

УДК 658.849

DOI: <https://doi.org/10.32782/2786-8141/2025-10-13>**Рубаненко І. М.**здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти,
Херсонський державний аграрно-економічний університет**Ihor Rubanenko**

Kherson State Agrarian and Economic University

Шепель І. В.

кандидат економічних наук, доцент,

доцент кафедри підприємництва, обліку та фінансів,

Херсонський державний аграрно-економічний університет

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6728-5579>**Inesa Shepel**

Kherson State Agrarian and Economic University

ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ В ЄС ТА УКРАЇНІ: ТРЕНДИ, ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

E-COMMERCE IN THE EU AND UKRAINE: TRENDS, CHALLENGES, AND PROSPECTS

Анотація. У статті розглянуто основні тенденції розвитку електронної комерції в Європейському Союзі та Україні, зокрема зміни, що відбуваються під впливом цифровізації, глобалізації та зростання популярності онлайн-торгівлі. Проаналізовано сучасний стан ринку електронної комерції в країнах ЄС, де спостерігається високий рівень проникнення інтернет-технологій, широке використання електронних платіжних систем та активна інтеграція цифрових маркетингових стратегій. Визначено ключові тенденції, такі як збільшення мобільної комерції, використання штучного інтелекту для персоналізації покупок, розвиток екологічно відповідальної торгівлі та посилення захисту персональних даних споживачів. Особливу увагу приділено стану електронної комерції в Україні, яка активно розвивається, хоча й стикається з певними викликами. Окреслено основні бар'єри, серед яких нерівномірний доступ до швидкісного інтернету, проблеми з логістикою та кур'єрськими службами, недостатній рівень довіри до онлайн-платежів та правові аспекти захисту прав споживачів. Водночас відзначено позитивні зрушення, зокрема розвиток маркетплейсів, зростання популярності електронних платежів, а також активне використання соціальних мереж для просування товарів та послуг. У статті також розглянуто перспективи подальшого розвитку електронної комерції в Україні в контексті євроінтеграції. Проаналізовано можливості адаптації українського законодавства до стандартів ЄС, що сприятиме підвищенню рівня конкуренції, захисту прав споживачів та розвитку електронних послуг. Визначено роль інноваційних технологій, зокрема блокчейну, Big Data та штучного інтелекту, у формуванні сучасної моделі електронної торгівлі. Додатково наголошено на важливості державної підтримки та стимулювання малого і середнього бізнесу до переходу в онлайн-середовище, що сприятиме економічному зростанню та розширенню ринкових можливостей. Запропоновано рекомендації щодо покращення цифрової інфраструктури, вдосконалення механізмів кібербезпеки та популяризації електронної комерції серед населення як перспективного напрямку розвитку економіки. Таким чином, електронна комерція як у ЄС, так і в Україні демонструє динамічний розвиток, що супроводжується викликами та можливостями. Для успішної інтеграції України у глобальний цифровий ринок необхідно вдосконалювати законодавчу базу, розвивати інфраструктуру та сприяти підвищенню цифрової грамотності населення.

Ключові слова: електронна комерція, інтернет, цифрові технології, кібербезпека, захист платіжних даних.

Abstract. E-commerce is one of the most dynamic segments of the global economy, actively developing in the European Union and Ukraine. It contributes to the digital transformation of business, the expansion of markets, the enhancement of competition, and the formation of new consumer habits. The article discusses the key trends in the development of e-commerce in the EU, particularly the growth in online sales, the development of mobile commerce, the implementation of modern payment technologies, and the strengthening of legal regulation. It is noted that the rapid growth of e-commerce in the EU is driven by the adoption of innovative solutions that improve efficiency and convenience for users. The article also analyzes the impact of European experience on the development of e-commerce in Ukraine, especially in light of the integration processes within the framework of the Association Agreement with the EU. The adaptation of European practices in Ukraine will help improve the domestic market, particularly in ensuring the safety of purchases and improving logistics processes. Special attention is given to the challenges facing e-commerce, such as online payment security issues, the fight against cybercrime, cross-border trade regulation, and the need to adapt logistics infrastructure to new realities. In Ukraine, despite the positive dynamics of e-commerce development, there are barriers related to a lack of digital literacy, low trust in online payments, and an underdeveloped legal framework, which limits the potential of the sector. The article proposes ways to improve e-commerce in Ukraine based on European experience. The main areas include harmonizing legislation in line with EU standards, developing secure payment systems, improving logistics infrastructure, and expanding access for small and medium-sized businesses to global marketplaces. The implementation of European practices will contribute to enhancing the competitiveness of Ukrainian enterprises, improving investment conditions, and integrating into the international digital market, enabling Ukraine to effectively compete in the global e-commerce arena.

