

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-42-15>

УДК: 658.8

РОЗВИТОК ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В УКРАЇНІ ТА ЄС

DEVELOPMENT OF ELECTRONIC COMMERCE IN UKRAINE AND THE EU

Березовська Людмила Олексіївнакандидат економічних наук, доцент,
Національний університет біоресурсів і природокористування України
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2782-032X>**Кириченко Анастасія Володимирівна**кандидат економічних наук, доцент,
Національний університет біоресурсів і природокористування України
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5647-7698>**Berezovska Lyudmyla, Kyrychenko Anastasiia**
National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine

У статті проаналізовано розвиток сфери електронної комерції в Україні та ЄС. Розглянуто теоретичні аспекти електронної комерції, її види, законодавче забезпечення в Україні та ЄС. Визначено особливості сегменту B2G та його найбільшої складової – публічних закупівель. Проаналізовано законодавство України щодо публічних закупівель та наведено його недоліки. Проведено оцінку використання Інтернету та електронної торгівлі протягом останніх п'яти років в Україні та ЄС, а також динаміки розвитку сектору електронної комерції в Європейському Союзі. Окреслено вплив військової агресії Росії на розвиток вітчизняної електронної комерції. Зроблено висновок про важливість розробки державної регуляторної політики в сфері електронної комерції з метою подолання бар'єрів та перешкод для її інтеграції до Єдиного цифрового ринку ЄС з урахуванням нових викликів, ризиків та можливостей розвитку цієї сфери.

Ключові слова: електронна комерція, публічні закупівлі, електронна торгівля, електронний бізнес, цифрова економіка.

The purpose of the article is to analyze the development of e-commerce in Ukraine and the EU and to develop ways to reform it in Ukraine. Ukraine's obtaining the status of a candidate for joining the EU requires the development of necessary measures aimed at accelerating the integration of the domestic economic system into the systems of EU countries, including in the digital economy, which determines the relevance of the chosen research topic. The following methods were used for the research: desk research (collection and study of existing reports, analytical documents, strategic documents, studies); method of analysis (the collected information was analyzed, structured and appropriately presented in the article); comparative method (to compare the development of e-commerce in Ukraine and the EU). The article analyzes the development of the field of electronic commerce in Ukraine and the EU. The theoretical aspects of electronic commerce, its types, legislative support in Ukraine and the EU are considered. The peculiarities of the B2G segment and its largest component – public procurement – have been determined. The legislation of Ukraine on public procurement is analyzed and its shortcomings are indicated. The evaluation of the use of the Internet and electronic commerce during the last five years in Ukraine and the EU, as well as the dynamics of the development of the electronic commerce sector in the European Union, was carried out. The impact of Russia's military aggression on the development of domestic e-commerce is outlined. A conclusion was made about the importance of developing a state regulatory policy in the field of e-commerce in order to overcome barriers and obstacles to its integration into the EU Single Digital Market, taking into account new challenges, risks and opportunities for the development of this field. The practical value of the article lies in the development of proposals for the reform of domestic e-commerce based on the analysis of its current state in Ukraine and the EU, namely: the issue of creating a single state body in the field of e-commerce needs to be resolved in order to implement a comprehensive state policy in this area, detinization activities of sellers of goods, works, services in e-commerce systems and harmonization with EU law of some regulatory acts related to e-commerce.

Keywords: electronic commerce, public procurement, electronic trade, electronic business, digital economy.

Постановка проблеми. Отримання Україною статусу кандидата на вступ до ЄС вимагає розробки необхідних заходів спрямованих на прискорення інтеграції вітчизняної економічної системи до систем країн ЄС, в тому числі і в цифровій економіці.

Стратегія Єдиного цифрового ринку ЄС була запропонована Європейською Комісією у 2015 році з метою досягнення синергії між країнами ЄС у царині новітніх технологій, транскордонної торгівлі та надання послуг в межах Єдиного цифрового ринку (далі – ЄЦР). Стратегія спрямована на те, щоб економіка, промисловість та суспільство Європи в повній мірі скористатися перевагами нової цифрової ери. ЄС активно створює вільний та безпечний ЄЦР, де люди можуть безпечно спілкуватись, здійснювати покупки в інтернеті без кордонів, а підприємства можуть продавати свої товари/послуги через інструменти електронної комерції по всьому ЄС [1].

