



Copyright © The Author(s). This is an open access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License 4.0 (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2026.2.170>

УДК 339.5:004.738.5

О. І. Марчук,

аспірант кафедри математики та економіки,

Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка

ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0001-8006-4789>

СУТНІСТЬ ТРАНСКОРДОННОЇ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ ТА ЇЇ РОЛЬ У ТРАНСФОРМАЦІЇ СИСТЕМИ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ

O. Marchuk,

Postgraduate student, Department of Mathematics and Economics,

Ivan Franko State Pedagogical University of Drohobych

THE ESSENCE OF CROSS-BORDER E-COMMERCE AND ITS ROLE IN THE TRANSFORMATION OF THE INTERNATIONAL TRADE SYSTEM

У статті досліджено сутність транскордонної електронної комерції та її роль у трансформації системи міжнародної торгівлі в умовах стрімкої діджиталізації глобальної економіки. Систематизовано існуючі підходи до трактування поняття «електронна комерція» вітчизняними науковцями та міжнародними інституціями (ОЕСР, СОТ, ВМО), проаналізовано їхні переваги та недоліки. Сформульовано адаптоване

авторське визначення транскордонної електронної торгівлі як форми міжнародної економічної діяльності, що реалізується на базі цифрових платформ. Висвітлено основні складові елементи та типи електронної комерції, розглянуто специфіку їх функціонування у форматі транскордонності. Здійснено порівняльну характеристику традиційної міжнародної торгівлі та транскордонної електронної торгівлі за низкою критеріїв: моделлю поставок, роллю посередників, бар'єрами входу, швидкістю транзакцій та інформаційною прозорістю. Виявлено ключові регуляторні перешкоди для розвитку галузі в Україні, зокрема проблеми з митними лімітами, адмініструванням ПДВ та правовим статусом. Визначено основні виклики у сфері захисту прав споживачів та кібербезпеки, а також обґрунтовано необхідність гармонізації національного законодавства з нормами Європейського Союзу для інтеграції у Єдиний цифровий ринок.

The article provides a comprehensive investigation into the essence of cross-border e-commerce and its pivotal role in transforming the architecture of the international trade system amidst the rapid digitalization of the global economy. The study posits that the digitalization of economic processes has evolved from a trend into a fundamental necessity that determines the competitiveness of both individual enterprises and national economies. Existing theoretical approaches to defining "e-commerce" as proposed by leading international institutions and domestic scholars were analyzed. Through a comparative analysis, the paper highlights a conceptual dualism: international bodies tend to focus on the transactional format and digital ordering, while the scientific community emphasizes the process-based infrastructure of business. Based on this synthesis, an adapted definition of cross-border e-commerce is formulated as a distinct form of international economic activity implemented via digital platforms, involving the cross-border movement of goods, financial flows, and information.

A significant portion of the research is dedicated to the classification and structural elements of e-commerce in the context of international relations. The article examines various components, including electronic data interchange, electronic funds transfer, and innovative models such as mobile, universal, and streaming e-commerce. It re-evaluates standard interaction models (B2B, B2C, C2C) through the lens of cross-border operations, arguing that the "cross-border" aspect acts as a transformative characteristic that dissolves geographical limitations. Specifically, the study notes how cross-border B2B is becoming the foundation of global supply chains, while the B2C format allows direct competition for the "global digital consumer," effectively bypassing traditional entry barriers for small and medium-sized enterprises.

The research offers a detailed comparative characteristic of traditional international trade versus cross-border e-commerce across key criteria: supply models, the role of intermediaries, entry barriers, transaction speed, and information transparency. The author demonstrates that, unlike traditional trade which relies on mass container shipments and hierarchical distribution, cross-border e-commerce is characterized by order fragmentation, high transaction frequency, and the process of disintermediation - the elimination of unnecessary intermediaries in favor of direct "producer-consumer" interactions.

Furthermore, the article critically analyzes the institutional and regulatory barriers hindering the development of the industry in Ukraine. It identifies specific fiscal challenges, such as the administration of VAT and customs duties for low-value parcels (specifically the 150-euro threshold), and highlights the legislative vacuum regarding "dropshipping," which leads to issues with taxation and income definition. The paper also scrutinizes the challenges in consumer rights protection, citing the anonymity of sellers, the prevalence of internet fraud, and the difficulties in cross-border dispute resolution. Finally, the study emphasizes the critical importance of cybersecurity and data protection, arguing for the necessity of harmonizing national legislation with European Union

standards, particularly the implementation of the eIDAS regulation, to facilitate Ukraine's integration into the European Digital Single Market.

Ключові слова: Транскордонна електронна комерція, міжнародна торгівля, цифрові платформи, дезінтермедіація, цифровізація економіки, правове регулювання, захист прав споживачів.

Keywords: Cross-border e-commerce, international trade, digital platforms, disintermediation, digitalization of the economy, legal regulation, consumer protection.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Стрімкий розвиток цифрових технологій та глобальної мережі Інтернет докорінно змінив умови ведення бізнесу, відкривши перед підприємцями доступ до світових ринків. Поява нових онлайн-каналів дозволила навіть малим підприємствам здійснювати експортну діяльність, фактично стираючи економічні кордони між державами. У таких умовах сформувалося принципово нове явище - транскордонна електронна торгівля, яка трансформує звичні ланцюги постачання. Проте швидке поширення цих процесів створило розрив між реальними бізнес-моделями та застарілим законодавством, а також породило невизначеність у термінології. Тому дослідження сутності транскордонної електронної торгівлі, її специфіки та регуляторних перешкод є вкрай актуальним завданням для інтеграції вітчизняного бізнесу у глобальну цифрову економіку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У наукових працях вітчизняних і зарубіжних вчених значну увагу приділено трансформації міжнародних економічних відносин під впливом цифровізації. Велика кількість досліджень присвячена визначенню сутності електронної комерції, систематизації підходів до її трактування, а також вивченню її транскордонних форм та регуляторних аспектів.