Keywords: e-commerce, internet, digital technologies, cybersecurity, payment data protection.

Постановка проблеми. Сучасний етап розвитку економіки характеризується активним впровадженням цифрових технологій у всі сфери діяльності, зокрема у сферу комерції. Електронна комерція (e-commerce) стала важливим інструментом ведення бізнесу, що дозволяє підприємствам розширювати ринки збуту, автоматизувати процеси продажу та підвищувати ефективність управління ресурсами. Розвиток електронної комерції ґрунтується на застосуванні інноваційних технологій, включаючи штучний інтелект, хмарні сервіси, великі дані та блокчейн. Однак, попри очевидні переваги, існують також низка проблем, зокрема, питання безпеки електронних транзакцій, захисту персональних даних, правового регулювання та адаптації бізнес-моделей до цифрового середовища. Актуальність теми дослідження зумовлена необхідністю удосконалення методології організації електронної комерції, що сприятиме ефективному використанню цифрових технологій у підприємницькій діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематику розвитку електронної комерції досліджували такі науковці, як Даньків В. [1], Дубель М., Барвінченко О. [2], Баула О., Лютак О., Федішин В. [3], Краус К.М., Краус Н.М., Манжура О.В. [4], Іпполітова І. [5], Ковбатюк Г. [6], Трубін І.О. [7] Шалева О.І. [8] та ін. Електронна комерція може призвести до втрати робочих місць у деяких секторах, таких як роздрібна торгівля та транспорт. Однак, вона також створює нові робочі місця в таких сферах, як ІТ, маркетинг, логістика та обслуговування клієнтів [1]. З точки зору політики, найбільш важливими для суспільства є питання, пов'язані з економічними елементами інформаційної мережі, такими як: електронний уряд, електронний бізнес, охорона здоров'я, електронна освіта, трудові відносини, електронна культура тощо [2, с. 16]. Однак, бурхливий розвиток електронної комерції, супроводжується низкою проблем в міжнародному бізнес-середовищі, які потребують ретельного дослідження та вирішення [3, с. 285]. Відтак філософія бізнесу змінюється під впливом цифровізації, зазнає змін і поведінка учасників електронної комерції [4, с. 5]. В межах електронної торгівлі розподілення ринку відбувається через визначення типів бізнесу та бізнес-процесів проведення операцій з використанням методів електронної торгівлі [5]. Ринок eCommerce суттєво впливає на міжнародну торгівлю змінюючи її обсяги, структуру, конкурентне середовище, зайнятість та поведінку споживачів [6, с. 129.]. Тому будь-якому бізнесу для успішного довготривалого функціонування в мережі необхідно враховувати тенденції розвитку електронної торгівлі [7, с. 19]. Електронна торгівля надає надзвичайні можливості для сучасного бізнесу збільшувати прибуток під час зростання попиту [8]. Також проаналізовані перспективи розвитку електронної торгівлі України при вступі до ЄС. Електронна комерція в Європейському Союзі розвивається нерівномірно, і деякі країни демонструють вищий рівень розвитку в цій сфері. Згідно з Міжнародним індексом цифрової економіки та суспільства (I-DESI), лідерами за загальною цифровою ефективністю в ЄС є Фінляндія, Швеція, Данія та Нідерланди. Ці країни також є світовими лідерами у цифровій сфері [9]. Регіон DACH, до якого входять Німеччина, Австрія та Швейцарія, вважається одним із найпривабливіших для електронної комерції в Європі. Це зумовлено економічною стабільністю, роз-

виною логістичною інфраструктурою та широким доступом до високошвидкісного інтернету [10]. Країни Північної Європи, такі як Данія, Фінляндія, Норвегія та Швеція, рано почали розвивати інтернет-інфраструктуру, що сприяло становленню розвинутого ринку електронної комерції. Сьогодні в цих країнах значна частина населення регулярно здійснює онлайн-покупки [11]. Таким чином, найбільш розвинена електронна комерція спостерігається в країнах Північної та Західної Європи, зокрема у Фінляндії, Швеції, Данії, Нідерландах, Німеччині, Австрії та Швейцарії.