Повномасштабна військова агресія Росії завдала значної школи економіці України, що проявилось у зниженні виробництва основних видів продукції, у значному скороченні зовнішньої торгівлі, знищенні транспортно-логістичної, соціальної, інженерної інфраструктури цілих регіонів, відтоку кадрів за кордон. Приєднання України до Єдиного цифрового ринку ЄС в повоєнний період здатне відкрити нові можливості для розвитку вітчизняної електронної комерції, тому існує потреба в дослідженні питань, пов'язаних з оцінкою стану електронної комерції в Україні та пошуком шляхів її реформування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням питань електронної комерції приділено значну увагу в роботах багатьох вітчизняних та зарубіжних дослідників.

Деякі автори ототожнюють поняття «електронна торгівля» та «електронна комерція» [2], а деякі вважають, що ці поняття слід розмежовувати.

На думку Ю. О. Шкригун, електронний бізнес доцільно розглядати як діяльність, що включає електронну комерцію та електронну торгівлю, має більш широкий функціонал і загальний вектор діяльності. Електронна комерція – вид електронної комерційної діяльності, що реалізується через електронну взаємодію економічних суб'єктів. Електронна торгівля – безпосередня підприємницька діяльність щодо продажу товарів і послуг через мережу Інтернет [3].

О. О. Синявська [4] та С. В. Коляденко розглядають електронну комерцію як складову

цифрової економіки поряд з електронним бізнесом.

С. В. Коляденко вважає, що цифрова економіка базується на виробництві електронних товарів і сервісів високотехнологічними бізнес-структурами і дистрибуції цієї продукції за допомогою електронної комерції [5].

Цієї думки притримується вчений Томас Мезенбург та представники Міжнародної організація OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development), які виділяють три основні компоненти електронної (цифрової) економіки, а електронну комерцію асоціюють з дистрибуцією товарів через Інтернет:

- підтримуюча інфраструктура (апаратне та програмне забезпечення, телекомунікації, мережі та ін.);

- електронний бізнес або e-business бізнес (ведення господарської діяльності та будь-яких інших бізнес-процесів через комп'ютерні мережі);

- електронна комерція або e-commerce (дистрибуція товарів через Інтернет) [6].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Розвиток електронної комерції характеризується динамічністю цифрових перетворень, а тому потребує подальшого дослідження в частині євроінтеграційних процесів.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою дослідження є аналіз розвитку сфери електронної комерції в Україні та ЄС та розробка пропозицій щодо її реформування в Україні.

Вклад основного матеріалу дослідження. З метою прискорення розвитку електронної комерції в Україні важливим є її нормативне забезпечення, адаптоване до законодавства ЄС.

Закон України «Про електронну комерцію» був прийнятий у 2015 р. на виконання взятого відповідно до Додатку XVII-3 Угоди про асоціацію з ЄС зобов'язання щодо імплементації положень Директиви № 2000/31/ЄС в Україні.

Цей закон визначає організаційно-правові засади діяльності у сфері електронної комерції в Україні, встановлює порядок вчинення електронних правочинів із застосуванням інформаційно-телекомунікаційних систем та визначає права й обов'язки учасників відносин у сфері електронної комерції, описує порядок укладання угод у цій сфері [7].

Згідно із згаданим законом, електронна комерція – 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-телекомунікаційних систем, внаслідок чого в учасників таких відносин виникають права та обов'язки майнового характеру [8].

Однак в Україні залишаються не врегульованими та негармонізованими із нормами права ЄС питання, що стосуються захисту прав споживачів, укладення контрактів на поставку цифрового вмісту і цифрових послуг, розрахунків у сфері електронної торгівлі тощо.

Переважаюча частина ринку електронної комерції в Україні знаходиться в тіні, внаслідок чого цей сегмент є недосяжним для органів державного контролю та нагляду. У великій кількості присутня продукція невідомого походження (контрабанда) без підтвердження її безпечності та якісних характеристик. Однією з головних проблем при цьому залишається відсутність єдиного органу, що відповідає за формування і реалізацію цілісної державної політики в сфері електронної комерції.

Тому, для України важливо та необхідно формувати координовані з ЄС політики, беручи до уваги стратегічні документи, акти ЄС та задекларовані цілі в комплексі, а не у відриві один від одного [1].

Комісія ООН з права міжнародної торгівлі, ЮНСІТРАЛ 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) [9].

