

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-54-32>

УДК: 339.9.012

# ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОЇ ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ

## PROBLEMS OF INTERNATIONAL ELECTRONIC TRADE DEVELOPMENT

**Якоб Євген Йосипович**  
аспірант,  
Державний вищий навчальний заклад  
«Ужгородський національний університет»  
ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-3601-2882>

**Yakob Evgen**  
Uzhorod National University

Стаття присвячена розкриттю основних проблем розвитку міжнародної електронної комерції у глобальному торговельному просторі. У процесі дослідження ідентифіковано трансформацію ролі міжнародної електронної торгівлі. Зазначено, що незважаючи на існуючі позитивні тенденції, впровадження систем електронної торгівлі призвело до виникнення певних економіко-організаційних проблем, пов'язаних з розвитком та взаємодією міжнародної електронної торгівлі з традиційними ситемами, регулюванням економічних відносин. Виокремлено найбільш помітні проблеми розвитку міжнародної електронної торгівлі. Наголошено, що окреслені проблеми ускладнюють розвиток і призупиняють процес розповсюдження технологій електронної торгівлі, а тому майбутнє даного сектору багато в чому залежатиме від вирішення даних проблем учасниками ринкових відносин.

**Ключові слова:** міжнародна електронна торгівля, інформаційно-комунікаційні технології, інтернет-користувачі, глобальний торговельний простір, електронні покупки.

The article explores the challenges hindering the advancement of international electronic commerce in the global trade landscape. It highlights the evolving role of international electronic trade and acknowledges recent positive trends. International e-commerce plays a crucial role in realizing new prospects, accelerating access to new markets, facilitating the search for partners, and streamlining, facilitating, and lowering the cost of the agreement-signing process in the context of contemporary economic realities. However, it underscores that introducing international electronic trade systems has given rise to economic and organizational issues concerning their interaction with traditional trade systems and regulating international economic relations. The article identifies critical problems affecting the development of international electronic trade and emphasizes that these issues impede its progress. The future of this sector of the global trade space largely depends on the market participants' ability to address these problems. Furthermore, the functioning of international electronic trade in the modern world economic system offers significant advantages for both sellers and consumers. The research suggests that the development of e-commerce is hampered by factors such as the substantial disparity in information and communication technology development, income levels, and infrastructure availability between leading countries and developing or least developed nations. Furthermore, it has been observed that there exists a lack of unified international legal standards to effectively govern e-commerce, and comprehensive evaluations needed to ascertain the scale of global e-commerce are absent. Another issue of concern is the proliferation of fraudulent activities within the electronic commerce domain, with a continual rise in the frequency of attacks that jeopardize safeguarding consumers' personal data. Nevertheless, despite these challenges and deficiencies, this industry remains one of the most promising sectors, brimming with substantial potential for growth domestically and in foreign markets.

**Keywords:** international shopping, information and communication technologies, Internet users, global trade space, electronic shopping.

**Постановка проблеми.** Роль міжнародної електронної торгівлі в сучасних економічних реаліях полягає в реалізації нових можливос-

тей, прискорює вихід на нові ринки, полегшує пошук партнерів, дозволяє спростити, полегшити і здешевити процес укладання угод.

Притаманні їй якості, такі як глобальність і універсальність, вносять очевидні позитивні зміни в виробничу і соціальну сфери та приватне життя людини. Однак, незважаючи на існуючі позитивні тенденції, впровадження систем електронної торгівлі призвело до виникнення певних економіко-організаційних проблем, пов'язаних з розвитком та взаємодією електронної торгівлі з традиційними системами, регулюванням економічних відносин, які сформувалися на базі застосування інформаційно-комунікаційних технологій тощо. Ці проблеми ускладнюють розвиток і призупиняють процес розповсюдження технологій електронної торгівлі, а тому майбутнє даного сектору багато в чому залежатиме від вирішення даних проблем учасниками ринкових відносин.

#### Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Проблемі виокремлення факторів, які гальмують розвиток міжнародної електронної торгівлі приділено увагу багатьох економістів-міжнародників, зокрема Р. Фрауд [8]; Ю. Крегул, В. Батрименко [10]; О. Заяць [5; 15; 17].

Постановка завдання. Метою дослідження є ідентифікація найбільш основних проблем розвитку міжнародної електронної торгівлі.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Проведене дослідження дало можливість ідентифікувати такі найбільш важливі проблеми розвитку міжнародної електронної торгівлі:

1. Проблема великого технологічного розриву між країнами різних рівнів розвитку, що знижує можливий потенціал електронної торгівлі, як в межах однієї конкретної країни, так і в глобальних масштабах.

У 2018 році половина (51,2%) населення світу використовували переваги мережі Інтернет, а в 2022 році (66%). Хоча це є значним прогресом на шляху до включення всіх сфер життя в цифрову економіку, все ще існує значний розрив в обсягах використання Інтернету між розвиненими країнами, країнами, що розвиваються та найменш розвиненими регіонами світу (рис. 1). Так, в найменш розвинених країнах в 2022 році доступ до Інтернету мали тільки 47% населення.

Однак, варто зазначити, що зростання обсягів електронної торгівлі не є автоматичним, а поширення її переваг – гарантованим. Подолання проблеми технологічного розриву не обов'язково призведе до виникнення значних обсягів електронної торгівлі в найменш розвинених регіонах, оскільки важливим фактором здійснення електронних покупок є наявність у населення достатньої кількості грошових ресурсів. Так, в більшості європейських країн понад 80% Інтернет-користувачів беруть участь в електронній торгівлі, а в країнах з низьким та нижче середнього рівнем доходів – менше 10% (рис. 2).