Вагомий внесок у формування термінологічного апарату зробили В. Звасс та К. Лаудон, які дослідили технологічну та комунікаційну природу електронних бізнес-операцій [7; 8]. І. Садчикова, А. Тарасенко та М. Дубина [9] визначили електронну комерцію як інструмент оптимізації витрат та підвищення економічної ефективності підприємства. Проблематику правового регулювання та місце електронної комерції в системі електронного бізнесу розкрито у роботах Я. Петруненко, М. Сиротко та В. Тройнікова [10]. Комплексний підхід до розуміння явища, що охоплює логістичні та фінансові процеси, запропоновано А. Маркулинцем [11]. Я. Янг та співавтори дослідили новітні формати взаємодії, зокрема вплив потокових режимів (стрімінгу) на продажі в електронній комерції [14]. Вплив транскордонної електронної торгівлі на традиційні торговельні патерни та стратегії оптимізації міжнародної діяльності проаналізовано у працях зарубіжних дослідників З. Чжана та Й. Ванга [16; 17]. Питання цифрового обліку експортної діяльності та оподаткування суб'єктів малого бізнесу висвітлено у дослідженнях Н. Курган, Н. Селіванової та А. Цапенко [19; 21].

Попри значний науковий доробок, питання чіткої ідентифікації транскордонної електронної торгівлі як окремої форми міжнародної діяльності та аналіз інституційних бар'єрів її розвитку в Україні потребують подальшого вивчення.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є визначення сутності транскордонної електронної торгівлі, обґрунтування її ролі у трансформації архітектури міжнародних економічних відносин та виявлення інституційних бар'єрів, що стримують розвиток цієї сфери в Україні.

Досягнення поставленої мети передбачало виконання наступних завдань:

- систематизація існуючих теоретичних підходів до трактування поняття «електронна комерція» та формування адаптованого авторського визначення транскордонної електронної торгівлі;
- класифікація складових елементів та моделей електронної комерції (B2B, B2C, C2C) у контексті їх функціонування у форматі транскордонності;
- проведення порівняльного аналізу традиційної міжнародної торгівлі та транскордонної електронної торгівлі для з'ясування ключових відмінностей та трансформаційних зрушень;
- ідентифікація основних нормативно-правових та фіскальних перешкод, що впливають на інтеграцію вітчизняного бізнесу в глобальний цифровий ринок.

Виклад основного матеріалу дослідження. Поточному етапу розвитку світового господарства характерні фундаментальні зрушення, що зумовлені стрімкою діджиталізацією ринкових процесів. Цифровізація економіки поступово перестає бути трендом та трансформується у необхідний фактор, який впливає на конкурентоспроможність як окремих підприємств так й національних економік загалом. Інформаційно-комунікаційні технології (ІКТ) виступають ключовим чинником змін у бізнес-процесах, сприяють формуванню віртуальних середовищ для обміну капіталом, товарами та послугами, що суттєво змінює архітектуру глобальних економічних відносин.

Електронна комерція - це підприємницька діяльність для здійснення якої потрібне використання мережі Інтернет за допомогою якої відбувається продаж та купівля товарів та послуг. Завдяки швидкому розвитку технологій та поширенню мережі Інтернет, електронна торгівля зайняла вагоме місце у сучасному світі, відкриваючи нові можливості для бізнесу та споживачів. [1, с. 282] Електронна комерція розвинулась з локального інструменту оптимізації збуту у потужний чинник розвитку міжнародної економіки. При цьому, вона вийшла за межі внутрішньодержавного явища, в умовах глобалізації, набула рис екстериторіальності. Розмиття фізичних кордонів у

цифровому просторі сприяє формуванню феномену транскордонної електронної торгівлі, що змінює традиційні установки щодо експортно-імпортних операцій. Розвиток електронної торгівлі не лише інтенсифікує товарообіг, але й дозволяє суб'єктам малого та середнього бізнесу виходити на міжнародні ринки.

Транскордонна електронна комерція - продаж товарів споживачам в інших країнах через онлайн-канали, такі як веб-сайти електронної комерції, інтернет-магазини, торгові майданчики та інші цифрові інструменти. Цей тип електронної комерції дозволяє підприємствам розширювати свою клієнтську базу та виходити на нові ринки за межами своїх національних кордонів. [2]

Поглиблення наукового дискурсу щодо природи досліджуваного явища вимагає чіткої ідентифікації понятійного апарату. У сучасній економічній літературі відсутній єдиний уніфікований підхід до трактування категорії «електронна комерція», що спричинено динамічним розвитком цієї сфери та різноманітними підходами міжнародних інституцій.

Для кращого осмислення сутності електронної комерції доцільно вдаватися до аналізу літератури (табл. 1).

Аналіз даних з таблиці 1 свідчить про наявність певного дуалізму у визначенні сутності електронної комерції. Міжнародні інституції розглядають електронну комерцію через формат здійснення транзакції, акцентують увагу на цифрових замовленнях. Всесвітня митна організація має у фокусі фізичне переміщення матеріальних об'єктів через кордон. Водночас у науковій думці переважає процесне бачення, де електронна комерція розглядається як технологічна інфраструктура для ведення бізнесу. Вітчизняні дослідники виокремлюють прикладний аспект, розглядають явище як інструмент підвищення ефективності та оптимізації витрат.

