто ускладнюються через відсутність гармонізованих митних процедур та регулювання. Значні відмінності у митному законодавстві різних



країн створюють додаткові перешкоди для оформлення документів, що затримує доставку та збільшує її вартість. Наприклад, складність верифікації митних декларацій або необхідність подання додаткових сертифікатів у різних регіонах призводять до затримок на кілька днів або навіть тижнів. Усе це підкреслює важливість гармонізації митних правил для спрощення транскордонної логістики та підвищення її ефективності. Забезпечення рівномірного розвитку інфраструктури та впровадження міжнародних стандартів може стати ключовим фактором підвищення ефективності ринку поштової логістики. Важливу роль у цьому відіграє Всесвітній поштовий союз (ВПС), який забезпечує платформу для координації зусиль між країнами. Через свої ініціативи, такі як розробка універсальних стандартів та рекомендацій для операцій транскордонної логістики, ВПС здатен сприяти усуненню бар'єрів у митному оформленні, оптимізації ланцюгів постачання та впровадженню інноваційних рішень. Крім того, ВПС може виступати посередником для узгодження різних регуляторних підходів, створюючи гармонізоване середовище для розвитку глобальної поштової логістики.

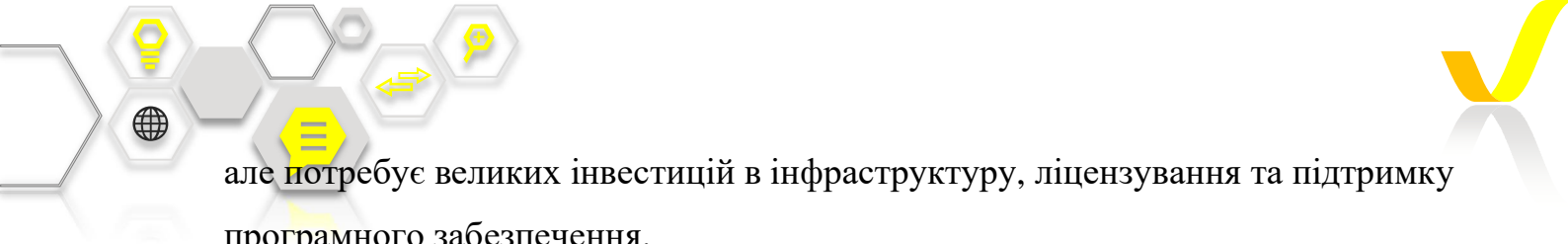
Використання новітніх технологій, зокрема систем трекінгу відправлень і штучного інтелекту для оптимізації логістичних процесів, дозволяє знижувати ці витрати та підвищувати ефективність [5]. Інтеграція цих інновацій особливо важлива в контексті глобальних ланцюгів постачання, які стають дедалі складнішими через зростання попиту. Технології допомагають автоматизувати процеси, мінімізувати можливість негативного впливу людського фактору і підвищувати прозорість операцій. Ці тенденції визначають напрямки подальшого розвитку ринків і підкреслюють необхідність підвищення ефективності їхньої взаємодії для задоволення потреб сучасних споживачів.

Ключові фактори взаємодії між ринками поштового зв'язку та електронної торгівлі можна визначити на екзогенні та ендогенні. Екзогенні поділяються на економічні, технологічні, регуляторні та поведінкові.



**Економічні фактори:** Основними економічними аспектами є вартість послуг доставки та їх доступність для малого та середнього бізнесу. Зростання попиту на швидку та недорогу доставку спричиняє загострення конкуренції серед операторів поштового зв'язку. Водночас витрати на транскордонну доставку залишаються високими, що часто робить послуги недоступними для малого бізнесу [1, 5]. Загальна вартість доставки формується з декількох ключових складових: транспортних витрат, митних зборів, страхування вантажів, обробки замовлень на складах, а також витрат на «останню милю». Транспортні витрати можуть складати до 50% загальної вартості, особливо для авіап перевезень. «Остання миля» займає близько 28% витрат і є ресурсоемним етапом доставки. Крім того, митні збори та страхування додають 10-15%, що особливо критично для транскордонних перевезень у регіонах із низьким рівнем стандартизації [7]. Наприклад, середня вартість одного транскордонного відправлення в Європі становить близько 10-15 євро, що часто перевищує вартість самого товару, особливо для дрібних підприємств [8]. У США, за даними McKinsey, логістичні витрати складають понад 8% ВВП, що також обмежує доступність послуг для малого бізнесу [7].