До даної групи проблем можна віднести також недостатній рівень розвитку необхідної для електронної торгівлі інфраструктури, відсутність вільного доступу до інформаційно-комунікаційних технологій, проблеми безпеки, відсутність національної законодавчої бази, яка захищає права підприємців та споживачів у сфері електронної торгівлі тощо. В деяких країнах, таких як Бангладеш, онлайн-платежі є основною проблемою електронної комерції; в інших, таких як Аргентина і Кенія, транскордонна логістика та митні про-

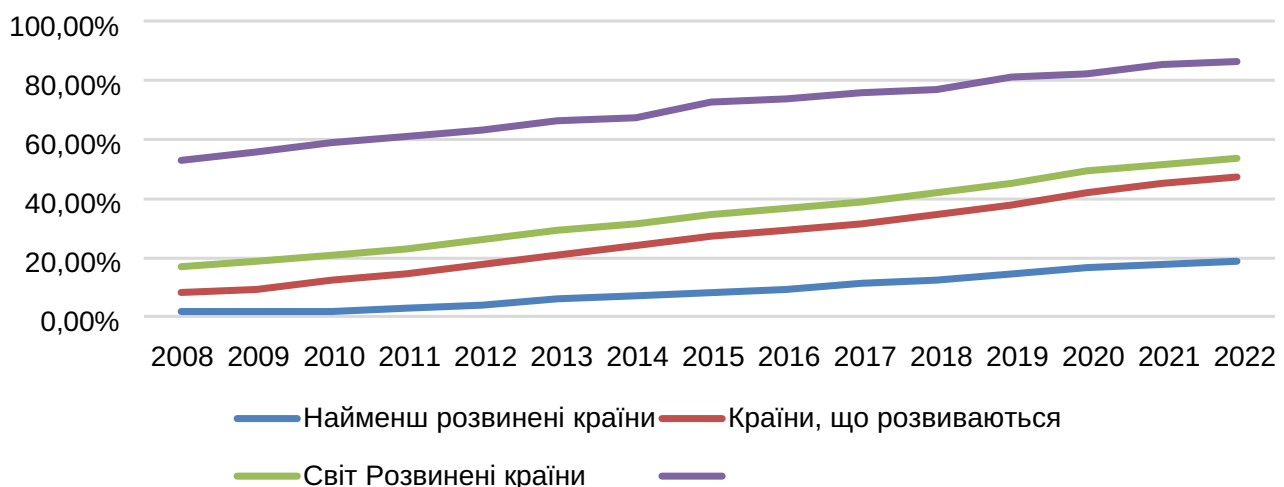
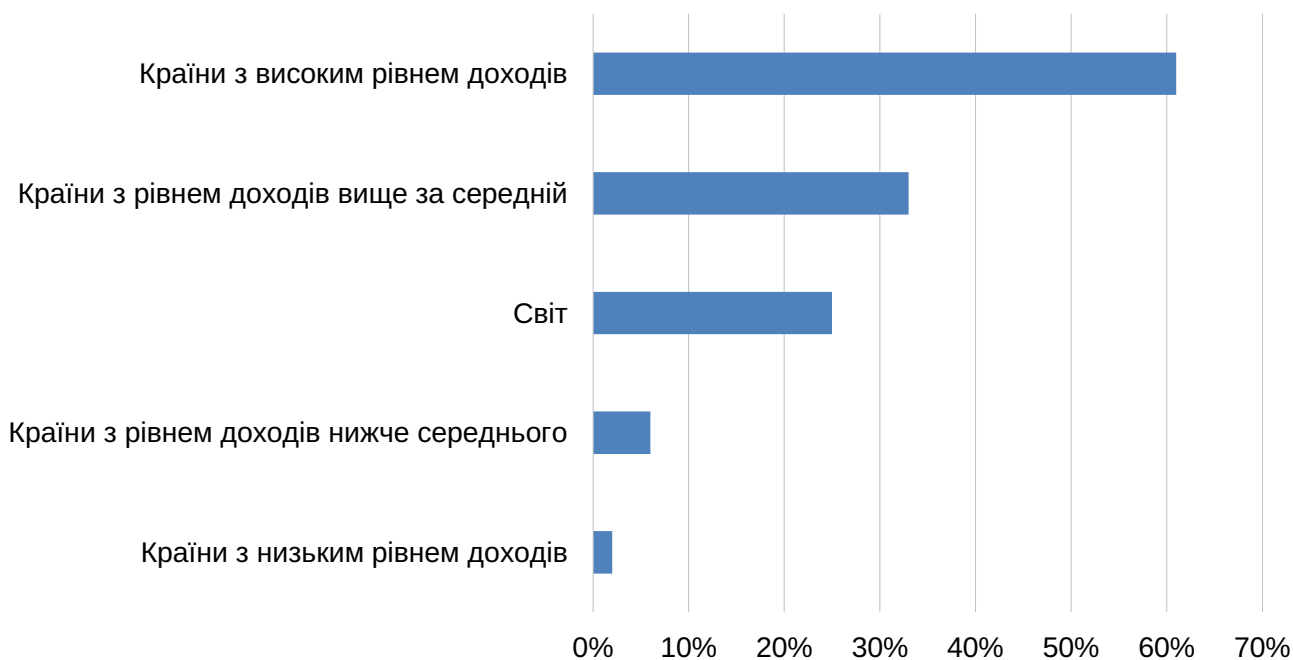