**Таблиця 1. Систематизація підходів до визначення поняття
"електронна комерція"**

Автор / Організація	Зміст визначення	Переваги	Недоліки
Організація економічного співробітництва та розвитку	Електронна комерція - це продаж або купівля товарів ч\и послуг, що здійснюється через комп'ютерні мережі за допомогою методів, спеціально розроблених для отримання або розміщення замовлень. Товари чи послуги замовляються за допомогою цих методів, але оплата та остаточна доставка товарів чи послуг не обов'язково здійснюються в режимі онлайн. [3, с.15]	Статистична чіткість, гнучкість.	Вузький фокус.
Світова організація торгівлі	Електронна комерція - це виробництво, розподіл, маркетинг, продаж або доставка товарів і послуг за допомогою електронних засобів. Електронна комерційна операція може здійснюватися між підприємствами, домогосподарствами, фізичними особами, урядами та іншими державними або приватними організаціями [4].	Комплексність, повний цикл.	Надмірна розмитість.
Всесвітня митна організація	Транскордонна електронна торгівля характеризується як онлайн-замовлення, продаж, комунікація та (за наявності) оплата, що супроводжуються транскордонним переміщенням фізичних (матеріальних) товарів, призначених для споживача/покупця (комерційного чи некомерційного) [5, с.2].	Практичність, митний акцент.	Лише фізичні товари.
Закон України «Про електронну комерцію»	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-комунікаційних систем, внаслідок чого в учасників таких відносин виникають права та обов'язки майнового характеру [6].	Юридична точність, правовий статус.	Лише прибуткові операції..
Zwass V.	Електронна комерція - це обмін діловою інформацією, підтримка ділових відносин та здійснення ділових операцій за допомогою телекомунікаційних мереж [7, с. 3].	Акцент на комунікаціях.	Занадто абстрактне.
Laudon K. C.	Електронна комерція - це використання Інтернету, Всесвітньої павутини (Веб) та мобільних додатків і браузерів, що працюють на мобільних пристроях, для здійснення ділових операцій [8, с. 40].	Сучасна технологічність, мобільність.	Технологічна залежність.
Садчикова І.В., Тарасенко А. В, Дубина М.В.	Електронна комерція - це складова електронного бізнесу, яка представляє собою кооперацію між підприємством і всіма контрагентами з використанням засобів електронної торгівлі, що основані на використанні інформаційних технологій для оптимізації витрат і покращення економічної ефективності бізнесу [9].	Економічна доцільність, кооперація.	Фокус на меті.

Продовження таблиці 1.

Автор / Організація	Зміст визначення	Переваги	Недоліки
Петруненко Я.В., Сиротко М.В., Тройніков В.В.	Електронна комерція - це вид електронного бізнесу, що передбачає реалізацію товарів або надання послуг (а також пов'язаних з цим процесів) дистанційним способом за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій [10, с. 278].	Лаконічність, чітке позиціонування.	Брак специфічних ознак.
Маркулинець А.А.	Електронна комерція - це форма підприємницької діяльності, яка передбачає здійснення комерційних операцій за допомогою інформаційно-телекомунікаційних засобів, охоплюючи широкий спектр процесів, зокрема укладання та виконання договорів купівлі-продажу товарів і послуг, обробку платежів, логістику, маркетинг та рекламу, а також управління валютними і митними операціями під час міжнародних транзакцій, що дозволяє підвищувати ефективність бізнесу і знижувати витрати завдяки автоматизації процесів, оптимізації управління ресурсами, швидкого обміну інформацією, зниження транзакційних витрат та спрощення комунікації між учасниками ринку [11, с. 304].	Системність, максимальна повнота.	Громіздкість, складність застосування.

Узагальнюючи перелічені підходи та враховуючи трансформаційний вплив цифровізації на міжнародні економічні відносини доцільно сформувати адаптоване визначення. Транскордонна електронна комерція - це форма міжнародної економічної діяльності, що реалізується на базі цифрових платформ та передбачає укладання угод купівлі-продажу товарів та послуг між суб'єктами різних національних економік та супроводжується транскордонним переміщенням об'єкта угоди, фінансових потоків та інформації. Перевагами даного визначення є поєднання транскордонного статусу з акцентом на використанні цифрових платформ та комплексним охопленням руху товарів, капіталу й інформації, що робить його найбільш релевантним сучасним реаліям глобальної цифровізації.

На основі аналізу сучасних наукових праць [12, с. 34; 13 с. 88; 14 с. 3], доцільно виокремити такі складові елементи електронної комерції:

- електронний обмін інформацією;

Обмін діловою або комерційною інформацією між бізнес-партнерами, що забезпечує стандартизовану передачу даних.

- електронний рух капіталу;

Система, що використовується для електронного переказу коштів та забезпечення безготівкових розрахунків у віртуальному середовищі.

- електронну торгівлю;

Здійснення купівлі-продажу товарів та послуг у всесвітній мережі Інтернет, що охоплює всі етапи торгово-закупівельної діяльності: від вибору товару до його доставки.

- електронні гроші;

Електронний аналог готівкових коштів, за допомогою якого можна здійснювати миттєві грошові розрахунки в мережі.

- мобільну комерцію;

Комерція з використанням послуг та пристроїв мобільного зв'язку, що дозволяє користувачам здійснювати операції незалежно від стаціонарного робочого місця.

- універсальну комерцію;

Забезпечення можливості здійснювати комерційні дії за допомогою електронних пристроїв у будь-який час, створюючи безперервне середовище для користувача.