**Технологічні фактори:** технологічні інновації сприяють підвищенню ефективності доставки, але вимагають значних початкових та поточних операційних витрат, що може стати викликом для підприємств. Інновації, такі як автоматизація складів, використання штучного інтелекту для прогнозування попиту та трекінг систем, значно покращують взаємодію між ринками поштової логістики та електронної комерції, а також якість послуг що отримує кінцевий споживач. Наприклад, ритейлер Amazon активно використовує роботів для автоматизації своїх складів, що дозволяє скоротити час виконання замовлень на 50% [1, 2]. Проте впровадження таких інновацій супроводжується значними витратами на їх розробку, встановлення та обслуговування. Так, автоматизовані склади можуть коштувати компанії до 15 мільйонів доларів на кожен об'єкт, в залежності від рівня інтеграції роботів. Впровадження дронів для доставки зменшує витрати на «останню милю» [8],



але потребує великих інвестицій в інфраструктуру, ліцензування та підтримку програмного забезпечення.

**Регуляторні фактори:** Міжнародна торгівля ускладнюється різницею в митних процедурах та стандартах різних країн. Гармонізація регуляторних вимог через платформи, такі як Всесвітній поштовий союз, може значно спростити транскордонні операції та скоротити затримки [10]. Наприклад, країни ЄС запровадили єдину систему митного оформлення ICS2, що дозволяє скоротити час обробки транскордонних відправлень на 15% [3]. У той же час, в країнах Африки через відсутність гармонізованих правил середній час оформлення відправлень може становити 10 днів [7].

**Поведінкові фактори:** Очікування споживачів щодо швидкості, точності та прозорості процесу доставки формують нові вимоги до логістичних операторів. Споживачі також прагнуть до екологічних рішень, таких як зменшення використання пластику в упаковці та компенсація вуглецевого сліду. Так, в США понад 70% покупців очікують отримати товар протягом двох днів [9]. У той же час, навіть на рівні однієї країни організація швидкої доставки є складним завданням через географічну розгалуженість і нерівномірний інфраструктурний розвиток. На міжнародному рівні це завдання стає ще складнішим. Різниця у регулюванні, митних процедурах, стандартах логістики та технічних можливостях між країнами ускладнює цей процес. А згідно з опитуванням PwC, понад 60% споживачів готові платити більше за екологічну упаковку, а 40% вважають важливим зниження вуглецевого сліду логістики [8].

Ці фактори визначають сучасні виклики та можливості для ринків, створюючи необхідність їхньої тісної взаємодії для забезпечення розвитку.

До ендогенних факторів, що зосереджені на внутрішніх процесах і здатності компаній адаптуватися до зовнішніх викликів через інновації, оптимізацію та ефективне управління, відносяться:

- Інфраструктурні: розвиток внутрішньої логістичної інфраструктури, поштових хабів, складів, систем автоматизованого



відстеження відправлень та інтеграція з платформами електронної комерції забезпечує ефективність і швидкість доставки.

– Фактори конкуренції: зростаюча конкуренція між операторами поштового зв'язку та компаніями електронної комерції стимулює постійне вдосконалення послуг і створення нових бізнес-моделей, для залучення більшої кількості споживачів.

– Організаційні: внутрішні процеси управління компаніями, зокрема, у сфері поштових послуг та електронної комерції (ефективність управління, скорочення витрат, підвищення продуктивності персоналу), здійснюють суттєвий вплив на розвиток обох ринків.

– Інвестиційні: рівень інвестицій, що спрямовані на впровадження інновацій та розвиток технологій, інфраструктури, а також доступ до фінансування для малого та середнього бізнесу, має важливе значення для розширення ринку.

