
Міжнародне право

УДК 343.329

DOI 10.33244/2617-4154.1(18).2025.258-267

Н. М. Бинюк,

канд. юрид. наук,

доцент кафедри міжнародного права

та права Європейського Союзу

e-mail: izabel15@ukr.net

ORCID ID 0000-0001-6588-7325;

Л. В. Батюк,

Державний податковий університет

e-mail: batiuk.liliia@gmail.com

ORCID ID 0009-0007-7748-3310

ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ НОРМ МІЖНАРОДНОГО ПРАВА ЩОДО РЕГУЛЮВАННЯ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В УКРАЇНІ

У статті проаналізовано процес розвитку електронної комерції і її адаптації до українського законодавства.

Електронна комерція в Україні активно розвивається, але потребує вдосконалення законодавства для відповідності європейським стандартам. Стаття досліджує поняття електронної комерції в українському правовому полі, виявляє проблеми регулювання онлайн-продажів та недовіри споживачів. Проаналізовано існуючі наукові праці та обгрунтовано актуальність теми. Розглянуто визначення електронної комерції, необхідність гармонізації законодавства з ЄС та конкретні кроки для цього. Детально описано права та обов'язки продавців і покупців, особливості електронних договорів та захисту персональних даних. Визначено ключові виклики розвитку (технічні бар'єри, кібербезпека, правозастосування) та перспективи (зростання популярності, підвищення довіри, вдосконалення законодавства). У висновках підкреслено важливість вирішення існуючих проблем для подальшого успішного розвитку електронної комерції в Україні.

Підкреслено важливість імплементації європейської моделі інституційного регулювання у зв'язку з підписанням Угоди про асоціацію з ЄС. Наведено перелік конкретних кроків, необхідних для гармонізації національного законодавства з нормами права ЄС у сфері електронної комерції, охоплюючи розширення інформації для споживачів, регулювання онлайн-маркетплейсів, боротьбу з нечесною практикою, регулювання цифрового контенту,

заборону геоблокування, усунення надмірних комісій, посилення ринкового нагляду, запровадження альтернативних способів вирішення спорів, спрощення оподаткування та розмитнення, забезпечення прозорості доставки та підвищення конкуренції.

У висновках статті підкреслюється, що електронна комерція є новою та перспективною сферою в Україні, яка потребує подальшого вдосконалення нормативно-правової бази, особливо в контексті євроінтеграції. Наголошується на важливості впровадження чітких правил для всіх учасників ринку, забезпечення прозорості, захисту прав споживачів та поліпшення інфраструктури. Автор підсумовує, що для успішного розвитку електронної комерції необхідно вирішити ряд проблем, пов'язаних з правовим регулюванням, технічною інфраструктурою та довірою споживачів.

Ключові слова: електронна комерція, українське законодавство, цифровізація, проблеми електронної комерції, цифрові технології, бізнес, торгівля.

Метою наукової статті є комплексне дослідження поняття електронної комерції, адаптованої до українського законодавства з метою виявлення проблем та формування пропозицій щодо їх подолання.

Постановка проблеми. Суттєвий прогрес у сфері цифровізації і новітніх технологій докорінно змінив підхід до діяльності безлічі структур та організацій. Розвиток цифрових технологій стосується більшості сфер сучасного життя: від освіти до способів прозорості державної влади та можливостей електронного урядування. Важливе значення ці процеси мають і у сфері бізнесу, наприклад: залученні нових інвестицій та наданні більших можливостей для задоволення інтересів споживачів і відповідно, захисту їх прав. Однак, попри всі переваги, існує і безліч недоліків у сфері законодавства, які варто виправляти. Зокрема, це стосується недоліків у сфері онлайн-продажів та недовіри більшості споживачів до таких можливостей цифровізації.

Аналіз попередніх досліджень. Щодо дослідження тематики електронної комерції присвячено багато наукових праць вітчизняних та зарубіжних вчених, наприклад: Д. Д. Євтушенко, Ю. О. Шкригун, А. М. Зеліско, Р. І. Байцар, Д. В. Пархоменко.

Актуальність обраної теми полягає в тому, що попри активний розвиток електронної комерції в Україні, пріоритетним є питання досконалого правового регулювання даного питання згідно з законодавством України.