Найбільш поширена електронна комерція у чотирьох основних сегментах ринку, а саме:

1. «Бізнес – бізнес» (B2B), операції в режимі онлайн відбуваються в секторі торгівлі юридичних осіб.

2. «Бізнес – споживач» (B2C), операції в режимі онлайн відбуваються в секторі торгівлі юридичних та фізичних осіб.

3. «Споживач – споживач» (C2C), операції в режимі онлайн відбуваються в секторі торгівлі фізичних осіб.

4. «Бізнес – держава» (B2G), операції відбуваються, коли уряд за допомогою інформаційно-телекомунікаційних систем в режимі онлайн здійснює придбання товарів або послуг у бізнесу.

Серед основних особливостей сегменту B2G можна виділити такі:

- комерційні зв'язки обов'язково формуються на договірних засадах, а сам договір найчастіше укладається на конкурсній основі;
- механізм прийняття рішень досить складний і багаторівневий;
- уряд та державні установи здійснюють одноразові, переважно великі закупівлі;
- процеси оплати й обліку фінансів є достатньо складними;
- якщо постачальник не виконує свої зобов'язання на нього можуть накладатися певні санкції;
- значну, а часто і ключову роль у виборі постачальника відіграє вартість його продукції [10].

Найбільшою складовою сегменту B2G є публічні закупівлі. Так, за даними Світового банку (World Bank), вони складають приблизно 10–15% світового ВВП [11].

Публічні закупівлі – це придбання замовником товарів, робіт і послуг у порядку, встановленому Законом України «Про публічні закупівлі» [12], який був прийнятий з метою адаптації вітчизняного законодавства до стандартів ЄС та у зв'язку з необхідністю виконання міжнародних угод у сфері публічних закупівель в результаті приєднання нашої держави до Угоди СОТ про державні закупівлі.

Наслідком прийняття Закону «Про публічні закупівлі» стало введення у 2016 р. електронної системи публічних закупівель ProZorro, яка з 1 квітня стала обов'язковою для центральних органів влади, а з 1 серпня – для всіх інших державних замовників.

Реформа системи державних закупівель дозволила іноземним компаніям брати участь в українських державних тендерах на рівні з усіма іншими компаніями.

Електронну систему публічних закупівель ProZorro високо оцінили експерти Проекту «Прозора оцінка державних закупівель» (TPPR), які аналізують законодавство про державні закупівлі в Євразійському регіоні кожні два роки та виявляють актуальні проблеми в публічних закупівлях з метою їх реформування та розвитку.

Відповідно до останньої оцінки TPPR за 2018–2020 рр., Україна показала максимальні результати в чотирьох показниках із п'яти, а саме: прозорість державних закупівель в Україні становила 97,22%, конкурентоздатність, неупередженість та ефективність державних закупівель – 100%, рівномірність законодавчої бази – 96,4%.