Зазначимо, що електронна торгівля відіграє важливу роль у розвитку сучасного ринку поштової логістики. За останні роки вона створила значний попит на швидкі, надійні та доступні послуги доставки, що значно вплинуло на структуру і функціонування логістичних систем. Наприклад, за даними Statista, обсяги відправлень, пов'язаних із електронною торгівлею, становлять понад 60% від загальної кількості доставок у світі [3].

До появи електронної торгівлі ринок поштової логістики знаходився у стані стагнації. Обсяги паперової кореспонденції поступово знижувалися, а оператори не інвестували значні кошти в оновлення інфраструктури. Зростання електронної торгівлі стимулювало не лише попит на поштові послуги, а й масштабні інвестиції у логістичну систему, включаючи впровадження новітніх технологій і розширення сервісів доставки.

Пандемія COVID-19 значно прискорила перехід великих компаній до онлайн-торгівлі що, у свою чергу, сприяло стрімкому зростанню електронної комерції. Широке впровадження штучного інтелекту та новітніх цифрових



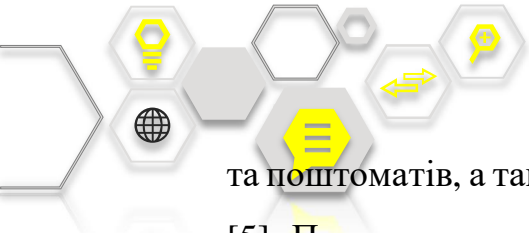
технологій дало змогу компаніям пропонувати більш персоналізовані продукти й послуги, а також спростило процеси обробки замовлень. [10].

Сучасна електронна комерція характеризується високим рівнем глобалізації. Логістичні системи стали більш гнучкими, що забезпечило пришвидшене постачання товарів у різні куточки світу. Відтак компанії були змушені перейти до цифрових форматів ведення бізнесу, щоб зберегти конкурентоспроможність у нових умовах.

У випадку синхронізації темпів розвитку електронної торгівлі та поштової логістики можливості для обох ринків можуть стати практично безмежними. Аналітики зазначають, що розвиток цього сегмента супроводжується модернізацією інфраструктури та впровадженням новітніх технологій, що відповідають зростаючим потребам споживачів [2].

Інтеграція логістики з платформами електронної комерції є важливим аспектом сучасного ринку. Такі платформи, як Amazon, Alibaba та Shopify, активно співпрацюють з логістичними компаніями для створення ефективних рішень доставки. Наприклад, Amazon інвестує у власну логістичну мережу, включаючи склади та транспорт, що дозволяє забезпечувати швидку доставку в багатьох регіонах світу. Alibaba, через платформу Cainiao розвиває транскордонну логістику, інтегруючи місцевих перевізників для зменшення витрат і скорочення часу доставки. Shopify, орієнтуючись на малий і середній бізнес, пропонує інтеграцію з різними логістичними провайдерами для покращення доставки до споживачів. Така співпраця не лише оптимізує логістичні процеси, але й сприяє підвищенню задоволеності клієнтів та зростанню обсягів електронної торгівлі. Розвиток інфраструктури, автоматизація процесів, та гармонізація міжнародних стандартів дозволять забезпечити ефективну взаємодію між ринками, що підвищить конкурентоспроможність поштових операторів і сприятиме подальшому зростанню електронної торгівлі.

В Україні ринок послуг доставки також зазнає змін під впливом електронної комерції: спостерігається зростання кількості поштових відділень



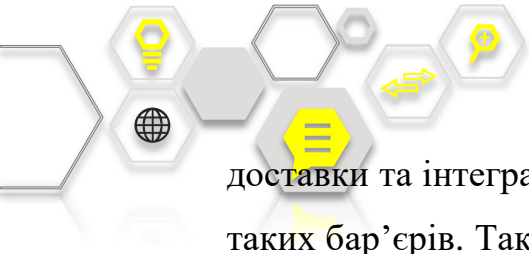
та поштоматів, а також збільшення обсягу міжнародних поштових відправлень [5]. Проте, у деяких регіонах час доставки може перевищувати тиждень, що неприйнятно для сучасного споживача. Висока вартість транскордонної доставки також є стримуючим фактором, особливо для малого та середнього бізнесу, який не може конкурувати з великими корпораціями.