Виклад основного матеріалу. Електронна комерція як форма господарської діяльності, незважаючи на її популярність застосування у світі, є досить новою формою в Україні, яка зі свого боку відрізняється тим, що реалізується за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій. Кожна нова технологія є пріоритетним місцем у житті кожного, адже впровадження і розвиток інновацій мають важливе значення для розвитку більшості сфер життя.

Важливим моментом у сфері електронної комерції є також той факт, що після підписання Україною Угоди про асоціацію та проголошений намір щодо приєднання до ЄЦР ЄС, в Україні має застосовуватись європейська модель інституційного регулювання в сфері електронної комерції, яка передбачає чітку регламентацію всіх її аспектів, порядку здійснення діяльності всіх суб'єктів у цій сфері та систему державного і ринкового

нагляду. Для цього наведемо перелік заходів, які мають бути здійснені у найближчий час із метою подальшої гармонізації національного законодавства України з нормами права ЄС у сфері електронної комерції:

- Розширення переліку інформації, яка має бути надана споживачеві під час укладення онлайн-контрактів.
- Встановлення додаткових вимог до контрактів, укладених на торговельних інтернет-майданчиках (onlinemarketplaces).
- Розширення переліку дій, що становлять нечесну комерційну практику.
- Регулювання порядку укладення дистанційних контрактів на поставку цифрового вмісту та цифрових послуг.
- Заборона геоблокування та географічної дискримінації споживачів.
- Усунення надмірних комісій під час розрахунків.
- Посилення ринкового нагляду у сфері електронної комерції.
- Запровадження альтернативних способів вирішення спорів про порушення прав споживачів та онлайн-майданчиків.
- Спрощення системи оподаткування та розмитнення товарів, які імпортуються в результаті дистанційної купівлі-продажу.
- Забезпечення прозорості та доступної доставки.
- Підвищення прозорості та чесної конкуренції на ринку електронної комерції [7].

Визначення поняттю електронної комерції закріплено в ч. 1 ст. 3 Закону України «Про електронну комерцію», відповідно до змісту якої «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» [1].

Однак існують і інші думки щодо визначення цього поняття, наприклад:

1) Д. Д. Євтушенко вважає, що «електронна комерція – це сукупність усіх операцій між підприємством і контрагентами, здійснених за допомогою інформаційних технологій з метою автоматизації бізнес-процесів для оптимізації витрат і збільшення економічної ефективності бізнесу» [2, с. 187].

2) Ю. О. Шкригун визначає електронну комерцію як «вид електронної комерційної діяльності, що реалізується через електронну взаємодію економічних суб'єктів» [3, с. 324].

Швидкий розвиток електронної комерції зумовлений тим, що споживачі під час замовлення послуг та товарів через інтернет отримують набагато більше переваг. Наприклад: нижча собівартість придбання товарів з розширенням кордонів бізнесу і, як варіант, виходом на ринок міжнародної торгівлі. Важливим є те, що споживач завдяки електронній комерції має змогу купувати дешеві товари з економією часу на їх пошук. Розширення дистанційних сервісів надають доступ і до інших сфер, таких як електронне страхування послуг та інші. Однак серед переваг є і недоліки електронної комерції, зокрема через недостатню комп'ютерну обізнаність споживачів, низький рівень довіри до такої системи, а також через офіційно неврегульовані питання щодо такої діяльності.

Зазначаємо, що на сьогодні Закон України «Про електронну комерцію» є основним нормативно-правовим актом у цій сфері, він визначає організаційно-правові засади діяльності у сфері електронної комерції в Україні, встановлює порядок вчинення електронних правочинів із застосуванням інформаційно-комунікаційних систем та визначає права й обов'язки учасників відносин у сфері електронної комерції [1].

Варто зазначити, що електронна комерція існувала в правовому полі України ще до прийняття цього Закону. Проте Законом врегульовано широке коло суспільних відносин – організаційно-правові засади діяльності у сфері електронної комерції, порядок вчинення правочинів у сфері електронної комерції, права та обов'язки відповідних учасників у сфері електронної комерції. Проте згаданий Закон містить чимало норм бланкетного характеру і відсилає до інших нормативно-правових актів, що дає підстави вченим розглядати його як загальний, якому не достає конкретики [4, с. 42]. До таких нормативно-правових актів потрібно віднести: Цивільний кодекс України; Господарський кодекс України; закони України «Про захист прав споживачів», «Про рекламу», «Про електронні документи та електронний документообіг», «Про захист інформації в інформаційно-комунікаційних системах», «Про телекомунікації», «Про електронну ідентифікацію та електронні довірчі послуги», «Про платіжні послуги», «Про фінансові послуги та фінансові компанії», «Про захист персональних даних», міжнародних договорів України, згода на обов'язковість яких надана Верховною Радою України, цього Закону та інших нормативно-правових актів, прийнятих відповідно до них [1].