Рис. 1. Динаміка збільшення кількості інтернет-користувачів за рівнем розвитку країн

Джерело: [1; 2]



**Рис. 2. Частка населення, яка використовує мережу Інтернет для здійснення покупок онлайн, за рівнем доходів**

Джерело: [1; 2]

цедури є найбільш складними. До прикладу, платформи електронної торгівлі в Кенії повідомляють про величезні перешкоди для міжнародної електронної торгівлі, включаючи затримки і збори на митниці та відсутність транскордонної логістики. Таким чином, місцеві компанії не мають стимулів для використання платформ або інших офіційних каналів для здійснення міжнародної електронної торгівлі, а тому онлайн-платформи не вбудовують вихід на міжнародні ринки в свою стратегію розвитку [3]. Наразі умови успішного здійснення електронної торгівлі в найменш розвинених країнах та подолання розриву у розвитку електронної торгівлі різних груп країн, як і раніше, вимагають здійснення реформ на місцевому рівні, таких як поліпшення інфраструктури послуг інформаційно-комунікаційних технологій, створення надійних систем онлайн-платежів, прийняття належних нормативних рамок, розвиток необхідних навичок та сприяння реалізації планів інноваційної діяльності, заохочення надійних, ефективних і гарантованих логістичних операцій і процесів спрощення процедур торгівлі, а також розширення доступу до фінансових коштів. У той час як найменш розвинені країни стикаються з великим числом завдань в процесі розвитку електронної торгівлі, вони не працюють поодиноці. На

сьогодні існує велика кількість міжнародних ініціатив та програм, спрямованих на допомогу країнам, що розвиваються та найменш розвиненим країнам. Наприклад, в рамках програми «EU Aid for Trade» Африканський банк розвитку спільно з ЄС надав Центральноафриканській Республіці 34 млн євро на покращення Інтернет-зв'язку. Ще одним прикладом є проект ЄС з розвитку торгівлі на Шрі-Ланці, який сприяв встановленню діалогу щодо електронної торгівлі між державним та приватним сектором і став основою для створення надійної регуляторної бази щодо захисту прав споживачів у сфері електронної торгівлі [4; 5].

2. З розвитком електронної торгівлі та збільшенням середньої вартості покупок також зростає кібер-злочинність. Так, в 2022 році збитки електронної комерції через шахрайство з он-лайн-платежами прогнозовано становитимуть 41 млрд дол США у всьому світі, що більше ніж у 2021 році (20 млрд дол). Очікується, що до кінця 2023 року ця цифра зросте і становитиме 48 млрд дол США. У схемі електронної торгівлі, яка передбачає замовлення товару онлайн та доставку його до місцевого магазину (click-and-collect), спроби шахрайства зросли на 9,9%, а кількість повернутих платежів («дружнє шахрайство») зросла на 25% [6].

Злочини у сфері інформаційних технологій включають як поширення шкідливих вірусів, злом паролів, крадіжку номерів банківських карт і інших банківських реквізитів, фішинг, так і поширення протиправної інформації через Інтернет, а також шкідливе втручання через комп'ютерні мережі в роботу різних систем. За даними дослідження компанії Signal Sciences, на платформи електронної торгівлі в середньому щомісяця здійснюється 206 тисяч веб-атак, які з кожним разом стають все більш складними і досконалішими, що робить завдання створення ефективної тактики для боротьби з ними та захисту своїх клієнтів надзвичайно важким. Найбільша кількість таких атак здійснюється з США (в середньому 110 тис. атак на місяць), Бразилії (65 тис.) та країн Південно-Східної Азії (65 тис.), а також з Росії (40 тис.), Китаю (30 тис.) та України (20 тис.) [7]. Дослідження даних електронної торгівлі показало, що шахрайство з маскуванням під інші пристрої (спуфінг) та піддробкою ідентифікаційних даних були на 15% та 22% відповідно вище серед міжнародних замовлень, ніж в рамках внутрішньої електронної торгівлі [8]. Такі показники викликають недовіру у споживачів, що негативно впливає на розвиток міжнародної електронної торгівлі. За даними опитування, проведеного Європейською мережею споживчих центрів, 62% споживачів з Європейського Союзу, які вирішили не здійснювати онлайн-покупки в іноземних підприємств, сказали, що це рішення було вмотивовано страхом перед шахрайськими діями, як з боку продавця, так і з боку сторонніх осіб. Інше опитування показало, що 21% респондентів висловили занепокоєння з приводу того, що дані платіжної картки можуть бути викрадені, та 19% були занепокоєні тим, що особисті дані можуть бути неправомірно використані при здійсненні онлайн-покупок в інших країнах ЄС. При цьому жертвами шахрайства стали 0,2% учасників міжнародної електронної торгівлі в Європейському Союзі [9]. Таким чином, проаналізувавши тенденції розвитку злочинів у сфері міжнародної електронної торгівлі, відзначимо, що побоювання онлайн-покупців щодо проведення фінансових операцій онлайн, необхідності розкриття особистих даних та шахрайства з боку продавців не є необґрунтованими, що відображає сутність наступної проблеми.