Модернізація поштових мереж в Україні є критичним чинником для подальшого розвитку. Провідний поштово-логістичний оператор Нова Пошта впроваджує автоматизацію у своїх сортувальних центрах, що дозволяє скоротити час обробки на 30%.

Взаємодія ринків електронної торгівлі та поштового зв'язку стикається з численними викликами, які уповільнюють їхній розвиток та знижують ефективність. Основні проблеми стосуються інфраструктури, регулювання, технологій, економіки та споживчих очікувань.

**Інфраструктурні бар'єри:** нерівномірний розвиток логістичної інфраструктури залишається однією з ключових перешкод. У країнах із розвинутою інфраструктурою, таких як Німеччина, швидкість доставки значно вища порівняно з країнами, що розвиваються. Наприклад, як зазначається у [6], відсутність інвестицій у модернізацію логістичних центрів в Україні уповільнює обробку міжнародних відправлень, особливо в регіонах. Збільшення обсягів електронної комерції висуває перед операторами нові вимоги щодо розширення логістичної інфраструктури. Міжнародний огляд, представлений у [7], показує, що навіть у розвинених країнах, таких як США, вартість логістичних витрат складає понад 8% ВВП, що підкреслює глобальну потребу в інвестиціях у логістику. У доповіді World Bank [3] також наголошується на тому, що країни з низьким рівнем розвитку логістичної інфраструктури стикаються зі значними бар'єрами для залучення інвестицій через високі ризики та слабку нормативно-правову базу.

**Регуляторні бар'єри:** транскордонна торгівля стикається з різницею у митних процедурах та стандартах в різних країнах. Міжнародні ініціативи, такі як програма Всесвітнього поштового союзу щодо гармонізації стандартів

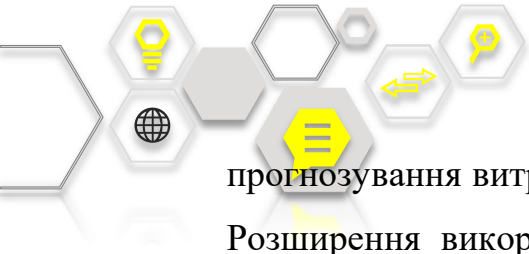


доставки та інтеграції цифрових митних платформ, спрямовані на зменшення таких бар'єрів. Також ініціатива Міжнародної Митної Організації передбачає впровадження єдиної електронної системи для обробки вантажів, яка дозволить автоматизувати більшість процедур та скоротити час оформлення до декількох годин [3, 7].

**Технологічні бар'єри:** хоча технології активно впроваджуються в логістиці, багато операторів у країнах, що розвиваються, не мають доступу до сучасних рішень, таких як трекінг-системи чи автоматизовані склади. Автоматизація може скоротити витрати на логістичні операції до 30%, однак початкові інвестиції у такі системи є значними і часто перевищують можливості малих операторів. Впровадження інновацій, таких як дрони для доставки та інтегровані трекінг-системи, значно підвищує ефективність, але вимагає координації між поштовими операторами та електронними платформами. Нестача технічної інтеграції між країнами ускладнює транскордонну логістику, створюючи бар'єри для швидкої обробки відправлень. Країни з високим рівнем технологічного розвитку, такі як Японія або Південна Корея, демонструють зразкові практики впровадження автоматизації, що дозволяє скоротити час доставки.

**Економічні бар'єри:** висока вартість доставки часто робить транскордонну торгівлю не вигідною. Зменшення витрат можливе через впровадження нових технологій, таких як автономні транспортні засоби та дрони, які можуть скоротити витрати на 15–20%. Крім того, впровадження цифрових платформ для оптимізації логістичних процесів (наприклад, систем управління ланцюгами постачання або розумних складських рішень) дозволяє зменшити кількість посередників, скоротити час доставки та уникнути дублювання витрат. Це особливо актуально для малого та середнього бізнесу, який обмежений у фінансових і кадрових ресурсах, але прагне виходу на міжнародні ринки.