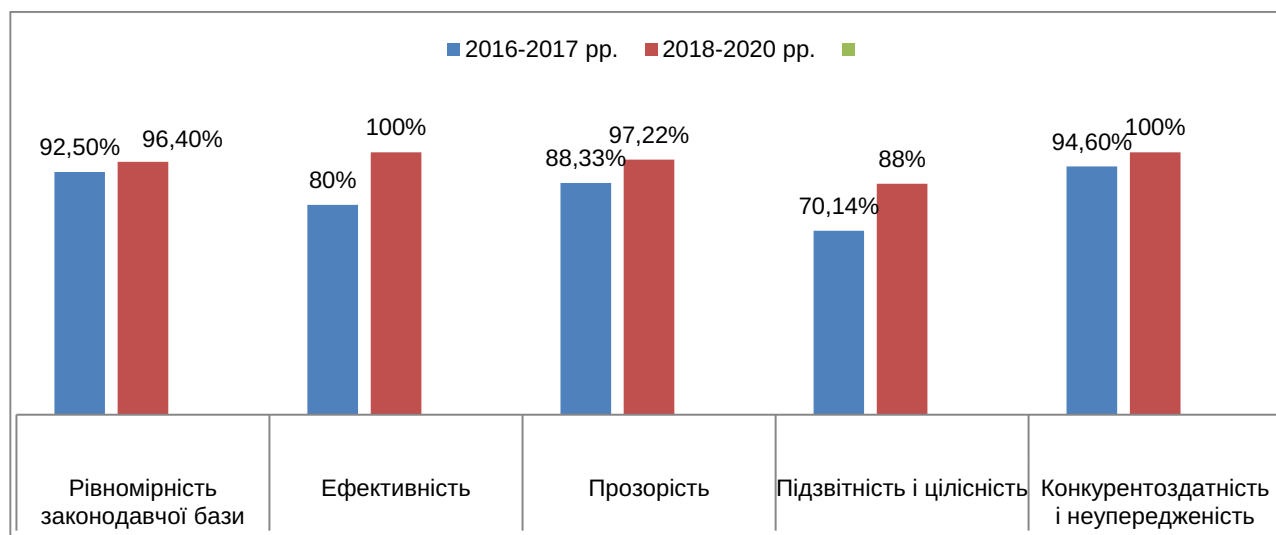


Рис. 1. Оцінка законодавства про державні закупівлі TPPR, %

Джерело: складено авторами за [13]

Згідно оцінки TPPR існують певні недоліки в законодавстві України щодо державних закупівель, а саме:

- законодавство передбачає створення механізму консультацій з приватним сектором, а також із громадськими організаціями, але не передбачає їх обов'язкового проведення;

- законодавство передбачає існування незалежного контролюючого органу для розгляду скарг та надання правового захисту, але до складу даного органу не передбачено обов'язковості входження представників громадських організацій;

- законодавча база не забороняє участь колишнім державним службовцям в процедурах державних закупівель протягом певного часу після звільнення з посади.

Епоха електронної економіки характеризується тим, що капіталізація компаній-представників електронного бізнесу безпосередньо залежить від числа користувачів і від швидкості росту їх чисельності. Сучасна практика зовнішньоекономічної діяльності свідчить, що представники електронного бізнесу в першу чергу конкурують за Інтернет аудиторію, так як вона відіграє ключову роль у забезпеченні сталого зростання ділової активності [14].

Основним двигуном зростання обсягів електронної комерції виступають швидкі темпи проникнення Інтернету у широкі маси населення та зростання купівельної спроможності споживачів.

Прикладом цього є китайська електронна комерція, що стрімко розвивалася за під-

тримки високого проникнення Інтернету та використання смартфонів, підвищення довіри споживачів до онлайн-покупок, появи платформ електронної комерції та доступності альтернативних рішень для оплати [15].

Проаналізувавши динаміку використання Інтернету та електронної торгівлі протягом 2017–2021 рр., потрібно відмітити швидкі темпи зростання Інтернет користувачів та електронної торгівлі як в Україні, так і в ЄС., проте у зв'язку з низькою купівельною спроможністю українських споживачів обсяги електронної торгівлі та використання Інтернету в Україні є значно нижчими, ніж в ЄС (рис. 2, рис. 3).

Розвиток Інтернету став чинником значного зниження витрат використання електронної комерції завдяки зниженню вартості обміну інформацією, що стимулювало її подальший розвиток.

В табл. 1 наведено динаміку розвитку сектору електронної комерції в ЄС протягом 2017–2021 рр., де електронною комерцією займалися від 19 до 21% підприємств, а купували в Інтернеті від 44 до 57% фізичних осіб. Більш розповсюдженими серед юридичних осіб є веб-продажі через веб-сайти, додатки та торгові майданчики (в середньому 17%), а операції в сегменті B2C проводили від 12 до 15% підприємств та в сегменті B2B і B2G – від 11 до 12%.

Більшість юридичних осіб займалися електронною комерцією у власній країні та веб-продажі здійснювали через власні сайти. Протягом 2020–2021 рр. відповідно 47 та 48%