3. Відсутність механізмів регулювання електронної торгівлі на міжнародному рівні. Глобальний характер електронної торгівлі виконує роль потужного фактора її розвитку,

але, разом з тим, виступає в якості основної перешкоди на шляху до створення фінансових і правових інструментів для ефективного регулювання товарно-грошових відносин в даному секторі. Тому постає необхідність регулювання міжнародної та внутрішньої електронної торгівлі на основі єдиних принципів незалежно від юрисдикції. Але станом на сьогоднішній день єдиної практики міждержавного регулювання не існує. Нормотворча діяльність у сфері створення правових, адміністративних та організаційних правил електронної комерції та електронного документообігу здійснюється багатьма міжнародними та регіональними організаціями. Останніми роками центрами такої діяльності стали Світова організація торгівлі (СОТ), ЮНСІТРАЛ, Комісія ООН з торгівлі та розвитку (ЮНКТАД), Всесвітня митна організація (ВМО), Організація економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР), Європейський Союз, Всесвітня організація інтелектуальної власності (ВОІВ) та ін. В рамках їх діяльності щодо напрацювання юридичної бази в сфері електронної торгівлі, яка почалася ще наприкінці ХХ століття, було розроблено типові закони ЮНСІТРАЛ «Про електронну торгівлю» та «Про електронні підписи», опубліковано доповідь «Електронна торгівля й роль СОТ», що була першою спробою СОТ розробки підходів до регулювання сфери міжнародної електронної торгівлі, прийнято Європейською економічною комісією ООН та Центром ООН сприяння торгівлі та електронного бізнесу угоду про електронну комерцію і т.д. [10]. Ці документи заклали правові основи діяльності в сфері електронної торгівлі, дали визначення основним поняттям даної галузі, визначили вимоги, що висуваються до електронного підпису тощо. Незважаючи на те, що дані міжнародні договори відіграли величезне значення в становленні міжнародної електронної торгівлі та досягненні нею сучасного рівня розвитку, багато з них не є глобально ефективними інструментами регулювання електронної торгівлі. Переважна їх більшість носить рамковий, рекомендаційний та декларативний характер і призначена для використання державами як основи для розробки національних законодавчих актів. Слід зазначити, що положення окремих документів досить різняться між собою, що однозначно не сприяє створенню на їх основі більш уніфікованих норм законодавства в сфері електронної торгівлі в різних державах. Навіть у розвинених регіонах світу відмінності в правових нормах, зафіксованих у націо-

нальних законодавствах, стримують розвиток міжнародної електронної торгівлі. За даними ЮНКТАД, станом на 2022 рік 81% країн мають законодавчу базу, яка регулює проведення електронних транзакцій, а в 80% країн впроваджено закони проти кіберзлочинності. Тільки в 71% країн упроваджено законодавство, яке забезпечує охорону конфіденційності та захист особистих даних користувачів, і в 59% країн світу існують нормативно-правові акти, які забезпечують юридичний захист споживачів при порушенні угод щодо електронної торгівлі [11]. Найкращі показники зафіксовано в країнах Європи, зокрема, завдяки тому, що країни Європейського Союзу активно працюють над гармонізацією законодавства в сфері електронної торгівлі в рамках спільноти, а кожна окрема держава – над створенням найбільш сприятливих умов для електронної торгівлі та розширенням власного потенціалу в даній сфері. Найгірші показники щодо правового забезпечення функціонування електронної торгівлі мають країни Африки, де 16,6% країн не мають нормативно-правової бази в жодній з вищеперелічених сфер і тільки 20,3% держав мають всю необхідну законодавчу базу, яка охоплює електронні транзакції, захист прав споживачів, захист персональних даних та протидію кіберзлочинності. Тільки в 46% держав Африки прийняті нормативно-правові документи, які захищають права споживачів, і лише 50% можуть гарантувати захист персональних даних (рис. 3).

З відсутністю нормативної та законодавчої бази виникає також проблема захисту прав інтелектуальної власності на товари чи послуги, які реалізуються в рамках міжнародної електронної торгівлі. Проблема захисту прав інтелектуальної власності є доволі гострою в електронному середовищі, особливо це стосується товарів та послуг, що мають електронну форму існування, оскільки вони легко піддаються копіюванню, а отримана копія є повністю ідентичною оригіналу. В результаті цього виникає недовіра з боку інвесторів і можливих покупців, знижуються темпи розвитку. Крім того, в міжнародній електронній торгівлі існують також регуляторні перешкоди, такі як розбіжності в податковому законодавстві держав, різні вимоги до захисту прав споживачів, проблема вирішення правових спорів в сфері міжнародної електронної торгівлі тощо. Своєю чергою, це призводить до зниження привабливості для підприємців ринків інших держав та відмови від закордонної експансії. Таким чином, на сучасному етапі необхідне скоординоване використання як традиційних правових норм, так і нових спеціально створених правових інститутів та процедур, уніфікація законодавства і спрощення процедур, які застосовуються в різних країнах.