Метою статті є аналіз основних тенденцій розвитку електронної комерції в Європейському Союзі та Україні, дослідження викликів, з якими стикаються ці ринки, а також вивчення перспектив і можливостей для подальшого вдосконалення електронної комерції в Україні з урахуванням європейського досвіду. Стаття також має на меті запропонувати шляхи розвитку законодавчої та інфраструктурної бази, сприяючи інтеграції України в глобальний цифровий ринок та підвищенню конкурентоспроможності вітчизняних підприємств на міжнародній арені.

Виклад основного матеріалу. Електронна комерція в Україні демонструвала стабільне зростання до 2022 р., з річним приростом у 20–30% починаючи з 2018 р. Пандемія COVID-19 у 2020 р. прискорила перехід споживачів до онлайн-покупок, що призвело до зростання обсягів електронної комерції на 40% у порівнянні з попереднім роком [12]. Однак, у 2022 р. через повномасштабне вторгнення Росії в Україну обсяги електронної комерції значно знизилися, зменшившись майже на 90%. Попри це, вже у квітні 2022 р. спостерігалось поступове відновлення ринку, і до лютого 2023 р. обсяги продажів майже досягли рівня лютого 2022 р. [13]. Серед сучасних тенденцій розвитку електронної комерції в Україні варто відзначити зростання мобільної комерції: 91% споживачів здійснюють онлайн-покупки зі смартфонів, а прогнозується, що у 2024 р. мобільна комерція складатиме 40,4% усіх продажів e-commerce [14]. Таким чином, попри виклики, український ринок електронної комерції демонструє стійкість та адаптивність, продовжуючи розвиватися в сучасних умовах. Електронна комерція є важливим чинником економічного розвитку країн Європейського Союзу, сприяючи цифровій трансформації бізнесу, зростанню ВВП та створенню нових робочих місць [15]. Завдяки єдиному цифровому ринку (Digital Single Market) ЄС активно розвиває механізми регулювання e-commerce, впроваджує стандарти кібербезпеки та захисту прав споживачів. Однак, незважаючи на значний прогрес, існує низка проблем, що гальмують розвиток електронної комерції та вимагають вдосконалення організаційних і методологічних підходів. Аналіз динаміки розвитку електронної комерції в країнах ЄС показує її стійке зростання та зростаючу роль у загальній структурі продажів [16]. Частка компаній, що здійснюють продажі через електронну комерцію, зросла з 14,52% у 2014 р. до 20,8% у 2024 р., що свідчить про активну цифрову трансформацію бізнесу та підвищення рівня довіри до онлайн-торгівлі (рис. 1).

Основними факторами, що сприяли цьому зростанню, є розвиток цифрової інфраструктури, розширення єдиного цифрового ринку ЄС, удосконалення платіжних систем і логістичних рішень, а також впровадження сучасних технологій, таких як штучний інтелект та ана-

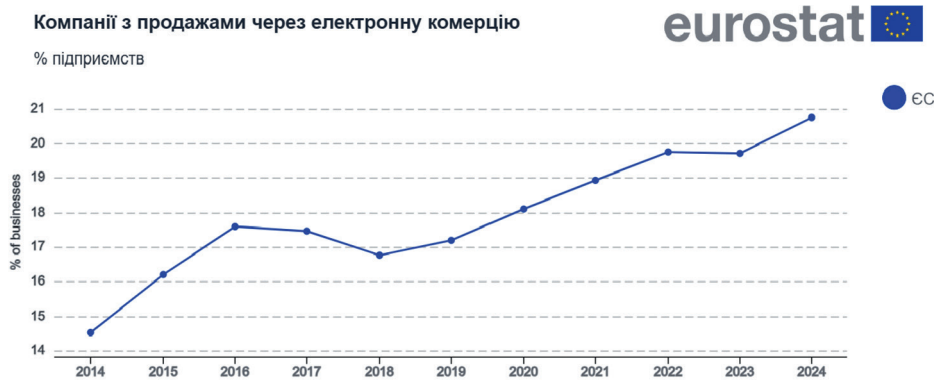


Рисунок 1 – Частка компаній, що здійснюють продажі через електронну комерцію в країнах ЄС