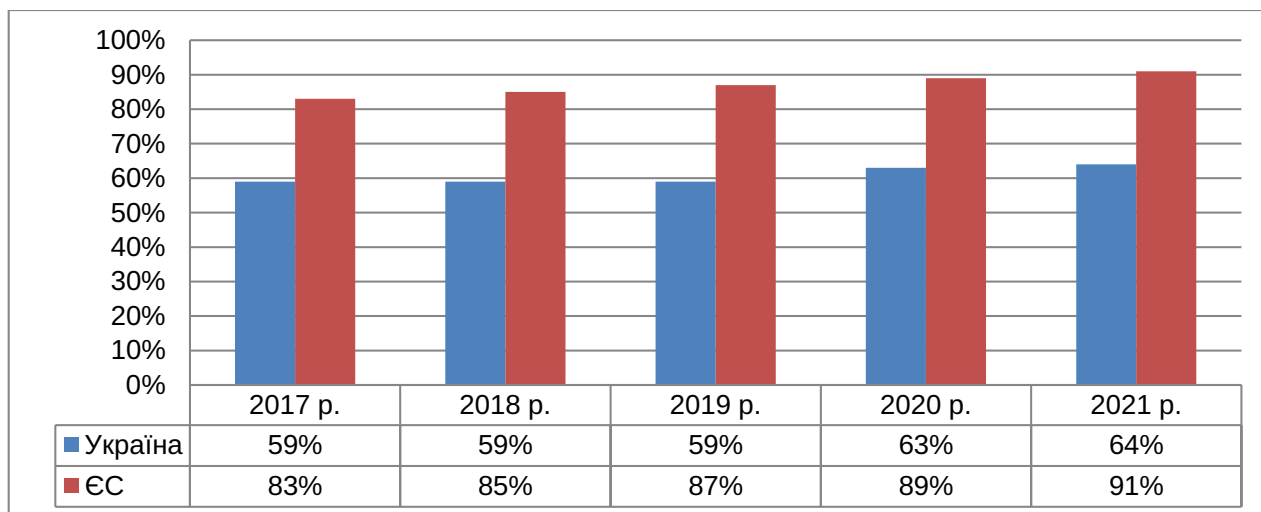


Рис. 2. Динаміка використання інтернету в Україні та ЄС протягом 2017 – 2021 рр., %

Джерело: складено за даними [16]

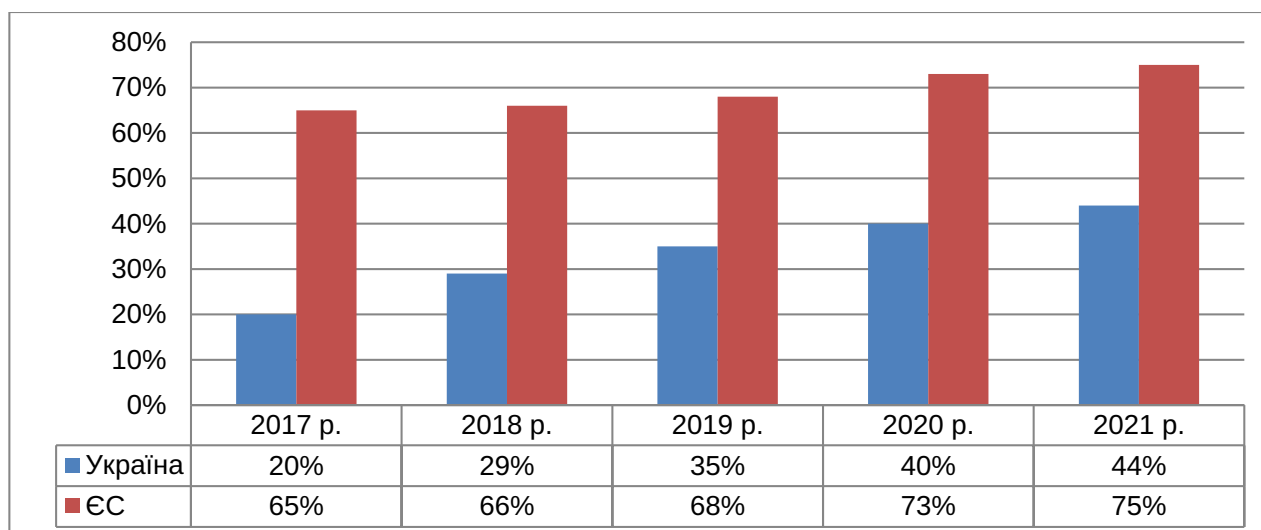


Рис. 3. Динаміка електронної торгівлі в Україні та ЄС протягом 2017–2021 рр., %

Джерело: складено за даними [16]

інтернет-купівель фізичних осіб було проведено у національних продавців, а інтернет-купівлі в продавців з інших країн ЄС та світу становили 21% у 2020 р. та 23% у 2021 р.