4. Зазначимо, що на сьогодні не існує також і єдиного підходу до дослідження та оцінки обсягів міжнародної електронної торгівлі. Міжнародні організації та аналітичні компанії

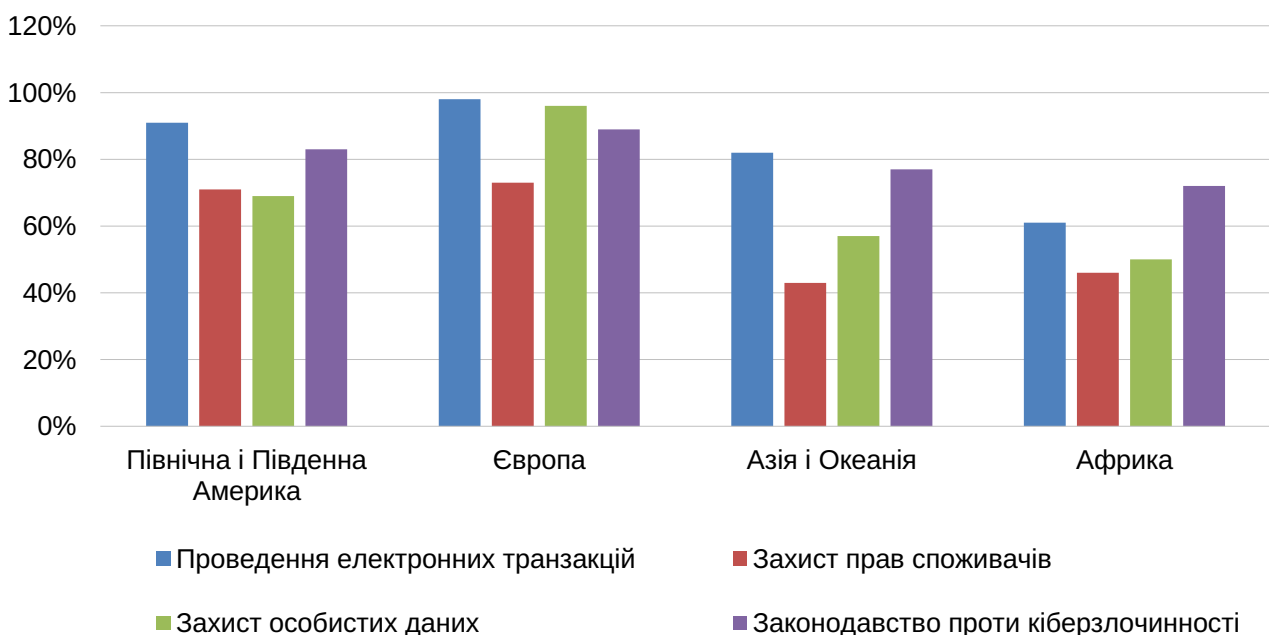


Рис. 3. Наявність необхідного законодавства у сфері електронної торгівлі за регіонами світу

Джерело: [11]

оцінюють кількісні та якісні аспекти розвитку електронної торгівлі в залежності від обраних розробником пріоритетів, а тому різняться за методологією розрахунку, що не дає змоги достатньо точно визначити масштаби міжнародної електронної торгівлі, а лише прослідкувати динаміку її розвитку та тільки фрагментарно проаналізувати її обсяги.

5. Наявність на ринку великих гравців, які витісняють менші компанії, та недостатня конкурентоспроможність внутрішніх ринків. Основною проблемою для продавців є те, що конкуренція виходить за локальні і навіть за національні кордони, а залишатись конкурентоспроможним на глобальному рівні значно важче. Багатство і влада в сфері міжнародної електронної торгівлі все більшою мірою утримуються невеликою кількістю так званих «суперплатформ», в які входять п'ять світових лідерів ринку електронної торгівлі – Alibaba (780 млрд дол США у 2022 році, прогноз до 2027 року дохід світового лідеру ринку становитиме – 1,337,5 млрд дол США), Amazon (691,3 млрд дол США у 2022 році, прогноз до 2027 року дохід світового лідеру ринку становитиме – 1,200,5 млрд дол США), Pinduoduo (445,2 млрд дол США у 2022 році, прогноз до 2027 року дохід світового лідеру ринку становитиме – 806,1 млрд дол США),

JD.com (363,3 млрд дол США у 2022 році, прогноз до 2027 року дохід світового лідеру ринку становитиме – 631,8 млрд дол США), та eBay (78,2 млрд дол США у 2022 році, прогноз до 2027 року дохід світового лідеру ринку становитиме – 90,8 млрд дол США), спільна частка яких на ринку складає більше половини світових доходів від електронної комерції (рис. 4). Домінування цих платформ веде до концентрації і консолідації цифрової вартості, а не до зменшення нерівностей між країнами і всередині країн. Такі великі гравці на ринку електронної торгівлі часто стають центрами тяжіння для багатьох покупців, оскільки, саме завдяки своїм масштабам, у підсвідомості споживачів вони викликають вищий рівень довіри, ніж значно менші компанії. З іншого боку, вони сприяють розвитку культури здійснення онлайн-покупок та надають можливість меншим компаніям закріпитися на ринку за допомогою здійснення електронної торгівлі на своїх платформах. Крім того, великі платформи встановлюють стандарти якості у сфері електронної торгівлі, що стає орієнтиром для ефективного розвитку менших онлайн-торговців та в загальному створює кращі умови на ринку електронної торгівлі, як для споживачів, так і для компаній.