Джерело: [17]

ліз великих даних. Однак, попри позитивну динаміку, зберігаються певні виклики, зокрема регуляторна фрагментація між країнами-членами, питання кібербезпеки та потреба у подальшій адаптації малого та середнього бізнесу до цифрових реалій. Для подальшого зростання електронної комерції в ЄС необхідно продовжувати гармонізацію нормативно-правової бази, покращувати інфраструктуру та впроваджувати інноваційні підходи до онлайн-продажів.

Оборот бізнесу від продажів через електронну комерцію у 2024 р. складає 19,1% загального обороту. На рис. 2 подана інформація з 2014 р. до 2024 р. і інформацією про динаміку обороту бізнесу в країнах ЄС.

Основними факторами, що сприяли цьому зростанню, є розвиток цифрової інфраструктури, розширення єдиного цифрового ринку ЄС, удосконалення платіжних систем і логістичних рішень, а також впровадження сучасних технологій, таких як штучний інтелект та аналіз великих даних. Однак, попри позитивну динаміку, зберігаються певні виклики, зокрема регуляторна фрагментація між країнами-членами, питання кібербезпеки та потреба у подальшій адаптації малого та середнього бізнесу до цифрових реалій. Для подальшого зростання електронної комерції в ЄС необхідно продовжувати гармонізацію нормативно-правової бази, покращувати інфраструктуру та впроваджувати інноваційні підходи до онлайн-продажів. За даними Євростату, частка обороту бізнесу в країнах ЄС від продажів через електронну

комерцію зросла з 13,8% у 2014 р. до 19,1% у 2024 р. Це свідчить про поступове, але стабільне зростання значення цифрових продажів у загальному обсязі комерційної діяльності підприємств (рис. 2).

Фактори, що сприяли цьому зростанню: розвиток цифрової інфраструктури та вдосконалення технологій, що полегшують електронну торгівлю: підвищення рівня довіри до онлайн-покупок, особливо після пандемії COVID-19, яка пришвидшила перехід бізнесу в онлайн-середовище; розширення єдиного цифрового ринку ЄС, що спрощує трансграничну торгівлю.; автоматизація бізнес-процесів та використання великих даних (Big Data), штучного інтелекту та персоналізованого маркетингу; покращення логістики та платіжних систем, що сприяє зручності онлайн-торгівлі.

Однак, хоча зростання є позитивним, темпи збільшення обороту e-commerce залишаються відносно помірними. За 10 років (2014–2024 рр.) цей показник зріс лише на 5,3%, що може бути пов'язано з відмінностями в розвитку електронної комерції між різними країнами ЄС; обмеженнями регуляторного характеру, включаючи складність оподаткування та дотримання законодавства (наприклад, GDPR); високими витратами на цифрову трансформацію для малих і середніх підприємств; конкуренцією з боку традиційної роздрібною торгівлі, яка також адаптується до цифрової епохи. Попри стабільне зростання частки обороту електронної комерції в ЄС, його темпи залишаються відносно помірними. Для подаль-



Рисунок 2 – Оборот бізнесу в країнах ЄС від продажів через електронну комерцію 2014–2024 рр.

Джерело: [17]

шого розвитку необхідне посилення підтримки малого та середнього бізнесу, спрощення нормативного регулювання, покращення логістичних можливостей та активне впровадження цифрових технологій. На рис 3 згрупована інформація, щодо кількості людей, які купують онлайн від 16–75 років (%) по країнам ЄС.