Електронна комерція в Україні, як і всі інші галузі економіки, зазнала значних збитків через повномасштабну війну, що розпочала Росія 24 лютого 2021 р. Відповідно до досліджень маркетингової компанії Promodo, електронна комерція пережила спочатку шокове падіння, потім сплеск попиту на окремі категорії товарів і нарешті певну стабілізацію після масового переміщення людей, релокації складів та виробництва. Облаштування людей на новому місці або повернення їх додому

поступово повертає продажі в Інтернеті до зростання [18].

Висновки. Протягом останніх п'яти років український та європейський ринки електронної комерції нарощували свої обсяги та завойовували прихильність все більшої кількості споживачів, проте військова агресія Росії призупинила стрімкий розвиток вітчизняної електронної комерції.

Активні процеси реформування сфери електронної комерції в ЄС вимагають від українського уряду розробки державної регуляторної політики в цій сфері з метою подолання бар'єрів та перешкод для транскордонної електронної комерції з урахуванням нових

Таблиця 1

**Розвиток сектору електронної комерції в Європейському Союзі
протягом 2017–2021 рр., %**

Показник	Рік				
	2017	2018	2019	2020	2021
1. Підприємства з продажем через:					
електронну комерцію, в т.ч.;	20	19	20	21	22
не менше 1% від обороту.	17	17	17	18	19
2. Підприємства з веб-продажем:					
через веб-сайти, додатки або торгові майданчики;	16	16	16	18	19
B2B і B2G;	11	11	11	11	12
B2C.	12	12	13	14	15
3. Підприємства з електронною комерцією:					
у власній країні;	19	-	19	-	22
в інших країнах ЄС;	9	-	9	-	9
в інших країнах світу.	5	-	5	-	5
4. Підприємства з веб-продажем через:					
власні сайти;	13	14	14	15	17
ринки електронної комерції.	6	6	6	8	8
5. Інтернет-купівлі фізичних осіб	44	46	49	54	57
6. Інтернет-купівлі від:					
національних продавців;	-	-	-	47	48
продавців з інших країн ЄС;	-	-	-	17	18
продавців з інших країн світу;	-	-	-	12	12
продавців з невідомих країн;	-	-	-	4	8
продавців з інших країн (ЄС або поза ЄС).	-	-	-	21	23

Джерело: складено за даними [17]

викликів, ризиків та можливостей розвитку цієї сфери. Україна виконала свої зобов'язання щодо імплементації положень Директиви № 2000/31/ЄС у національне законодавство, проте ще залишаються негармонізованими з нормами права ЄС деякі нормативні акти, що стосуються електронної комерції. Потребують врегулювання питання щодо створення єдиного державного органу в галузі електронної комерції, з метою реалізації цілісної

державної політики в цій сфері, та детінізації діяльності продавців товарів, робіт, послуг в системах електронної комерції.

В повоєнний період електронна комерція здатна стати одним з наймогутніших сегментів національної економіки за умови економічного стимулювання внутрішнього споживчого ринку та залучення клієнтів з інших країн ЄС після приєднання до Єдиного цифрового ринку Європейського Союзу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Таптунова І., Казацька М. На шляху до єдиного цифрового ринку ЄС: електронна комерція. ГО «Український центр європейської політики». URL: https://ucep.org.ua/wp-content/uploads/2021/07/ucep_report_e-commerce_31.05.2021.pdf (дата звернення: 15.09.2022).
2. 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/APR-08-2019/8.19_topic_Yatsenko%20O.pdf (дата звернення: 15.09.2022).
3. Шкригун Ю. О. «Електронний бізнес», «електронна комерція» та «електронна торгівля»: відмінності й особливості. *Управління економікою: теорія та практика* : Зб. наук. пр. ІЕП НАНУ. 2020. С. 312–325.