- потокову електронну комерцію.

Інноваційна модель, що використовує платформи потокового медіа для монетизації трафіку та привернення уваги до товарів.

К. Лаундон та К. Тревер у своїй класифікації виокремлюють шість основних типів електронної комерції, що включають [15, с. 88]:

- B2C (бізнес для споживача), що включає продажі бізнесів споживачам і є типом електронної комерції, з яким найчастіше стикатимуться саме кінцеві споживачі;

- B2B (бізнес для бізнесу), включає торгівлю між бізнес-одинацями і є наймасштабнішою формою електронної комерції;

- C2C (споживач для споживача), передбачає торгівлю між споживачами. В C2C споживач готує продукт для продажу й покладається на посередника, що забезпечує можливості проведення транзакцій;

- соціальна електронна комерція, функціонує за допомогою соціальних мереж та соціальних взаємодій у онлайн між користувачами;

- локальна електронна комерція, фокусується на залученні споживачів на основі їх поточного географічного розташування.

- мобільна комерція, передбачає використання смартфонів та інших цифрових пристроїв для здійснення покупок онлайн.

У контексті міжнародних економічних відносин наведену класифікацію доцільно розглядати у форматі транскордонності. Транскордонну електронну комерцію не варто включати до окремого типу, а розглядати як наскрізну характеристику, що здатна трансформувати перелічені моделі, нівелюючи географічні обмеження. Таким чином, транскордонний B2B стає основою глобальних торгівельних ланцюгів, дозволяє підприємствам здійснювати пошук постачальників та збут на міжнародних ринках, без фізичної присутності. На B2C ринках, формат транскордонності надає споживачеві прямий доступ до іноземних товарів, дозволяє конкурувати за увагу «глобального цифрового споживача». Транскордонний C2C дозволяє мікропідприємствам та окремим особам здійснювати діяльність на зовнішніх ринках, оминаючи традиційні бар'єри входу у експортну діяльність.

Задля глибшого розуміння сутності транскордонної електронної комерції (ТЕК) варто зрівняти її з традиційними формами міжнародної торгівлі. Хоча обидва явища мають спільну мету - переміщення товарів і послуг через державні кордони з метою продажу, ТЕК базується на новій цифровій парадигмі, що тягне за собою зміни безлічі пов'язаних процесів. Традиційна торгівля базується на масових поставках та складних ієрархічних системах дистрибуції. ТЕК характеризується фрагментарністю замовлень, високою частотою транзакцій та переходом до моделей

безпосередньої взаємодії з кінцевими споживачами. Доцільно вдатися до детальнішого розмежування наведених понять за ключовими критеріями (табл. 2).

Таблиця 2. Порівняльна характеристика традиційної міжнародної торгівлі та ТЕК

Критерій порівняння	Традиційна міжнародна торгівля	Транскордонна електронна комерція
Основна модель поставок	Базується на масових поставках великих партій товарів (контейнерні перевезення).	Характеризується фрагментарністю замовлень, дрібними пакетами та високою частотою транзакцій.
Роль посередників	Складні ієрархічні системи дистрибуції з багатьма ланками (оптовики, дистриб'ютори, роздрібні мережі).	Дезінтермедіація (усунення зайвих ланок). Пряма взаємодія «бізнес-споживач» (B2C) або «виробник-споживач» (DTC).
Бар'єри входу	Високі. Перевага надається великим корпораціям з розвинутою інфраструктурою та капіталом.	Низькі. Доступна для малого та середнього бізнесу (МСБ), мікропідприємств та фізичних осіб, що дозволяє їм виходити на глобальні ринки.
Швидкість транзакцій	Тривалі цикли угод, складні процедури узгодження та паперовий документообіг.	Миттєві транзакції в режимі реального часу, автоматизована обробка замовлень та платежів.
Ціноутворення	Відносно статичне, залежить від високих фіксованих витрат та довгострокового планування.	Динамічне, часто керується штучним інтелектом на основі попиту в реальному часі та конкурентного аналізу.
Взаємодія зі споживачем	Часто опосередкована або пряма. Обмежені можливості персоналізації.	Персоналізована, базується на аналізі даних про поведінку користувача, доступна 24/7.
Інформаційна прозорість	Інформаційна асиметрія. Складність відстеження товарів у реальному часі для кінцевого споживача.	Інформаційна симетрія. Прозорість процесів, трекінг логістики, доступ до рейтингів та відгуків.
Митні та регуляторні процедури	Складні митні процедури, орієнтовані на великі комерційні партії.	Спрощені процедури для дрібних відправлень, використання цифрових систем декларування.

Джерело: сформовано на основі [16], [17]

Отже, на відміну від традиційної торгівлі, ТЕК спирається на такі ключові моменти: великі дані (Big Data) для аналізу поведінки користувачів; алгоритми рекомендацій для персоналізації та технологія блокчейн для безпеки та прозорості. ТЕК перетворює пасивного споживача на активного учасника ринку, що має прямий доступ до глобальних ринків майже без

географічних обмежень. Також перехід від централізованих моделей до більш децентралізованих дає бізнесу змогу реагувати на попит миттєво й менше покладатися на довгострокове планування, що характерно традиційному експорту.

Частка електронної комерції у обсязі загальних роздрібних продажів невинно зростає (рис. 1), що трансформує систему міжнародної торгівлі з моделі традиційного посередництва у модель прямої глобальної взаємодії між виробником та споживачем, стираючи національні кордони та змінюючи архітектуру світових логістичних ланцюгів.