Незважаючи на досить велику кількість нормативно-правових актів, які тією чи іншою мірою присвячені регулюванню відносин у сфері електронної комерції, великий обсяг проблем залишається невирішеними. Зокрема, це стосується механізму оподаткування, конфіденційності даних, відсутності необхідної сучасної інфраструктури, захисту інтелектуальної власності, наявності юридичних колізій [5, с. 13]. На шляху розвитку електронної комерції в Україні постає цілий ряд перешкод: шахрайські трансакції, які здійснюються за допомогою викрадених реквізитів карток; магазини, що безвісти зникають з ринку після успішно виконаних афер; фіктивні магазини, призначені для збору інформації про картки клієнтів; психологічний чинник тощо [6, с. 250].

Попри врегулювання основних аспектів діяльності у сфері електронної комерції, залишається ряд важливих питань, які потребують подальшого вдосконалення правового регулювання. Зокрема, це стосується забезпечення належного захисту прав споживачів, особливо в контексті електронних правочинів, а також розв'язання проблем, пов'язаних з безпекою трансакцій та захистом персональних даних. Адже лише за гармонійного поєднання наявних нормативно-правових актів та впровадження ефективних механізмів контролю можна забезпечити належний рівень довіри до електронної комерції як з боку продавців, так і з боку споживачів.

Продавці, які надають свої товари або послуги, повинні дотримуватися ряд вимог. Насамперед вони мають бути офіційно зареєстровані як суб'єкти господарювання, тобто як юридичні особи або фізичні особи-підприємці.

На сайті продавця повинна бути розміщена чітка інформація про нього: повна офіційна назва, місце розташування, контактні дані (телефон та електронна пошта), а також

реєстраційний номер платника податків (ЄДРПОУ або ПІН). До укладення договору покупець повинен мати можливість ознайомитися з повною та достовірною інформацією про товар або послугу. Ця інформація повинна містити основні характеристики товару, його вартість, умови доставки та оплати, гарантії, а також термін придатності (для товарів).

Також продавець зобов'язаний опублікувати на сайті договір публічної оферти, який є пропозицією укласти договір на стандартних умовах. Здійснюючи замовлення, покупець автоматично погоджується з умовами цього договору. Крім того, продавець має забезпечити належний захист персональних даних покупців відповідно до Закону України «Про захист персональних даних».

Продавець зобов'язаний гарантувати споживачам право на відмову від договору впродовж 14 днів з моменту отримання товару, за винятком деяких категорій товарів [8]. Також споживач має право на обмін або повернення товару неналежної якості, а також на гарантійне обслуговування. Якість товарів або послуг, які пропонує продавець, повинна відповідати встановленим стандартам якості та безпеки. Продавець несе відповідальність за це.

Електронні договори активно застосовуються в електронній комерції, охоплюючи процес купівлі та продажу товарів і послуг через інтернет-сайти та електронні платіжні системи. Під час укладання таких договорів важливо враховувати особливості угод, зокрема політику повернення товарів і захист прав споживачів.

Звідси постає питання в підписанні електронного договору. У сучасному цифровому середовищі, де інтернет і технології стрімко розвиваються, електронні договори стають все більш звичними. Електронний договір – це домовленість двох або більше сторін, спрямована на встановлення, зміну або припинення цивільних прав та обов'язків і оформлена в електронній формі [1]. В Україні правила укладання та підписання електронних договорів регулюються законодавством, що гарантує їх юридичну силу та довіру між учасниками.

Основні закони та нормативно-правові акти, які регулюють електронні договори, охоплюють: Цивільний кодекс України, визначає загальні правила укладання договорів (ст. 641, 638, 644); Закон України «Про електронний документ та електронний документообіг» (ст. 5, 9, 6, 7); Закон України «Про електронну комерцію» (ст. 5, 6, 8).