4. Синявська О. О. Електронна торгівля в Україні: тенденції та перспективи розвитку. *Вісник ХНУ ім. В.Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм»*. 2019. Вип. 2. С. 136–147. DOI: <https://doi.org/10.26565/2310B9513B2019B9B16>.
5. Коляденко С. В. Цифрова економіка: передумови та етапи становлення в Україні і у світі. *Економіка. Фінанси. Менеджмент*. 2016. № 6. С. 106–107.
6. Апалькова В. В. Концепція цифрової економіки в Європейському Союзі та перспективи України. *European Journal of Management Issues*. 2015. № 23 (4). С. 9–18. DOI: <https://doi.org/10.15421/191502>.
7. Крегул Ю., Батрименко В. Правове регулювання міжнародної електронної комерції. *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право*. 2018. № 2. С. 136–147. URL: [http://zt.knute.edu.ua/files/2018/02\(97\)/16.pdf](http://zt.knute.edu.ua/files/2018/02(97)/16.pdf) (дата звернення: 15.09.2022).
8. Про електронну комерцію: Закон України від 3.09.2015 р. № 675-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19#Text> (дата звернення: 15.09.2022).
9. UNCITRAL Model Law on Electronic Commerce with Guide to Enactment 1996 with additional article 5 bis as adopted in 1998. United Nations publication. URL: https://www.uncitral.org/pdf/english/texts/electcom/05-89450_Ebook.pdf (дата звернення: 15.09.2022).
10. Шалева О. І. Публічні закупівлі як основа B2G-системи електронної комерції. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки*. 2021. № 65. С. 161–171.
11. WTO and government procurement. URL: http://https://www.wto.org/english/tratop_e/gproc_e/gproc_e.htm (дата звернення: 15.09.2022).
12. Про публічні закупівлі: Закон України від 25.12.2015 р. № 922-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/922-19#Text> (дата звернення: 15.09.2022).
13. An interactive comparison of countries based on various indicators. URL: <https://www.tpp-rating.org/page/eng/publications/40> (дата звернення: 15.09.2022).
14. Батрименко В. В. Запровадження сучасних форм електронної комерції в умовах діджиталізації світової економіки. *Стратегія розвитку України*. 2019. № 2. С. 58–65. URL: <http://jrn1.nau.edu.ua/index.php/SR/article/view/14502/20934> (дата звернення: 15.09.2022).
15. Кириченко А. В., Березовська Л. О. Розвиток електронної комерції та “розумної” торговельної логістики Китаю. *Китаєзнавчі дослідження*. 2021. № 3. DOI: <https://doi.org/10.51198/chinesest2021.03.097>.
16. 2021-European-E-commerce-Report-LIGHT-VERSION.pdf URL: <https://ecommerce-europe.eu/> (дата звернення: 15.09.2022).
17. Евростат: Продаж через електронну комерцію. URL: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/isoc_ec_eseln2/default/table?lang=en (дата звернення: 15.09.2022).
18. Що відбувається з українським Ecommerce під час війни: дослідження Promodo. URL: https://promodo.ua/ukrainian-ecommerce-state-during-the-war-research/?utm_source=eSputnik-promo&utm_medium=email&utm_campaign=Digest_30.06.22_UA&utm_content=109445931 (дата звернення: 15.09.2022).

REFERENCES:

1. Taptunova I., Kazatska M. (2021) Na shliakhu do yedynoho tsyfrovoho rynku YeS: elektronna komertsii. NO «Ukrainskyi tsentr yevropeiskoi polityky» [Towards an EU digital single market: e-commerce. NGO "Ukrainian Center of European Policy"]. Available at: https://ucep.org.ua/wp-content/uploads/2021/07/ucep_report_e-commerce_31.05.2021.pdf. (in Ukrainian)
2. Yatsenko O. M., Hriazina A. S., Shevchuk O. O. (2019) Elektronna komertsii yak element hlobalnoi torhovelnoi systemy [Electronic commerce as an element of the global trade system]. *Atualni problemy ekonomiky*, 8 (218), 4–15. Available at: https://eco-science.net/archive/2019/APE-08-2019/8.19_topic_Yatsenko%20O.pdf (in Ukrainian)
3. Shkryhun Yu. O. (2020) «Elektronnyi biznes», «elektronna komertsii» ta «elektronna torhivlia»: vidminnosti y osoblyvosti ["E-business", "e-commerce" and "e-commerce": differences and features.]. *Upravlinnia ekonomikoiu: teoriia ta praktyka: Zb. nauk. pr. IEP NANU*, 312–325. Available at: <http://dspace.nbu.gov.ua/handle/123456789/180444>. (in Ukrainian)
4. Syniavska O. O. (2019) Elektronna torhivlia v Ukraini: tendentsii ta perspektyvy rozvytku [E-commerce in Ukraine: trends and prospects for development]. *Visnyk KhNU im. V.N. Karazina. Seriiia «Mizhnarodni vidnosyny. Ekonomika. Krainoznavstvo. Turyzm»*, 2, 136–147. DOI: <https://doi.org/10.26565/2310B9513B2019B9B16>. (in Ukrainian)
5. Koliadenko S. V. (2016) Tsyfrova ekonomika: peredumovy ta etapy stanovlennia v Ukraini i u sviti [Digital economy: prerequisites and stages of formation in Ukraine and in the world]. *Ekonomika. Finansy. Menedzhment*,