До економічних бар'єрів можна віднести і нестабільність валютних курсів та високі банківські комісії за міжнародні транзакції, що ускладнює



прогнозування витрат і формування конкурентоспроможної цінової політики. Розширення використання фінтех-рішень, зокрема блокчейн-технологій та цифрових валют центральних банків (CBDC), може забезпечити більшу прозорість, знизити комісійні витрати та прискорити транскордонні платежі.

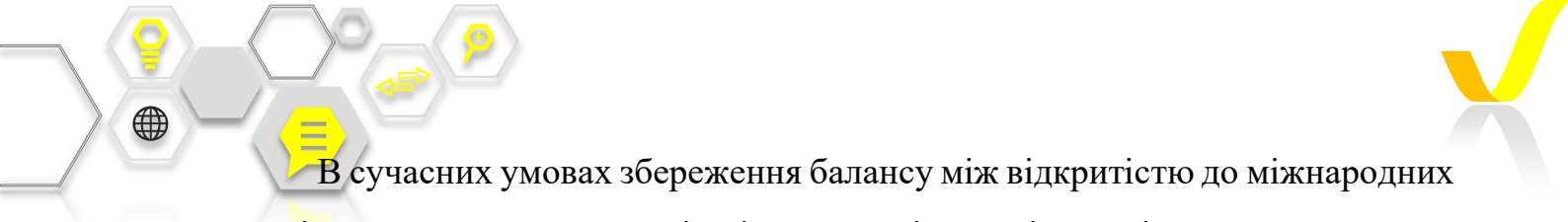
Загалом, подолання економічних бар'єрів у транскордонній торгівлі потребує комплексного підходу: поєднання інноваційних технологій, цифровізації бізнес-процесів, модернізації інфраструктури та сприятливого регуляторного середовища.

Для забезпечення ефективної взаємодії між ринками поштового зв'язку та електронної торгівлі, а також стимулювання їхнього розвитку, необхідно впровадити кілька ключових ініціатив.

На міжнародному рівні Всесвітній поштовий союз має відігравати ключову роль у стандартизації процесів. ВПС може розробити універсальні стандарти для транскордонної логістики, що дозволить національним операторам ефективніше співпрацювати. Гармонізація митних процедур і створення спільних цифрових платформ значно знижують витрати та прискорюють транскордонну доставку. Важливим кроком є впровадження єдиної цифрової платформи для відстеження відправлень у реальному часі, що знизить кількість помилок і прискорить доставку.

Іншим важливим аспектом є підтримка національних ринків через регулювання впливу глобальних інтернет-платформ. Великі міжнародні платформи, такі як Amazon, Alibaba домінують на ринку електронної комерції, що може призводити до витіснення місцевих компаній, зниження прибутковості малого бізнесу та зменшення податкових надходжень до державного бюджету. З метою захисту національного бізнесу країни дедалі частіше впроваджують фіскальні механізми, квоти на присутність місцевих товарів у маркетплейсах та ін.

Також важливим напрямом є розвиток національних альтернатив глобальним платформам, зокрема підтримка стартапів, які працюють у сфері електронної торгівлі, фінтеху та логістики.



В сучасних умовах збереження балансу між відкритістю до міжнародних ринків та захистом внутрішніх економічних інтересів стає ключовим завданням для урядів країн з перехідною економікою. [13].

Створення глобальних сортувальних хабів є ще однією перспективною ініціативою. Побудова таких хабів у ключових регіонах світу, як-от Європа, Азія та Північна Америка, з використанням автоматизованих технологій сортування дозволить ефективно перерозподіляти потоки між країнами. Автоматизація процесів у таких хабах може скоротити витрати на сортування на 25% та підвищити швидкість обробки відправлень до 40%. Крім того, згідно з аналізом, створення глобальних сортувальних центрів дозволяє покращити інтеграцію з магістральними маршрутами, знижуючи вартість доставки на транскордонних напрямках. Інтеграція цих хабів у глобальні логістичні мережі оптимізує магістральні маршрути та забезпечує більш передбачувану логістику навіть у регіонах із обмеженою інфраструктурою.