Електронна комерція продовжуватиме відігравати важливу роль в економіці ЄС, однак для прискорення її розвитку необхідні комплексні заходи з боку як урядів, так і бізнесу. За даними Євростату, частка людей, які здійснюють покупки онлайн у країнах ЄС, зросла з 53,8% у 2020 р. до 60,2% у 2024 р. Це свідчить про постійне збільшення популярності електронної комерції серед споживачів. Основні фактори, що сприяли цьому зростанню:

- зміни в споживчій поведінці після пандемії COVID-19, яка стимулювала розвиток онлайн-шопінгу та привчила споживачів до зручності електронної комерції;

- покращення цифрової інфраструктури та поширення швидкісного інтернету, що зробило онлайн-покупки доступнішими для більшої кількості людей;

- зростання довіри до електронних платежів та посилення безпеки онлайн-транзакцій, завдяки чому більше споживачів віддають перевагу покупкам в інтернеті;

- активний розвиток маркетплейсів та мобільної комерції (m-commerce), що дозволяє здійснювати покупки швидко та зручно через мобільні додатки;

- розширення асортименту товарів та послуг, що доступні онлайн, включаючи їжу, медичні товари та цифрові послуги.

Попри позитивну динаміку, зростання частки онлайн-покупців у 2020–2024 рр. відбулося лише на 6,4%. Це свідчить про те, що значна частина населення все ще віддає перевагу традиційним покупкам або має обмежений доступ до електронної комерції через вікові, технічні чи регіональні бар'єри. Електронна комерція продовжує активно розвиватися в країнах ЄС, і дедалі більше людей обирають онлайн-шопінг. Водночас, щоб прискорити подальше зростання цього сегмента, необхідно зосередитися на покращенні цифрової грамотності населення, подальшому зміцненні довіри до онлайн-покупок, удосконаленні логістики та розширенні доступу до інтернет-торгівлі для віддалених регіонів.

Основними проблемами організації та розвитку електронної комерції в країнах ЄС є:

1. Фрагментація ринку та нормативних вимог. Попри наявність загальних правил ЄС, в окремих країнах зберігаються відмінності у законодавстві щодо електронної комерції, податкової політики та цифрової ідентифікації. Це ускладнює діяльність міжнародних e-commerce платформ.

2. Кібербезпека та захист персональних даних. ЄС має жорстке регулювання у сфері цифрової безпеки (GDPR, NIS2), проте кіберзагрози, шахрайство та витоки даних залишаються серйозною проблемою для бізнесу та споживачів.

3. Логістичні бар'єри та висока вартість доставки. Незважаючи на розвинену інфраструктуру, різниця в логістичних можливостях між країнами ЄС впливає на швидкість та вартість транскордонних відправлень, що створює конкурентні виклики для малих і середніх підприємств.

4. Оподаткування електронної комерції. Введення єдиного механізму сплати ПДВ (One Stop Shop) є важливим кроком, але складність адміністрування податків для міжнародних e-commerce компаній залишається проблемою.

5. Довіра споживачів до електронної комерції. Попри розвиток цифрових платформ, частина європейських споживачів віддає перевагу традиційній торгівлі через побоювання щодо якості товарів, безпеки платежів та труднощів із поверненням товарів.

6. Вплив цифрових технологій та штучного інтелекту. Інновації, такі як big data, AI, blockchain, сприяють розвитку e-commerce, але потребують значних інвестицій та адаптації малого бізнесу до нових технологічних викликів.

Нами згруповані основні напрями адаптації та наведено їх характеристика та умови впровадження :

1. Удосконалення законодавчої бази через гармонізацію з європейським законодавством, адаптація українських законів до стандартів ЄС, зокрема Директиви про електронну комерцію (2000/31/ЄС) та Загального регламенту про захист даних (GDPR). Врегулювання оподаткування e-commerce, створення прозорих механізмів оподаткування електронної торгівлі для уникнення тінізації ринку. Захист прав споживачів та впровадження європейських стандартів гарантійних