- 6, 106–107. Available at: https://scholar.google.com.ua/citations?view_op=view_citation&hl=uk&user=JYwPROQAAAAAJ&citation_for_view=JYwPROQAAAAAJ:fPk4N6BV_jEC. (in Ukrainian)
6. Apalkova V. V. (2015) Kontsepsiia tsyfrovoy ekonomiky v Yevropeiskomu Soiuzi ta perspektyvy Ukrainy [The concept of the digital economy in the European Union and Ukraine's prospects]. *European Journal of Management Issues*, 23 (4), 9–18. DOI: <https://doi.org/10.15421/191502>. (in Ukrainian)
7. Krehul Yu., Batrymenko V. (2018) Pravove rehuliuвання mizhnarodnoy elektronnoy komertsii [Legal regulation of international electronic commerce]. *Zovnishnia torhivlia: ekonomika, finansy, pravo*, 2, 136–147. Available at: [http://zt.knute.edu.ua/files/2018/02\(97\)/16.pdf](http://zt.knute.edu.ua/files/2018/02(97)/16.pdf). (in Ukrainian)
8. Verkhovna Rada Ukrainy (2015) Pro elektronnu komertsiiu: Zakon Ukrainy vid 3.09.2015 r. № 675-VIII [On electronic commerce: Law of Ukraine dated September 3, 2015 No. 675-VIII]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19#Text>.
9. UNCITRAL (1999) Model Law on Electronic Commerce with Guide to Enactment 1996 with additional article 5 bis as adopted in 1998. United Nations publication. Available at: https://www.uncitral.org/pdf/english/texts/elect-com/05-89450_Ebook.pdf.
10. Shaleva O. I. (2021) Publichni zakupivli yak osnova B2G-systemy elektronnoy komertsii [Public procurement as the basis of the B2G e-commerce system]. *Visnyk Lvivskoho torhovelno-ekonomichnoho universytetu. Ekonomichni nauky*, 65, 161–171. (in Ukrainian)
11. WTO and government procurement. Available at: http://https://www.wto.org/english/tratop_e/gproc_e/gproc_e.htm
12. Verkhovna Rada Ukrainy (2015) Pro publichni zakupivli: Zakonu Ukrainy vid 25 hrudnia 2015 r. № 922-VIII [About Public Procurement: Law of Ukraine of December 25, 2015 No. 922-VIII]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/922-19#Text>.
13. An interactive comparison of countries based on various indicators (2022). Available at: <https://www.tpp-rating.org/page/eng/publications/40>.
14. Batrymenko V. V. (2019) Zaprovdzhennia suchasnykh form elektronnoy komertsii v umovakh didzhytalizatsii svitovoy ekonomiky [Introduction of modern forms of e-commerce in the conditions of digitalization of the world economy]. *Stratehiia rozvytku Ukrainy*, 2, 58–65. Available at: <http://jrn1.nau.edu.ua/index.php/SR/article/view/14502/20934>. (in Ukrainian)
15. Kyrychenko A. V., Berezovska L. O. (2021) Rozvytok elektronnoy komertsii ta "rozumnoi" torhovelnoy lohistyky Kytaiu [Development of e-commerce and "smart" trade logistics of China]. *Kytaieznavchi doslidzhennia*, 3. DOI: <https://doi.org/10.51198/chinesest2021.03.097>. (in Ukrainian)
16. 2021-European-E-commerce-Report-LIGHT-VERSION.pdf (2021). Available at: <https://ecommerce-europe.eu>.
17. Eurostat: Prodazh cherez elektronnu komertsiiu [Eurostat: Sale through e-commerce]. Available at: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/isoc_ec_eseln2/default/table?lang=en.
18. Shcho vidbuvaietsia z ukraïnskym Ecommerce pid chas viiny: doslidzhennia Promodo (2022) [What happens to Ukrainian Ecommerce during the war: Promodo research]. Available at: https://promodo.ua/ukrainian-ecommerce-state-during-the-war-research/?utm_source=eSputnik-promo&utm_medium=email&utm_campaign=Digest_30.06.22_UA&utm_content=109445931.