Укладання електронного договору передбачає дотримання кількох ключових умов. Насамперед необхідна згода всіх сторін, яка має бути вільною та добровільною і може бути виражена електронним способом відповідно до статті 9 Закону України «Про електронний документ та електронний документообіг». Крім того, повинні бути виконані вимоги щодо пропозиції та прийняття: одна сторона пропонує умови договору, а інша їх приймає. Це може відбуватися за допомогою електронних засобів комунікації відповідно до статті 641 Цивільного кодексу України та Закону України «Про електронну комерцію». Умови договору повинні бути чіткими, зрозумілими та доступними для обох сторін, що передбачено статтею 11 Закону України «Про електронну комерцію», яка гарантує можливість ознайомлення з умовами угоди до її укладання. Також, згідно зі статтею 7 Закону України «Про електронний документ та електронний документообіг», електронний

договір повинен зберігатися в електронному вигляді для подальшої перевірки та аналізу, що є важливим для надання доказів у разі виникнення спорів.

Ключовим аспектом під час укладання електронного договору є його підписання. Стаття 1 Закону України «Про електронну ідентифікацію та електронні довірчі послуги» надає нам і визначення ЕЦП. Електронний підпис – електронні дані, що додаються до інших електронних даних або логічно з ними пов'язуються і використовуються підписувачем [9]. Що ніби цілком відповідає загальним уявленням про технологію відкритого та особистого (закритого) ключів. Електронний підпис (ЕЦП) відіграє ключову роль у процесі укладання та підписання електронних договорів в Україні. Згідно зі статтею 6 Закону України «Про електронний документ та електронний документообіг» ЕЦП забезпечує юридичну силу електронних документів.

Продавці мають певні права та обов'язки, що регулюють їхню діяльність. Однією з основних їхніх відповідальностей є надання покупцям повної та достовірної інформації про товари чи послуги. Вони повинні чітко описувати продукцію, вказувати її характеристики, умови доставки та ціну. Ця інформація повинна бути зрозумілою та доступною для всіх покупців. Крім того, продавці зобов'язані забезпечувати належний захист персональних даних покупців, які збираються під час здійснення покупок. Вони мають дотримуватися законодавства, що регулює захист персональних даних, щоб гарантувати конфіденційність інформації. Ще одним обов'язком продавців є виконання умов договору з покупцем. Це включає своєчасну доставку товарів та надання якісних послуг. У разі якщо умови договору не виконуються, покупці мають право вимагати компенсацію збитків.

Зі свого боку покупці також мають ряд прав та обов'язків. Одне з основних прав – це право на отримання детальної інформації про товар, що дає змогу їм робити обґрунтований вибір під час покупки. Крім того, законодавством передбачено право покупців на повернення товару впродовж 14 днів, за умови, що товар не був у використанні і зберіг первісний вигляд. У такому разі продавець зобов'язаний повернути кошти. Обов'язком покупців є дотримання умов укладеного договору, зокрема, своєчасна оплата замовлених товарів і послуг.

Захист персональних даних є ключовим аспектом під час укладання електронних договорів. Відповідно до Закону України «Про захист персональних даних» та його статті 6 сторони зобов'язані забезпечити належні заходи щодо збору та обробки персональних даних, дотримуючись встановлених правових норм [10].

Одним із важливих етапів є збір інформації. Сторони мають чітко визначити, які саме персональні дані будуть збиратися та для яких цілей. Крім того, інформація про збирання та обробку персональних даних повинна бути доступною для всіх учасників договору у формі політики конфіденційності. Це дає змогу сторонам отримати прозоре уявлення про обсяг та мету використання їхніх персональних даних. Також важливою умовою є згода суб'єкта даних. Збирання та обробка персональних даних можуть здійснюватися лише за умови отримання вільної та свідомої згоди від суб'єкта даних. Сторони повинні бути належним чином поінформовані про цілі та обсяг обробки їхніх даних, щоб мати можливість прийняти обґрунтоване рішення. Окрему увагу потрібно

приділити захисту персональних даних. Сторони електронного договору зобов'язані впроваджувати необхідні технічні та організаційні заходи для запобігання несанкціонованому доступу, втраті або пошкодженню персональних даних. Ці заходи забезпечують безпеку інформації та підтримують довіру між учасниками угоди.

Виклики та перспективи розвитку електронної комерції в Україні можна розглянути через кілька основних аспектів: технічні бар'єри та кібербезпека, проблеми правозастосування, а також потенціал для розвитку та зміни в законодавстві.