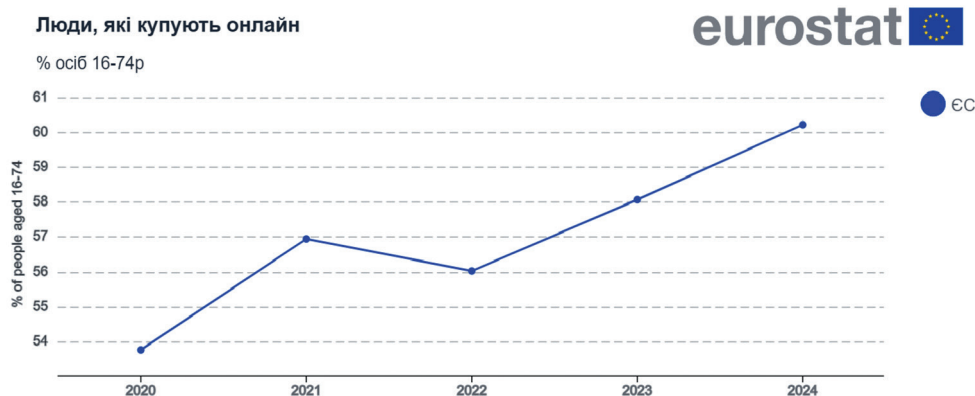


Рисунок 3 – Люди, які купують онлайн за даними Євростата у 2020–2024 рр.

Джерело: [17]

зобов'язань, повернення товарів та механізмів вирішення спорів.

2. Розвиток цифрової інфраструктури: покращення інтернет-покриття та забезпечення стабільного високошвидкісного інтернету, особливо в сільській місцевості; модернізація платіжних систем, сприяння розвитку безконтактних платежів, мобільних гаманців та криптовалютних технологій; підтримка стартапів у сфері e-commerce та створення державних грантів та пільгових кредитів для підприємців.

3. Логістика та міжнародна інтеграція: розвиток інфраструктури доставки та створення єдиної національної системи логістики за прикладом європейських компаній DHL, DPD, GLS; спрощення митних процедур за допомогою автоматизації імпорتنих та експортних операцій, співпраця з платформами ЄС; інтеграція з європейськими маркетплейсами та вихід українських продавців на Amazon, eBay, Allegro, Otto.

4. Довіра та безпека: посилення кібербезпеки, запровадження стандартів захисту даних та боротьба з шахрайством в інтернет-торгівлі; підтримка відгуків та рейтингів та впровадження прозорої системи оцінок, як у ЄС, що підвищить довіру покупців; цифрова

освіта для бізнесу та споживачів через курси з безпечного онлайн-шопінгу та використання e-commerce технологій.

5. Стимулювання мобільної комерції (m-commerce) – адаптація сайтів до мобільних пристроїв, створення зручних мобільних додатків за аналогією з європейськими ритейлерами; розвиток соціальної комерції (S-commerce) та використання соцмереж (Facebook, Instagram, TikTok) для продажів.

Висновки. Імплементация європейського досвіду в електронну комерцію України сприятиме збільшенню довіри споживачів, розширенню бізнес-можливостей та інтеграції в єдиний цифровий ринок ЄС. Це дозволить зробити український e-commerce більш конкурентоспроможним та стійким до сучасних викликів. Таким чином, організація та методологія розвитку електронної комерції в країнах ЄС потребує комплексного підходу, спрямованого на усунення регуляторних бар'єрів, посилення кібербезпеки, покращення логістичної інфраструктури та впровадження сучасних цифрових технологій. Для розвитку електронної комерції в Україні варто врахувати найкращі практики країн ЄС, які дозволили їм досягти високого рівня цифрової економіки.

Бібліографічний список:

1. Даників В. В. Вплив електронної комерції на ринок праці в контексті розвитку цифрової економіки. Академічні візії. 2022. Випуск 8–9. DOI: <http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.6859604> (дата звернення: 03.02.2025).
2. Дубель М. В., Барвінченко О. О. Особливості розвитку електронної комерції в Україні в умовах війни. *Економіка та управління національним господарством*. 2023. № 27. С. 16–22. DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-3583/27.2> (дата звернення: 08.02.2025).
3. Баула О., Лютак О., Фецишин В. Розвиток електронної комерції та її вплив на вітчизняне та міжнародне бізнес-середовище. *Економічний простір*. 2024. № (191). С. 285–289. DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/191-47> (дата звернення: 05.02.2025).
4. Краус К. М., Краус Н. М., Манжура О. В. Електронна комерція та Інтернет-торгівля: навчально-методичний посібник. Київ : Аграр Медіа Груп, 2021. 454 с.
5. Іпполітова І. Я. Перспективи розвитку електронної торгівлі в Україні в умовах цифровізації економіки. *Економіка та суспільство*. 2023. Випуск 47. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-47-18> (дата звернення: 08.02.2025).
6. Ковбатиюк Г. О. Роль інформаційних технологій та інновацій в управлінні зовнішньоторговельною діяльністю підприємств. *Economic Synergy*. 2023. № 4. С. 128–146. DOI: <https://doi.org/10.53920/ES-2023-4-9> (дата звернення: 10.02.2025).
7. Трубін І. О. Правові засади функціонування електронних грошей у сфері електронної комерції : монографія. Київ : Алерта, 2013. 136 с.
8. Шалева О. І. Електронна комерція: навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2011. 216 с.
9. Новий звіт ЄС показав важливість цифрової стійкості в період кризи. URL: https://eufordigital.eu/uk/new-eu-report-shows-the-importance-of-digital-resilience-in-times-of-crisis/?utm_source=chatgpt.com (дата звернення: 03.02.2025).
10. Електронна комерція в регіоні DACH у 2023 році: особливості та тенденції. URL: https://fulfillment-box.com/uk/elektronna-komertsiiia-v-rehioni-dach-2023/?utm_source=ch (дата звернення: 04.02.2025).
11. Електронна торгівля у країнах Скандинавії: особливості і методи доставки. URL: https://es-trans.com.ua/elektronna-torgivlya-u-krayinah-skandynaviyi-osoblyvosti-i-metody-dostavky/?utm_source=chatgpt.com (дата звернення: 01.02.2025).
12. Чеченюк І. Шафранська В. Розвиток електронної комерції в Україні. URL: https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/36355/2/FMZKPNES_2021_Checheniuk_I-Development_of_electronic_161-162.pdf?utm_source=chatgpt.com (дата звернення: 05.02.2025).
13. Як змінилася електронна комерція у 2022 році – дослідження Admitad. URL: https://eba.com.ua/yak-zmynylasya-elektronna-komertsiiya-u-2022-rotsi-doslidzhennya-admitad/?utm_source=chatgpt.com (дата звернення: 05.02.2025).
14. Тенденції 2024 електронної комерції в Україні. URL: https://www.proresultat.com/tendencii-2024-elektronnoi-komercii-v-ukraine?utm_source=chatgpt.com (дата звернення: 02.02.2025).
15. Офіційний сайт Європейського Союзу. URL: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/isoc_ec_esels_custom_12769202/bookmark/table?lang=en&bookmarkId=b540bfb6-b45a-4c71-8c38-863ed1288385 (дата звернення: 01.02.2025).
16. Дубель М. В. Особливості розвитку електронної комерції: іноземний досвід. URL: https://re.gov.ua/re202302/re202302_138_DubelMV.pdf (дата звернення: 04.02.2025).
17. Інформаційна панель цифровізації. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat/cache/dashboard/digitalisation/> (дата звернення: 01.02.2025).

References:

1. Dankiv V. V. (2022) Vplyv elektronnoi komertsii na rynek pratsi v konteksti rozvytku tsyfrovoy ekonomiky [The impact of e-commerce on the labor market in the context of the development of the digital economy]. *Akademichni vizii*, vol. pp. 8–9. DOI: <http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.6859604> (accessed February 3, 2025).
2. Dubel M. V., Barvinchenko O. O. (2023) Osoblyvosti rozvytku elektronnoi komertsii v Ukraini v umovakh viiny [Peculiarities of the development of electronic commerce in Ukraine in the conditions of war]. *Ekonomika ta upravlinnia natsionalnym hospodarst-*

vom – *Economy and management of the national economy*, vol. 27, pp. 16–22. DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-3583/27.2> (accessed February 8, 2025).

3. Baula O., Liutak O., Fedyshyn, V. (2024) Rozvytok elektronnoi komertsii ta yii vplyv na vitchyzniane ta mizhnarodne biznes-seredovyshche [Development of E-commerce and Its Impact on the Domestic and International Business Environment]. *Ekonomichniyi prostir*, vol. 191, pp. 285–289. DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/191-47> (accessed February 5, 2025).