Важливою ініціативою для розвитку ринків є уніфікація тари та стандартів пакування. Використання стандартних розмірів та матеріалів для упаковки може суттєво знизити логістичні витрати та підвищити ефективність обробки вантажів. Уніфікація дозволяє не лише скоротити витрати, а й підвищити ефективність у міжнародних перевезеннях. Для досягнення цього важливим є співробітництво між логістичними операторами, Всесвітнім поштовим союзом та глобальними інтернет-платформами. ВПС може сприяти впровадженню універсальних стандартів тари, що дозволить забезпечити сумісність між різними системами транспортування та сортування. Глобальні інтернет-платформи можуть зіграти ключову роль у впровадженні цих стандартів через свої масштабні мережі та інфраструктурні можливості. Така співпраця забезпечить прозорість, зменшення витрат та підвищення швидкості обробки вантажів на глобальному рівні. Крім того, впровадження таких стандартів сприятиме прозорості процесів і підвищенню співпраці між національними та міжнародними операторами.



Загалом, оптимізація взаємодії між ринками потребує тісної співпраці між регуляторами, бізнесом і міжнародними організаціями. Ці заходи забезпечать сталий розвиток, зменшать бар'єри у транскордонній торгівлі та підвищать ефективність взаємодії ринків поштового зв'язку та електронної торгівлі.

Покращення взаємодії задля стимулювання їх спільного розвитку має бути спрямовано на:

Інтеграцію цифрових систем:

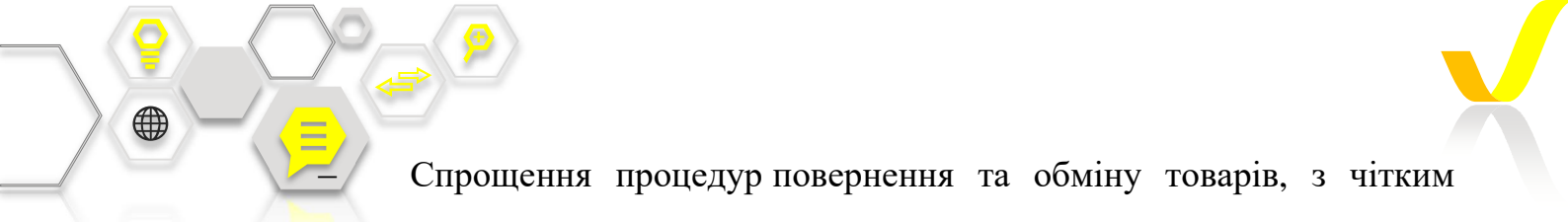
- Розробка єдиних ІТ-рішень (Information Technology Solutions) для синхронізації процесів замовлення, оплати, обробки та доставки товарів.
- Створення спільних API (Application Programming Interface) між платформами електронної комерції та операторами поштового зв'язку.
- Впровадження систем відстеження відправлень у реальному часі, доступних безпосередньо з інтерфейсу інтернет-магазину.

Оптимізацію логістики та доставки:

- Створення розподільчих хабів біля великих логістичних центрів e-commerce.
- Використання автоматизованих поштоматів, які дозволяють пришвидшити доставку й зменшити навантаження на традиційні поштові відділення.
- Проведення аналітичних розрахунків з метою прогнозування попиту та оптимізації маршрутів доставки.
- Уніфікацію тари та пакування для спрощення обробки, транспортування й зменшення витрат на логістику.

Покращення обслуговування клієнтів:

- Забезпечення єдиної гарячої лінії або онлайн-чату для вирішення питань як з боку магазину, так і поштового оператора.
- Надання гарантійних термінів доставки з компенсацією за порушення термінів.



Спрощення процедур повернення та обміну товарів, з чітким розподілом відповідальності між e-commerce і поштовими службами.

Спільну маркетингову політику:

- Проведення ко-бренданих рекламних кампаній: знижки на доставку від певної суми покупки, промоакції з подарунковою доставкою тощо.
- Запровадження лояльності для постійних клієнтів – бонуси за часті замовлення з доставкою поштою.
- Впровадження інтегрованих сервісів у мобільних додатках, що об'єднують функції покупок і відстеження доставки.