Технічні бар'єри залишаються значною проблемою для електронної комерції в Україні. Одним із ключових викликів є недостатньо розвинена інфраструктура інтернету в регіонах, що ускладнює доступ споживачів до онлайн-платформ. Багато потенційних покупців не мають стабільного та швидкого доступу до інтернету, що знижує ефективність електронних продажів у певних областях. Крім того, інтеграція новітніх технологій у сфері електронної комерції, таких як штучний інтелект, хмарні технології та мобільні додатки, вимагає від компаній значних інвестицій у модернізацію та підтримку цифрових платформ. Це може бути дорогим і складним процесом, особливо для малих і середніх підприємств.

Кібербезпека є ще однією ключовою проблемою. Зі зростанням обсягу онлайн-транзакцій підвищується ризик кібератак, витоку даних та шахрайства. Захист персональних даних покупців та запобігання несанкціонованому доступу до систем електронної комерції стає все важливішим. Для цього необхідне впровадження надійних систем шифрування, багаторівневих систем аутентифікації та моніторинг потенційних загроз. Багато українських компаній ще не мають належного рівня кіберзахисту, що може загрожувати безпеці даних користувачів.

У сфері електронної комерції в Україні існують певні проблеми із правозастосуванням. Це стосується як захисту прав споживачів, так і дотримання правової бази з боку самих інтернет-магазинів. Однією з проблем є недосконале законодавство, яке не завжди охоплює новітні форми онлайн-торгівлі та не адаптоване до швидкого розвитку технологій. Складність контролю за діяльністю онлайн-платформ також є викликом для державних органів. Не всі інтернет-магазини дотримуються правил ведення бізнесу, що може призвести до порушення прав покупців. Це стосується, зокрема, питань якості товарів, гарантійного обслуговування, повернення товарів тощо.

Також існує проблема правової невизначеності в контексті транскордонних операцій. Оскільки багато українських покупців купують товари на закордонних платформах, виникають питання щодо юрисдикції, прав споживачів та захисту даних у міжнародному контексті.

Незважаючи на виклики, електронна комерція в Україні має значний потенціал для розвитку. Зокрема, зростаюча популярність онлайн-шопінгу серед молодого покоління, розширення доступу до мобільних технологій та інтернету сприяють підвищенню обсягів продажів в електронному середовищі.

Підвищення довіри до електронної комерції – важлива перспектива. Що більше користувачі довіряють онлайн-торгівлі та мають позитивний досвід покупок, то швидше

розвиватиметься цей сектор. У цьому контексті важливу роль відіграє вдосконалення кібербезпеки та підвищення якості сервісу з боку компаній.

Щодо законодавства, на сьогодні є потреба у створенні більш чітких і сучасних нормативно-правових актів, які б регулювали відносини у сфері електронної комерції. Необхідно вдосконалити закони щодо захисту прав споживачів, електронних платежів та захисту персональних даних.

Перспективним напрямом є також спрощення регуляторних процедур для малого та середнього бізнесу, який працює в електронній комерції. Це може включати спрощену реєстрацію онлайн-бізнесу, полегшення податкового навантаження та створення умов для більш швидкої інтеграції нових технологій [11].

Розвиток інноваційних фінансових рішень, таких як цифрові валюти, мобільні платежі та інтеграція фінтех у платформи електронної комерції, також сприятиме розширенню ринку і підвищенню доступності сервісів для населення.

Висновки. Підсумовуючи викладене вище, можна сказати, що електронна комерція в Україні є новою та перспективною сферою діяльності, яка активно розвивається завдяки інформаційно-комунікаційним технологіям. Попри її стрімке зростання та численні переваги для споживачів і бізнесу, існує потреба у вдосконаленні нормативно-правової бази, особливо в контексті гармонізації українського законодавства з європейськими стандартами.

Важливим кроком на цьому шляху є впровадження чітких правил та регулювань для всіх учасників ринку, забезпечення прозорості комерційної діяльності, захисту прав споживачів і поліпшення інфраструктури для зручнішого доступу до онлайн-торгівлі. Це включає як технічні, так і правові аспекти, які потребують посиленого нагляду, зокрема у сфері захисту персональних даних, забезпечення кібербезпеки та правозастосування.