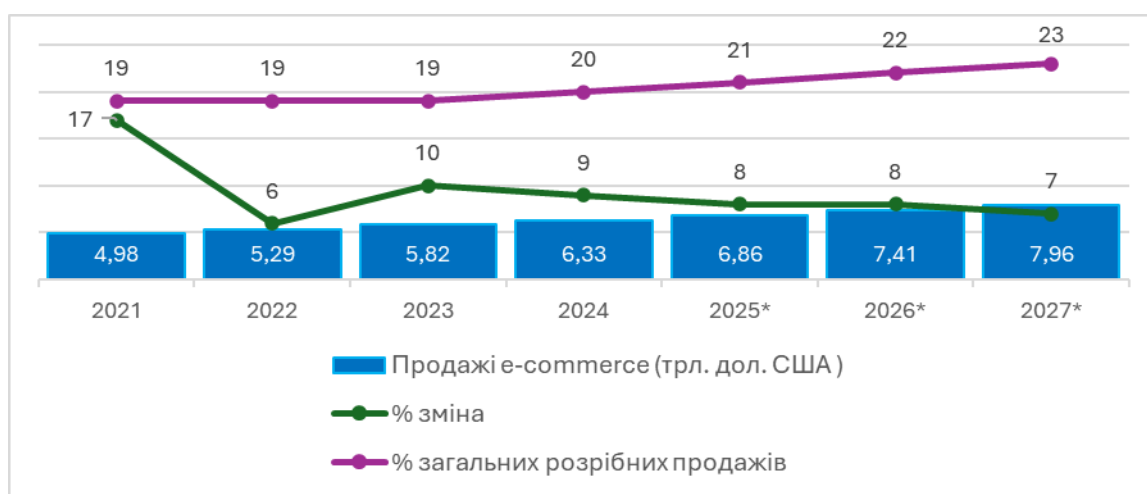


Рис. 1 Роздрібні e-commerce продажі у світі, 2021-2027 [18]

Частка e-commerce у світовому ритейлі має досягнути 23% до 2027 року. Зростання фізичних обсягів до 7,96 трлн дол. США змушує українські підприємства адаптувати свої маркетингові стратегії, щоб залишатися конкурентоспроможними в цифровій екосистемі. Поступове уповільнення темпів приросту свідчить про перехід ринку у стадію зрілості, де головну роль грає вже не просто присутність онлайн, а якість та ефективність маркетингових інструментів.

Разом з тим, інтеграція вітчизняних підприємств у глобальну цифрову екосистему супроводжується не лише ринковими викликами, а й системними інституційними обмеженнями. Стрімкий розвиток транскордонної торгівлі, яка за своєю природою набула рис екстериторіальності, часто випереджає можливості національних

законодавств адаптуватися до нових бізнес-моделей. Це створює ситуацію, коли технологічна інфраструктура дозволяє здійснювати миттєві глобальні операції, тоді як нормативно-правова база залишається орієнтованою на традиційні стаціонарні формати господарювання. Хоча ТЕК може надати бізнесу безліч конкурентних переваг, існує ряд перешкод, що створюють регуляторні бар'єри:

- Митні ліміти та нарахування ПДВ;

Основними податковими та митними викликами для транскордонної електронної торгівлі є розбіжність між застарілим законодавством, орієнтованим на традиційний бізнес, та сучасними моделями цифрових продажів. Ключові проблеми зосереджені навколо митних лімітів, адміністрування ПДВ та фіскалізації розрахунків.

Однією з головних проблем є розмежування торгівельних партій за вартістю, що сильно впливає на оподаткування та митне оформлення. Для товарів, що пересилаються у міжнародних відправленнях діє ліміт у 150 євро, якщо ж вартість перевищує, отримувач зобов'язаний подати митну декларацію та сплатити ПДВ і мито [19, с. 31]. При цьому, експорт товарів, ціна яких не більше 150 євро оподатковується за нульовою ставкою ПДВ, але це вимагає повного митного декларування. Це створює додаткове навантаження для малого бізнесу, що більш схильний до спрощення процесів, дроблячи партії товарів.

Україна також стикається з необхідністю адаптації податкового законодавства до норм Європейського Союзу (ЄС), де діє принцип сплати ПДВ за місцем споживання. Згідно з європейськими правилами оподаткування, ПДВ є податком на споживання й має стягуватися там, де товар споживається фактично. В Україні основним нормативно-правовим актом, що регулює відносини у сфері сплати податків та зборів є Податковий кодекс України, проте він не містить ефективного механізму стягнення податків саме у сфері транскордонної електронної торгівлі, оскільки

орієнтований на традиційний бізнес. Це призводить до того, що значна частина активів залишається поза контролем фіскальних органів [20, с. 12].

Значну частку ТЕК займає «дропшипінг», що досі не має чіткого законодавчого визначення в Україні. «Дропшипінг є сучасним заробітком без закупівлі і зберігання товару, де заробітком посередника-дропшиппера є маржа (різниця між ціною продажу та ціною виробника)». [21, с. 453] У схемі «покупець → посередник → виробник» виникає проблема визначення бази оподаткування. Часто посередники отримують повну суму від покупця, але їхнім реальним доходом є лише маржа. Податкова може трактувати всю суму надходжень як дохід, що призводить до надмірного податкового навантаження. Через відсутність нормативної бази дропшипінг часто реалізується через заплутані схеми переказів, що ускладнює обрахунок чистого доходу та суми, що підлягає оподаткуванню.