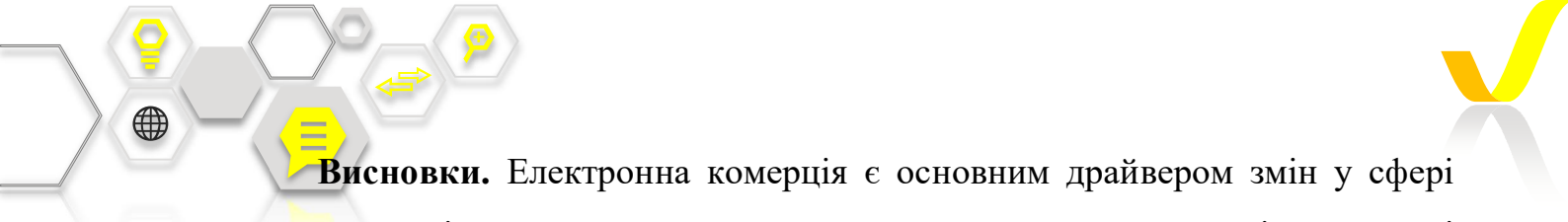
Удосконалення нормативно-правового регулювання:

- Встановлення єдиних стандартів для обміну даними між ринками (безпека, конфіденційність).
- Державна підтримка спільних проєктів e-commerce та поштових операторів у вигляді пільг або грантів на цифрову трансформацію.
- Актуалізація митних процедур для міжнародних замовлень, включно зі спрощенням оформлення малогабаритних товарів.

Кадрову та освітню взаємодію:

- Проведення спільних тренінгів для працівників електронної комерції та поштових служб.
- Підготовка мультифункціональних фахівців, які розуміють специфіку обох ринків.
- Створення інкубаторів інновацій для розробки нових послуг на перетині поштових і цифрових технологій.

Таким чином, покращення взаємодії між цими ринками сприятиме **стабільному розвитку обох секторів**, підвищенню якості обслуговування споживачів і забезпеченню більш високої конкурентоспроможності на глобальному ринку.



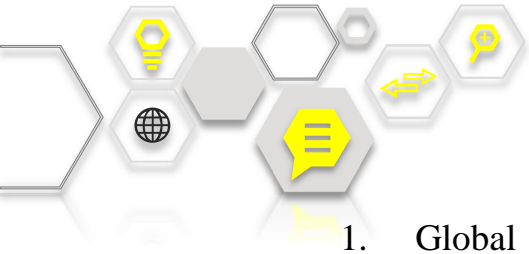
**Висновки.** Електронна комерція є основним драйвером змін у сфері поштової логістики та одночасно створює виклики для галузі. Розвинуті поштові послуги, у свою чергу, чинять значний вплив на розвиток електронної комерції, створюючи ефективну інфраструктуру для доставки товарів, що значно підвищує швидкість і надійність доставки.

Визначено екзогенні та ендогенні фактори, які безпосередньо впливають на ефективність виконання онлайн-замовлень, формування довіри споживачів до електронної торгівлі та загальну конкурентоспроможність учасників ринку. Їхнє врахування є критично важливим для розробки стратегій розвитку як поштових операторів, так і електронних платформ.

Аналіз показав, що ключові бар'єри взаємодії між ринками — це нерівномірний розвиток інфраструктури, розбіжності у митному регулюванні, недостатність інноваційних технологій, високі витрати на логістичні операції та нестабільність курсів валют.

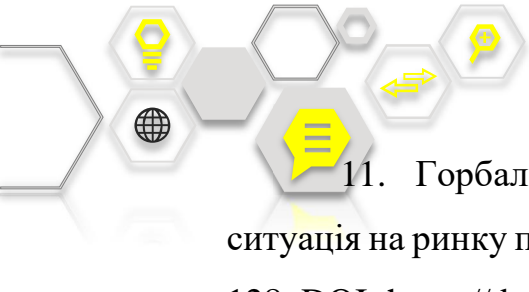
Інтеграція цифрових систем, оптимізація логістичних процесів і доставки, покращення обслуговування клієнтів, узгоджена маркетингова політика, удосконалення нормативно-правового регулювання, а також налагодження кадрової та освітньої взаємодії між учасниками ринку здатні суттєво підвищити ефективність поштової логістики в умовах стрімкого розвитку електронної комерції. Комплексне впровадження зазначених заходів сприятиме створенню єдиного, адаптивного та конкурентоспроможного середовища, що відповідатиме сучасним викликам та посприє розвитку ринків поштового зв'язку й електронної торгівлі.