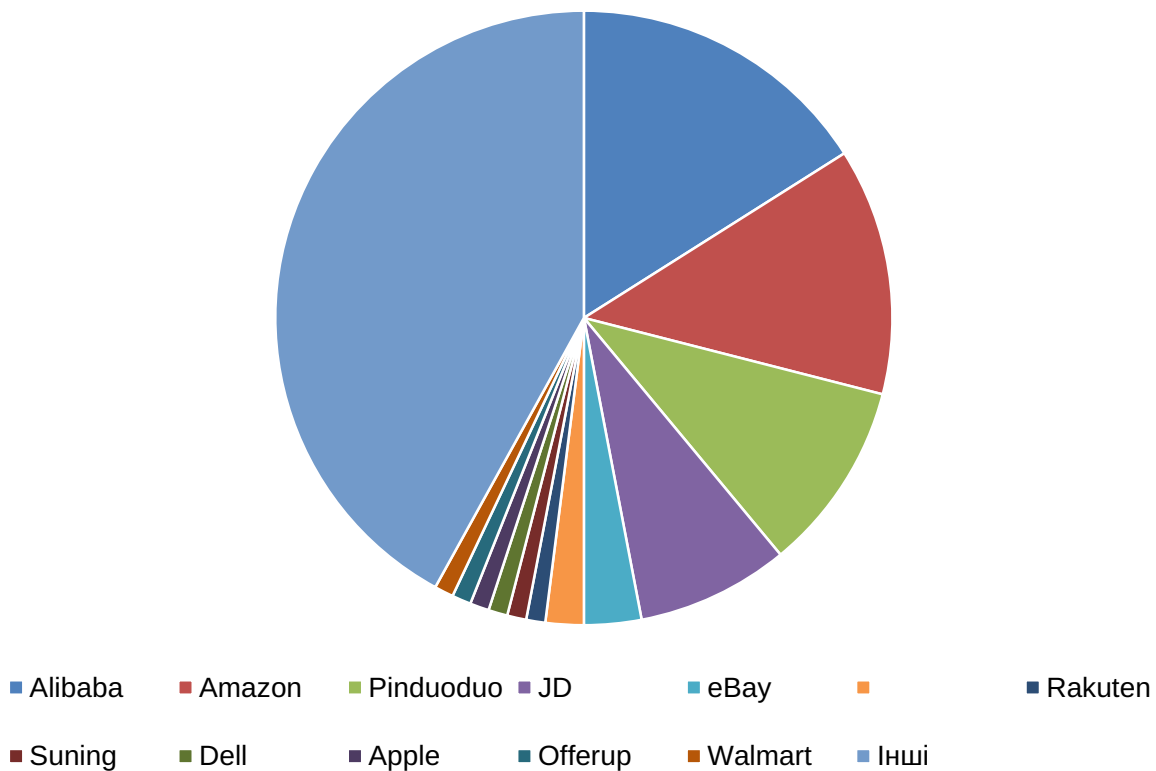


Рис. 4. Частка найбільших компаній на ринку міжнародної електронної торгівлі

Джерело: [12]

6. Різні типи платіжних систем. Електронні платежі часто стають проблемою для підприємців, які намагаються розширити свою діяльність на міжнародні ринки, а особливо – для малого та середнього бізнесу, оскільки платежі з однієї країни в іншу часто набагато дорожчі, повільніші, більш складні і ризиковані та менш прозорі за внутрішні платежі. Крім того, держави надають перевагу різним типам систем електронних платежів. Так, наприклад, в Японії Konbini, місцевий спосіб оплати, становить шосту частину платежів в сфері електронної торгівлі. У той час як близько 100% платежів в електронній торгівлі в Іспанії здійснюються через Visa, MasterCard і American Express, у Франції вони близькі до 60%, а в Німеччині – тільки 30%. А в Індії та країнах Азії переважають платежі готівкою при доставці товару [13]. Таким чином, при виході на міжнародний ринок електронної торгівлі підприємцям необхідно враховувати ці відмінності та будувати свою стратегію розвитку в тому числі і в залежності від можливостей налагодження ефективної системи платежів в окремих регіонах. За даними дослідження, проведеного Міжнародним торговим центром (International Trade Centre), 23% опитаних малих та середніх підприємств, які беруть участь в електронній торгівлі в більш ніж 100 країнах, визнали неналежні зв'язки між постачальниками послуг електронних платежів та місцевими банками найбільшою перешкодою для застосування системи електронних платежів. Контроль над іноземною валютою став наступним за значимістю бар'єром для міжнародних електронних платежів в системі міжнародної електронної

торгівлі (20%), при цьому деякі респонденти також відзначили вартість і ризик обміну валюти, а також труднощі в обробці електронних переказів і прийнятті іноземних кредитних карт. Близько 18% респондентів вказали на обмежену кількість варіантів здійснення міжнародних електронних платежів у власній державі [14]. Таким чином, функціонування міжнародної електронної торгівлі в сучасній системі світогосподарських відносин створює значні переваги, як для продавця, так і безпосередньо для самого споживача. Проте, міжнародній електронній торгівлі притаманні і певні проблеми, які обмежують можливі темпи її розвитку і стримують її ефективне поширення на всі регіони світу. Незважаючи на всі недоліки та проблеми, дана галузь залишається однією з найбільш перспективних і володіє значним потенціалом розвитку як на національних, так і на зарубіжних ринках.