- Захист прав споживачів при транскордонній електронній торгівлі;

Проблеми захисту прав споживачів у сфері транскордонної електронної торгівлі є комплексними та зумовлені специфікою віртуального середовища, де більш традиційні правові механізми часто є не зовсім ефективними. Викликами є: анонімність продавців; транскордонний характер угод; ризики шахрайства та недосконалість законодавчого регулювання.

Значною проблемою є складність або неможливість ідентифікації суб'єкта господарювання, що продає товари онлайн. У інтернет-продавців, за чинним законодавством України, немає зобов'язання подавати повні реєстраційні дані на сайті, до прикладу, назву юридичної особи, виписку з ЄДР й це дозволяє не публікувати або фальсифікувати дані про компанію. Брак інформації про продавця часто є основною причиною порушень, оскільки ускладнює притягнення його до відповідальності чи повернення товару. Споживач часто не може перевірити надійність іноземного продавця. Вебсайти можуть здаватися надійними та імітувати офіційних

дистриб'юторів, але насправді бути шахрайськими ресурсами, які зникають після отримання передоплати.

Також разом з розвитком ТЕК збільшується й кількість кіберзлочинів та шахрайських схем. Поширення набувають схеми з повною передплатою за неіснуючий товар, створення фішингових сайтів або ж продаж товару, що не відповідає заявленим характеристикам [22, с. 33].

Зі збільшенням середньої вартості покупок зростають й збитки від шахрайства з онлайн-платежами. Страх перед шахрайством є одним з головних факторів, що стримують споживачів від покупок іноземних товарів. За даними досліджень Європейського центру з боротьби з кіберзлочинністю, 62% споживачів у ЄС утримуються від транскордонних покупок онлайн саме через боязнь буде ошуканими [23, с. 5].

Також поширеними є схеми з наданням безкоштовних пробних версій програмного забезпечення, де споживач вносить власні платіжні дані й потенційно непомітно дає згоду на щомісячне поновлення надання послуг, часто з ускладненим процесом відмови.

Таким чином, сукупність наведених факторів, сприяє підвищенню недовіри споживачів, шкодить чесним продавцям та потребує постійної адаптації законодавства, заходів безпеки бізнесу до поточних схем отримання неправомірної вигоди.

- Кібербезпека та захист персональних даних.

Кібербезпека у ТЕК є критично важливими елементами, що забезпечують довіру споживачів та легітимність угод. Оскільки торгівля онлайн передбачає взаємодію та транскордонну передачу приватної інформації, її захист стає ключовим викликом для уряду та бізнесу.

Зі зростанням обсягів транзакцій пропорційно зростають й ризики кіберзлочинності. Зловмисники виманюють інформацію, підроблюють сайти, створюють шкідливе програмне забезпечення для викрадення реквізитів платіжних карток. Проблема ускладнює те, що багато українських компаній, а особливо підприємств малого та середнього бізнесу (МСБ), не

надають належного рівня захисту (надійного шифрування, багаторівневої аутентифікації) у цифровому просторі.

Українське законодавство перебуває на етапі гармонізації з нормами ЄС, що є необхідною умовою для інтеграції у Єдиний цифровий ринок. Відносини регулюються законами України «Про електронну комерцію», «Про захист персональних даних», «Про електронну ідентифікацію та електронні довірчі послуги». Україна імплементує норми регламенту ЄС eIDAS, що забезпечує юридичне визнання електронних підписів (КЕП) та довірчих послуг, дозволяючи безпечно укладати транскордонні електронні угоди [24, с. 293].

Таким чином, основними перешкодами для активного розвитку електронної комерції в Україні є неузгодженість трактувань або відсутність єдиних підходів чи розуміння даного поняття та розрив між динамічними цифровими бізнес-моделями та регуляторним полем, що заточене під традиційні формати підприємницької діяльності. Проблеми проявляються у складному адмініструванні ПДВ, ускладнених митних процедурах для малого бізнесу та слабкому захисті прав споживачів. Вирішення ж цих проблем потребує глибшої гармонізації законодавства України з нормами ЄС, зокрема щодо спрощення митного ліміту у 150 євро та впровадження прозорих механізмів електронної ідентифікації, що дозволить мінімізувати ризики шахрайства та інтегрувати вітчизняний бізнес у єдиний цифровий ринок.

Висновки та перспективи подальших розвідок у даному напрямі.

Отже, розвиток транскордонної електронної комерції є визначальним вектором трансформації сучасної світової економіки. ТЕК вийшла за межі локального інструменту оптимізації збуту, набула рис екстериторіальності та стала самостійним фактором зміни архітектури міжнародних економічних відносин. Аналіз теоретичного базису засвідчив наявність дуалізму в трактуванні цієї категорії: від транзакційного підходу міжнародних інституцій до процесного бачення науковців. Встановлено, що ТЕК

докорінно відрізняється від традиційної міжнародної торгівлі процесами дезінтермедіації, переходом від масових контейнерних поставок до фрагментарної логістики, а також зміною ролі споживача, який отримує прямий доступ до глобальних ринків.

Однак динамічна експансія цифрових бізнес-моделей випереджає адаптаційні можливості національного регуляторного поля. Щоб провадити свою діяльність ефективно та безпечно, вітчизняному бізнесу доводиться долати низку інституційних бар'єрів. Ключові перешкоди зосереджені у площині застарілого митного адміністрування, невизначеного правового статусу дропшипінгу та ризиків у сфері кібербезпеки й захисту прав споживачів. Гармонізація українського законодавства з нормами ЄС, зокрема імплементація регламентів eIDAS та перехід до принципу оподаткування за місцем споживання, залишається критичною умовою для інтеграції в Єдиний цифровий ринок.