Таким чином, покращення взаємодії між цими ринками сприятиме стабільному розвитку обох секторів, покращенню якості обслуговування споживачів і підвищенню конкурентоспроможності національних поштових операторів та учасників електронної торгівлі в умовах глобального середовища.



## Список використаних джерел

1. Global E-commerce Forecast 2023. eMarketer. URL: <https://www.emarketer.com/content/global-retail-ecommerce-forecast-2023>.
2. E-commerce logistics - statistics & facts. Statista. URL: <https://www.statista.com/topics/11962/e-commerce-logistics/>.
3. Logistics Performance Index 2022. World Bank. URL: <https://lpi.worldbank.org/>.
4. Яценко О. М., Грязіна А. С., Шевчик О. О. Електронна комерція як елемент глобальної торговельної системи. *Актуальні проблеми економіки*. 2019. №8 (218). С. 4-15. URL: [https://eco-science.net/archive/2019/APE-08-2019/8.19\\_topic\\_Yatsenko%20O.pdf](https://eco-science.net/archive/2019/APE-08-2019/8.19_topic_Yatsenko%20O.pdf).
5. Кушнір О., Кріль О. (). Дослідження конкурентного середовища операторів поштового зв'язку. *Економіка та суспільство*. 2021. № 32. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-32-38>.
6. Ніколаєнко І. В., Малюкова В. О. Поштові оператори та електронна комерція в Україні. *SWorldJournal*. 2019. Issue № 2. Part 1. pp. 36–40. URI: <https://er.nau.edu.ua/handle/NAU/57542>.
7. Driving the future of transport. McKinsey & Company. URL: <https://www.mckinsey.com/industries/infrastructure/our-insights/digital-and-analytics>.
8. We unite expertise and tech so you can outthink, outpace and outperform. PwC. URL: <https://www.pwc.com/gx/en.html>.
9. E-Commerce Evolution. DHL. URL: <https://www.dhl.com/us-en/home/innovation-in-logistics/logistics-trend-radar/e-comm-evolution.html>.
10. Воробйова В., Крупський О., Аналіз електронної комерції як драйвера глобалізації: можливості для бізнесу та ризику. *Challenges and Issues of Modern Science*, 2024. No.3 URL: [https://www.researchgate.net/publication/386114595\\_Analiz\\_elektronnoi\\_komerci\\_i\\_ak\\_drajvera\\_globalizacii\\_mozlivosti\\_dla\\_biznesu\\_ta\\_riziki](https://www.researchgate.net/publication/386114595_Analiz_elektronnoi_komerci_i_ak_drajvera_globalizacii_mozlivosti_dla_biznesu_ta_riziki).



11. Горбаль Н. І., Шаровський Я. О., Ярошенко В. В. Конкурентна ситуація на ринку поштового зв'язку України. *Бізнес Інформ*. 2019. №5. С. 123-128. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2019-5-123-128>.

12. Засенко О. Ю. Передумови та перспективи інтеграції України у світовий ринок електронної комерції. *Причорноморські економічні студії*. 2017. Вип. 20. С. 5-9. URL: [http://bses.in.ua/journals/2017/20\\_2017/3.pdf](http://bses.in.ua/journals/2017/20_2017/3.pdf).

13. Буй Т. Г., Гаврилів І. Я. Розвиток електронної комерції як інструмент підвищення конкурентоспроможності українських компаній. *Наукові записки НаУКМА: Економічні науки*. 2015. Т. 172 С. 8-14. URL: <https://ekmair.ukma.edu.ua/handle/123456789/6785>.

14. Кліщук Л. «Укрпошта» піднялася на 33-є місце у світ серед поштових операторів. *Онлайн-видання «На часі»*. URL: <https://nachasi.com/news/2018/05/31/ukrposhta-pidnyalasya/>.

15. Нікітенко К.С. Роль електронної торгівлі в підвищенні якості взаємодії держави, бізнесу та суспільства. *Економіка та суспільство*. 2021. Вип. 24. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-24-17>.