**Висновки.** Отже, серед факторів, які гальмують розвиток електронної торгівлі, виділено великий відрив країн, що розвиваються, та найменш розвинених країн від держав-лідерів в рівні розвитку інформаційно-комунікаційних технологій, обсягах доходів та наявності необхідної інфраструктури. Крім того, не існує уніфікованих законодавчих норм, які могли б ефективно регулювали електронну торгівлю на міжнародному рівні, та комплексних оцінок, які б дозволили більш точно визначити обсяги електронної торгівлі. Також однією з проблем є поширення шахрайських дій в сфері електронної торгівлі, постійне збільшення кількості атак, які ставлять під загрозу захист особистих даних споживачів.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Internet World Stats World internet users and 2022 Population Stats. URL: <https://www.internetworldstats.com/stats.htm>
2. UNCTAD Digital economy report. URL: [https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/der2019\\_en.pdf](https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/der2019_en.pdf)
3. USAID Ecommerce Development Survey and Index. URL: [https://pdf.usaid.gov/pdf\\_docs/PA00MP8T.pdf](https://pdf.usaid.gov/pdf_docs/PA00MP8T.pdf)
4. European Commission EU Aid for Trade Progress Report. URL: [https://www.ebcam.eu/images/eu-aid-for-trade-progress-report-2019\\_en.pdf](https://www.ebcam.eu/images/eu-aid-for-trade-progress-report-2019_en.pdf)
5. Zayats O. Trade and competitive cooperation of the EU with the major international integration groupings. *Actual problems of international relations*. 2020. № 143. P. 55-68. DOI: <https://doi.org/10.17721/apmv.2020.143.1.57-68>
6. E-Commerce Value of e-commerce losses to online payment fraud worldwide from 2020 to 2023. URL: <https://www.statista.com/statistics/1273177/ecommerce-payment-fraud-losses-globally/>
7. Signal Sciences The Rising Tide of E-commerce Fraud: Methods, Patterns, and Defensive Measures. URL: [https://info.signalsciences.com/hubfs/resources/report-rising-tide-ecommerce-fraud.pdf?utm\\_campaign=Report%20-%20Retail%20E-Commerce%20Report%202019&utm\\_source=hs\\_automation&utm\\_medium=email&utm\\_content=79636281&\\_hsenc=p2ANqtz--GBGTn0bBP\\_UdXp4VV6NvXUGdeA42gsBvxIdeZu9-1T9Mw7S2T52p-jmDwCVHZkbbXZQ6n1AJU-7b7Q4dtd5mljy\\_Kw&\\_hsmi=79636281](https://info.signalsciences.com/hubfs/resources/report-rising-tide-ecommerce-fraud.pdf?utm_campaign=Report%20-%20Retail%20E-Commerce%20Report%202019&utm_source=hs_automation&utm_medium=email&utm_content=79636281&_hsenc=p2ANqtz--GBGTn0bBP_UdXp4VV6NvXUGdeA42gsBvxIdeZu9-1T9Mw7S2T52p-jmDwCVHZkbbXZQ6n1AJU-7b7Q4dtd5mljy_Kw&_hsmi=79636281)

8. Lourenco Rafael Fraud fears limit cross border ecommerce, but they don't have to. URL: <https://www.digitalcommerce360.com/2019/03/19/fraud-fears-limit-crossborder-ecommerce-but-they-dont-have-to/>
9. European Consumer Centres Network Fraud in cross-border e-commerce. URL: [https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/online\\_fraud\\_2017.pdf](https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/online_fraud_2017.pdf)
10. Крегул Ю., Батрименко В., Батрименко В. Правове регулювання міжнародної електронної комерції. *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право*. 2018. № 2. URL: [http://zt.knteu.kiev.ua/files/2018/02\(97\)/16.pdf](http://zt.knteu.kiev.ua/files/2018/02(97)/16.pdf)
11. UNCTAD Summary of Adoption of E-Commerce Legislation Worldwide. 2022. URL: <https://unctad.org/topic/ecommerce-and-digital-economy/ecommerce-law-reform/summary-adoption-e-commerce-legislation-worldwide>
12. E-Commerce Leading e-commerce retails worldwide in 2022 and 2027, based on estimated sales. URL: <https://www.statista.com/statistics/1316966/e-commerce-sales-retailers-worldwide/>
13. Understanding the Challenges in Cross-Border eCommerce. URL: <https://www.pitneybowes.com/my/global-ecommerce/case-studies/the-challenges-of-cross-border-ecommerce.html>
14. World Economic Forum Addressing E-Payment Challenges in Global E-Commerce. URL: [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_Addressing\\_E-Payment\\_Challenges\\_in\\_Global\\_E-Commerce\\_clean.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_Addressing_E-Payment_Challenges_in_Global_E-Commerce_clean.pdf)
15. Zayats O. The EU Global Competitive Force Index. *Economic Annals-XXI*. 2020. Vol. 183. Issue 5–6. P. 17–25. DOI: <https://doi.org/10.21003/ea.V183-02>
16. Заяць О. І. Міжнародна економічна інтеграція як передумова трансформації глобальної конкурентної сили. *Sciences of Europe*. (Praha, Czech Republic). 2020. № 4 (51). С. 26–30.
17. Заяць О. І. Моделі конкурентної сили міжнародних інтеграційних об'єднань. *Інвестиції: практика та досвід*. 2020. № 15–16. С. 40–46. DOI: [10.3270/2306-6814.2020.15-16.40](https://doi.org/10.3270/2306-6814.2020.15-16.40)