Враховуючи виявлену специфіку та регуляторні виклики, подальші наукові розвідки у даному напрямі будуть зосереджені на: аналізі поточного стану та рівня розвитку інфраструктурного забезпечення експортно-орієнтованої електронної комерції в Україні, що включає оцінку логістичних потужностей та платіжних шлюзів; проведенні кількісної та якісної оцінки експортного потенціалу українського ринку e-commerce задля визначення реальних можливостей вітчизняного бізнесу щодо масштабування діяльності на зовнішніх ринках.

Література

1. Карнаушенко А.С., Пантелеймоненко А.О. Електронна торгівля та її значення в розвитку глобальної економіки. Математичні методи, моделі та інформаційні технології в економіці. 2023. № 16. С. 281-292.
2. Dallochio M., Lambri M., Sironi E., Teti E. The Role of Digitalization in Cross-Border E-Commerce Performance of Italian SMEs. Sustainability. 2024. T. 16, № 2. DOI: <https://doi.org/10.3390/su16020508>.

3. The 2025 OECD Definition of E-commerce and Guidelines for Interpretation. OECD, 2025. URL: https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2025/10/the-2025-oecd-definition-of-e-commerce-and-guidelines-for-interpretation_3e7e5a61/2254f1de-en.pdf (дата звернення: 05.02.2026).

4. Electronic commerce: briefing note. World Trade Organization, 2017. URL: https://www.wto.org/english/thewto_e/minist_e/mc11_e/briefing_notes_e/bfecom_e.htm (дата звернення: 05.02.2026).

5. WCO Framework of Standards on Cross-Border E-Commerce. World Customs Organization, 2018. URL: https://www.wcoomd.org/-/media/wco/public/global/pdf/topics/facilitation/activities-and-programmes/ecommerce/wco-framework-of-standards-on-crossborder-ecommerce_en.pdf (дата звернення: 05.02.2026).

6. Про електронну комерцію: Закон України від 03.09.2015 р. № 675-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19/conv#n22> (дата звернення: 05.02.2026).

7. Vladimir Z. Electronic Commerce: Structures and Issues. International Journal of Electronic Commerce. 1996. Т. 1. № 1. С. 3–23. DOI: <https://doi.org/10.1080/10864415.1996.11518273>.

8. Laudon K. C., Traver C. G. E-Commerce 2023-2024: Business, Technology, Society. 18th ed. Harlow: Pearson, 2024. 912 с.

9. Садчикова І., Тарасенко А., Дубина М. Теоретичне обґрунтування сутності поняття «електронна комерція». Економіка та суспільство. 2023. № 53. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-53-36>.

10. Петруненко Я. В., Сиротко М. В., Тройніков В. В. Правове регулювання електронної комерції в умовах розвитку цифрової економіки в Україні. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Право». 2023. № 79, ч. 1. С. 312-318.

11. Маркулинець А. А. Сучасні правові підходи до тлумачення терміну «електронна комерція»: міжнародний та національний вимір. Аналітично-порівняльне правознавство. 2024. № 5. С. 298-306.

12.Олійник О. Б. Розвиток електронної комерції та поняття електронного договору. Правничий вісник Університету «КРОК». 2021. № 44. С. 138-144.

13.Матвієнко-Біляєва Г. Л. Використання електронної комерції в сучасному середовищі. Молодий вчений. 2022. № 4. С. 87-91.

14.Yang Y., Zhao Y., Yeoh W., Qi C., Jiang H. Exploring the Interaction Between Streaming Modes and Product Types in E-Commerce Sales. Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research. 2025. №. 20. DOI: <https://doi.org/10.3390/jtaer20010053>.

15. Laudon K. C., Traver C. G. E-commerce 2016: business, technology, society. 12th ed. Boston : Pearson, 2016. 912 с.

16.Zhang Z. Research On the Impact of Cross - Border e-commerce on Traditional Trade and Optimization Strategies. Highlights in Business, Economics and Management. 2025. Т. 60. С. 131-138.

17.Wang Y. Cross-border electronic commerce and its impact on traditional trade patterns. Business Administration and Management. 2025. Т. 7, № 2. С. 119-121.

18.eCommerce Statistics In 2025: Global and U.S. Data. Sellers Commerce. URL: <https://www.sellerscommerce.com/blog/ecommerce-statistics/> (дата звернення: 05.02.2026).

19.Курган Н. В. Цифровий облік експортної електронної торгівлі малих підприємств України. Маркетинг та цифрові технології. 2024. Т. 8. № 3. С. 26-43.

20.Левицький В. О., Радинський С. В. Правове регулювання інтернет-торгівлі в Україні: проблеми та напрями удосконалення: рукопис. Тернопіль: Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, 2024. 16 с.

21.Селіванова Н. М., Цапенко А. О. Особливості обліку і оподаткування діяльності фізичних осіб-підприємців в сфері інтернет-торгівлі. Acta Academiae Beregsasiensis. Economics. 2025. №. 8. С. 447–462.

22. Fraud in cross-border e-commerce. European Consumer Centres Network. 2013. URL: https://ec.europa.eu/consumers/ecc/docs/fraud_report_2013_en.pdf (дата звернення: 05.02.2026).

23. Якоб Є. Й. Проблеми розвитку міжнародної електронної торгівлі. Міжнародні економічні відносини. 2023. №. 54. С. 32-36.

24. Гомонай В. В. Вплив цифровізації на розвиток електронної комерції та її правове регулювання. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Право. 2024. №. 85, ч. 2. С. 293-298.