4. Kraus K. M., Kraus N. M., Manzhura O. V. (2021) Elektronna komertsii ta Internet-torhivlia [E-commerce and Online Trading]: navchalno-metodychnyi posibnyk. Kyiv: Ahrar Media Hrup, 454 p. (in Ukrainian)

5. Ippolitova I. Ya. (2023) Perspektyvy rozvytku elektronnoi torhivli v Ukraini v umovakh tsyfrovizatsii ekonomiky [Prospects for the development of e-commerce in Ukraine in the conditions of digitalization of the economy]. *Ekonomika ta suspilstvo – Economy and society*, vol. 47. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-47-18> (accessed February 8, 2025).

6. Kovbatiuk H. O. (2023) Rol informatsiinykh tekhnolohii ta innovatsii v upravlinni zovnishnotorhovelnoiu diialnistiu pidpriemstv [The role of information technologies and innovations in the management of foreign trade activities of enterprises]. *Economic Synergy*, vol. 4, pp. 128–146. DOI: <https://doi.org/10.53920/ES-2023-4-9> (accessed February 10, 2025).

7. Trubin I. O. (2013). Pravovi zasady funktsionuvannia elektronnykh hroshei u sferi elektronnoi komertsii [Legal Principles of the Functioning of Electronic Money in the Field of Electronic Commerce]. Kyiv: Alerta. (in Ukrainian)

8. Shaleva O. I. (2021) Elektronna komertsii [E-commerce]: navch. posib. Kyiv: Tsentr uchbovoi literatury. 216 p. (in Ukrainian)

9. Novyi zvit Yes pokazav vazhlyvist tsyfrovoyi stiikosti v period kryzy [A new EU report highlights the importance of digital resilience during times of crisis]. Available at: https://eufordigital.eu/uk/new-eu-report-shows-the-importance-of-digital-resilience-in-times-of-crisis/?utm_source=chatgpt.com (accessed February 3, 2025).

10. Elektronna komertsii v rehioni DACH u 2023 rotsi: osoblyvosti ta tendentsii [E-commerce in the DACH Region in 2023: Features and Trends]. Available at: https://fulfillment-box.com/uk/elektronna-komertsii-v-rehioni-dach-2023/?utm_source=ch (accessed February 4, 2025).

11. Elektronna tophivlia u kpainax Skandinavii: ocoblyvosti i metody doctavky [Elektronna tophivlia u kpainax Skandinavii: ocoblyvosti i metody doctavky]. Available at: https://es-trans.com.ua/elektronna-torgivlya-u-krayinah-skandynaviyi-osoblyvosti-i-metody-dostavky/?utm_source=chatgpt.com (accessed February 1, 2025).

12. Checheniuk I., Shafranska V. (2021) Rozvytok elektronnoi komertsii v Ukraini [Development of E-commerce in Ukraine]. Available at: https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/36355/2/FMZKPNES_2021_Checheniuk_I-Development_of_electronic_161-162.pdf?utm_source=chatgpt.com (accessed February 5, 2025).

13. Yak zminylasia elektronna komertsii u 2022 rotsi – doslidzhennia Admitad [How E-commerce Changed in 2022 – Admitad Research]. Available at: https://eba.com.ua/yak-zminylasya-elektronna-komertsii-u-2022-rotsi-doslidzhennya-admitad/?utm_source=chatgpt.com (accessed February 5, 2025).

14. Tendentsii 2024 elektronnoi komertsii v Ukraini [Trends of E-commerce in Ukraine in 2024]. Available at: https://www.proresultat.com/tendencii-2024-elektronnoi-komercii-v-ukraine/?utm_source=chatgpt.com (accessed February 2, 2025).

15. Ofitsiinyi sait Yevropeiskoho Soiuzu [Official website of the European Union]. Available at: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/isoc_ec_esels_custom_12769202/bookmark/table?lang=en&bookmarkId=b540bf6b-b45a-4c71-8c38-863ed1288385 (accessed February 1, 2025).

16. Dubel M. V. Osoblyvosti rozvytku elektronnoi komertsii: inozemnyi dosvid [Features of E-commerce Development: Foreign Experience]. Available at: https://re.gov.ua/re202302/re202302_138_DubelMV.pdf (accessed February 4, 2025).

17. Informatsiina panel tsyfrovizatsii [Digitalization Dashboard]. Available at: <https://ec.europa.eu/eurostat/cache/dashboard/digitalisation/> (accessed February 1, 2025).

Стаття надійшла до редакції 06.02.2025