## REFERENCES:

1. Internet World Stats World internet users and 2022 Population Stats. Retrieved from: <https://www.internetworldstats.com/stats.htm>
2. UNCTAD Digital economy report. Retrieved from: [https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/der2019\\_en.pdf](https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/der2019_en.pdf)
3. USAID Ecommerce Development Survey and Index. Retrieved from: [https://pdf.usaid.gov/pdf\\_docs/PA00MP8T.pdf](https://pdf.usaid.gov/pdf_docs/PA00MP8T.pdf)
4. European Commission EU Aid for Trade Progress Report. Retrieved from: [https://www.ebcam.eu/images/eu-aid-for-trade-progress-report-2019\\_en.pdf](https://www.ebcam.eu/images/eu-aid-for-trade-progress-report-2019_en.pdf)
5. Zayats O. (2020) Trade and competitive cooperation of the EU with the major international integration groupings. *Actual problems of international relations*. № 143. P. 55–68. DOI: <https://doi.org/10.17721/apmv.2020.143.1.57-68>
6. E-Commerce Value of e-commerce losses to online payment fraud worldwide from 2020 to 2023. Retrieved from: <https://www.statista.com/statistics/1273177/ecommerce-payment-fraud-losses-globally/>
7. Signal Sciences The Rising Tide of E-commerce Fraud: Methods, Patterns, and Defensive Measures. Retrieved from: [https://info.signalsciences.com/hubfs/resources/report-rising-tide-ecommerce-fraud.pdf?utm\\_campaign=Report%20-%20Retail%20E-Commerce%20Report%202019&utm\\_source=hs\\_automation&utm\\_medium=email&utm\\_content=79636281&\\_hsenc=p2ANqtz--GBGTn0bBP\\_UdXp4VV6NvXUGdeA42gsBvxIde-Zu9-1T9Mw7S2T52p-jmDwCVHZkbbkBXZQ6n1AJU-7b7Q4dtd5mlyj\\_Kw&\\_hsmi=79636281](https://info.signalsciences.com/hubfs/resources/report-rising-tide-ecommerce-fraud.pdf?utm_campaign=Report%20-%20Retail%20E-Commerce%20Report%202019&utm_source=hs_automation&utm_medium=email&utm_content=79636281&_hsenc=p2ANqtz--GBGTn0bBP_UdXp4VV6NvXUGdeA42gsBvxIde-Zu9-1T9Mw7S2T52p-jmDwCVHZkbbkBXZQ6n1AJU-7b7Q4dtd5mlyj_Kw&_hsmi=79636281)
8. Lourenco Rafael Fraud fears limit cross border ecommerce, but they don't have to. Retrieved from: <https://www.digitalcommerce360.com/2019/03/19/fraud-fears-limit-crossborder-ecommerce-but-they-dont-have-to/>
9. European Consumer Centres Network Fraud in cross-border e-commerce. URL: [https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/online\\_fraud\\_2017.pdf](https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/online_fraud_2017.pdf)
10. Krehul Yu., Batrymenko V., Batrymenko B. (2018) Pravove rehuliuвання mizhnarodnoi elektronnoi komertsii. *Zovnishnia torhivlia: ekonomika, finansy, pravo*. № 2. Retrieved from: [http://zt.knteu.kiev.ua/files/2018/02\(97\)/16.pdf](http://zt.knteu.kiev.ua/files/2018/02(97)/16.pdf)
11. UNCTAD Summary of Adoption of E-Commerce Legislation Worldwide. 2022. Retrieved from: <https://unctad.org/topic/ecommerce-and-digital-economy/ecommerce-law-reform/summary-adoption-e-commerce-legislation-worldwide>
12. E-Commerce Leading e-commerce retails worldwide in 2022 and 2027, based on estimated sales. Retrieved from: <https://www.statista.com/statistics/1316966/e-commerce-sales-retailers-worldwide/>
13. Understanding the Challenges in Cross-Border eCommerce. Retrieved from: <https://www.pitneybowes.com/my/global-ecommerce/case-studies/the-challenges-of-cross-border-ecommerce.html>
14. World Economic Forum Addressing E-Payment Challenges in Global E-Commerce. Retrieved from: [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_Addressing\\_E-Payment\\_Challenges\\_in\\_Global\\_E-Commerce\\_clean.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_Addressing_E-Payment_Challenges_in_Global_E-Commerce_clean.pdf)



15. Zayats O. (2020) The EU Global Competitive Force Index. *Economic Annals-XXI*. Vol. 183, Issue 5–6. P. 17–25. DOI: <https://doi.org/10.21003/ea.V183-02>
16. Zaiats O. (2020) Mizhnarodna ekonomichna intehtratsiia yak peredumova transformatsii hlobalnoi konkurentnoi syly [International economic integration as a prerequisite for the transformation of global competitiveness]. *Sciences of Europe (Praha, Czech Republic)*. № 4 (51). P. 26–30.
17. Zaiats O. (2020) Modeli konkurentnoi syly mizhnarodnykh intehtratsiinykh obiednan [Models of the competitive power of international integration associations]. *Investytsii: praktyka ta dosvid*. № 15–16. P. 40–46. DOI: [10.3270/2306-6814.2020.15-16.40](https://doi.org/10.3270/2306-6814.2020.15-16.40)