References

1. Karnaushenko, A.S. and Panteleimonenko, A.O. (2023), "Electronic trade and its significance in the development of the global economy", *Matematychni metody, modeli ta informatsiini tekhnolohii v ekonomitsi*, vol. 16, pp. 281-292.

2. Dallochio, M. Lambri, M. Sironi, E. and Teti, E. (2024), "The Role of Digitalization in Cross-Border E-Commerce Performance of Italian SMEs", *Sustainability*, vol. 16, no. 2, available at: <https://doi.org/10.3390/su16020508>.

3. OECD (2025), "The 2025 OECD Definition of E-commerce and Guidelines for Interpretation", available at: https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2025/10/the-2025-oecd-definition-of-e-commerce-and-guidelines-for-interpretation_3e7e5a61/2254f1de-en.pdf (Accessed 5 Feb 2026).

4. World Trade Organization (2017), "Electronic commerce: briefing note", available at: https://www.wto.org/english/thewto_e/minist_e/mc11_e/briefing_notes_e/bfecom_e.htm (Accessed 5 Feb 2026).

5. World Customs Organization (2018), "WCO Framework of Standards on Cross-Border E-Commerce", available at: https://www.wcoomd.org/-/media/wco/public/global/pdf/topics/facilitation/activities-and-programmes/ecommerce/wco-framework-of-standards-on-crossborder-ecommerce_en.pdf (Accessed 5 Feb 2026).

6. The Verkhovna Rada of Ukraine (2015), The Law of Ukraine “On electronic commerce”, available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19/conv#n22> (Accessed 24 May 2024).

7. Vladimir, Z. (1996), “Electronic Commerce: Structures and Issues”, *International Journal of Electronic Commerce*, vol. 1, no. 1, pp. 3–23/
<https://doi.org/10.1080/10864415.1996.11518273>.

8. Laudon, K.C. and Traver, C.G. (2024), *E-Commerce 2023-2024: Business, Technology, Society*, 18th ed, Pearson, Harlow, UK.

9. Sadchykova, I. Tarasenko, A. and Dubyna, M. (2023), “Theoretical substantiation of the essence of the concept of ‘electronic commerce’”, *Ekonomika ta suspilstvo*, vol. 53. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-53-36>.

10. Petrunenko, Ya.V. Syrotko, M.V. and Troinikov, V.V. (2023), “Legal regulation of electronic commerce in the conditions of development of the digital economy in Ukraine”, *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu. Seriiia “Pravo”*, vol. 79, no. 1, pp. 312–318.

11. Markulynets, A.A. (2024), “Modern legal approaches to the interpretation of the term ‘electronic commerce’: international and national dimension”, *Analitychno-porivnialne pravoznavstvo*, vol. 5, pp. 298–306.

12. Oliinyk, O.B. (2021), “Development of electronic commerce and the concept of an electronic contract”, *Pravnychy visnyk Universytetu “KROK”*, vol. 44, pp. 138–144.

13. Matviienko-Biliaieva, H.L. (2022), “Use of electronic commerce in the modern environment”, *Molodyi vchenyi*, vol. 4, pp. 87–91.

14. Yang, Y. Zhao, Y. Yeoh, W. Qi, C. and Jiang, H. (2025), “Exploring the Interaction Between Streaming Modes and Product Types in E-Commerce Sales”, *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, vol. 20. <https://doi.org/10.3390/jtaer20010053>.

15. Laudon, K.C. and Traver, C.G. (2016), *E-commerce 2016: business, technology, society*, 12th ed, Pearson, Boston, USA.

16. Zhang, Z. (2025), “Research On the Impact of Cross - Border e-commerce on Traditional Trade and Optimization Strategies”, *Highlights in Business, Economics and Management*, vol. 60, pp. 131–138.

17. Wang, Y. (2025), “Cross-border electronic commerce and its impact on traditional trade patterns”, *Business Administration and Management*, vol. 7, no. 2, pp. 119–121.
18. Sellers Commerce (2025), “eCommerce Statistics In 2025: Global and U.S. Data”, available at: <https://www.sellerscommerce.com/blog/ecommerce-statistics/> (Accessed 5 Feb 2026).
19. Kurhan, N.V. (2024), “Digital accounting of export electronic trade of small enterprises of Ukraine”, *Marketynh ta tsyfrovi tekhnolohii*, vol. 8, no. 3, pp. 26–43.
20. Levytskyi, V.O. and Radynskyi, S.V. (2024), *Pravove rehuliuvannia internet-torhivli v Ukraini: problemy ta napriamy udoskonalennia* [Legal regulation of Internet trade in Ukraine: problems and directions of improvement], Manuscript, Ternopil Ivan Puluj National Technical University, Ternopil, Ukraine.
21. Selivanova, N.M. and Tsapenko, A.O. (2025), “Peculiarities of accounting and taxation of activities of individual entrepreneurs in the field of Internet trade”, *Acta Academiae Beregsasiensis. Economics*, no. 8, pp. 447–462.
22. European Consumer Centres Network (2013), “Fraud in cross-border e-commerce”, available at: https://ec.europa.eu/consumers/ecc/docs/fraud_report_2013_en.pdf (Accessed 5 Feb 2026).
23. Yakob, Ye.I. (2023), “Problems of development of international electronic trade”, *Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny*, vol. 54, pp. 32–36.
24. Homonai, V.V. (2024), “The impact of digitalization on the development of e-commerce and its legal regulation”, *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu. Seriia: Pravo*, vol. 85, no. 2, pp. 293–298.

Отримано редакцією журналу / Received: 12.02.26

Прорецензовано / Revised: 16.02.26

Схвалено до друку / Accepted: 19.02.26