Отже, незважаючи на значний потенціал електронної комерції, для її подальшого успішного розвитку в Україні необхідно вирішити ряд проблем, що стосуються правового врегулювання, технічної інфраструктури та довіри споживачів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Про електронну комерцію : Закон України від 3 вересня 2015 р. № 675-VIII / Верховна Рада України // База даних «Законодавство України». URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19#Text>
2. Євтушенко Д. Д. Електронний бізнес, електронна комерція, Інтернет-торгівля: сутність та взаємозв'язок понять. *Бізнес Інформ*. 2014. № 8. С. 184–188.
3. Шкригун Ю. О. «Електронний бізнес», «електронна комерція» та «електронна торгівля»: відмінності й особливості. *Управління економікою: теорія та практика* : зб. наук. праць. К. : ІЕП НАНУ, 2020. С. 312–325.
4. Зеліско А. М., Байцар Р. І. Розвиток нормативно-правового регулювання електронної комерції в Україні. *Стандартизація. Сертифікація. Якість*. 2016. № 3. С. 39–44.
5. Електронна комерція: теоретико-правові засади та сучасний стан в Україні / Полях В. М., Кривошеєва Н. М., Клочко В. М., Шарапова О. М., Чуйко Н. В. *ScienceRise*. 2017. № 5. С. 11–17.

Бинюк Н. М., Батюк Л. В. Імплементація норм міжнародного права щодо регулювання електронної комерції в Україні

6. Возний М. І. Міжнародна електронна торгівля. *Проблеми та перспективи розвитку в Україні* : зб. наук. праць Буковин. ун-ту. Економічні науки. 2014. Вип. 7. С. 243–252.
7. Український центр європейської політики / Ukrainian Centre for European Policy. URL : https://ucep.org.ua/wp-content/uploads/2021/07/ucep_report_e-commerce_31.05.2021.pdf
8. Про захист прав споживачів : Закон України від 12 травня 1991 р. № 1024-XII / Верховна Рада України // База даних «Законодавство України». URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12#Text>
9. Про електронну ідентифікацію та електронні довірчі послуги : Закон України від 5 жовтня 2017 № 2155-VIII / Верховна Рада України // База даних «Законодавство України». URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2155-19#Text>
10. Про захист персональних даних : Закон України від 1 червня 2010 № 2297-VI / Верховна Рада України // База даних «Законодавство України». URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2297-17#Text>
11. Пархоменко Д. В. Розвиток електронної комерції в Україні. *Економіка і менеджмент 2023: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку* : зб. наук. праць Міжнар. наук.-практ. конф., 6–7 квіт. 2023 р. У 6 т. Дніпро : Видавець Біла К. О., 2023. Т. 3. С. 94–96. URL : http://www.confcontact.com/2023-ekonomika-i-menedzhment/5_Parkhomenko.pdf

REFERENCES

1. Pro elektronnu komertsiiu : Zakon Ukrainy vid 3 veresnia 2015 r. № 675-VIII / Verkhovna Rada Ukrainy // Baza danykh «Zakonodavstvo Ukrainy». URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19#Text>
2. Yevtushenko D. D. Elektronnyi biznes, elektronna komertsiiia, Internet-torhivlia: sutnist ta vzaiemozviazok poniat. *Biznes Inform.* 2014. № 8. S. 184–188.
3. Shkryhun Yu. O. «Elektronnyi biznes», «elektronna komertsiiia» ta «elektronna torhivlia»: vidminnosti y osoblyvosti. *Upravlinnia ekonomikoiu: teoriia ta praktyka* : zb. nauk. prats. K. : IEP NANU, 2020. S. 312–325.
4. Zelisko A. M., Baitsar R. I. Rozvytok normatyvno-pravovoho rehuliuвання elektronnoi komertsii v Ukraini. *Standartyzatsiia. Sertyfikatsiia. Yakist.* 2016. № 3. S. 39–44.
5. Elektronna komertsiiia: teoretyko-pravovi zasady ta suchasnyi stan v Ukraini / Poliakh V. M., Kryvosheieva N. M., Klochko V. M., Sharapova O. M., Chuiko N. V. *ScienceRise.* 2017. № 5. S. 11–17.
6. Voznyi M. I. Mizhnarodna elektronna torhivlia. *Problemy ta perspektyvy rozvytku v Ukraini* : zb. nauk. prats Bukovyn. un-tu. Ekonomichni nauky. 2014. Vyp. 7. S. 243–252.
7. Ukrainskyi tsentr yevropeiskoi polityky / Ukrainian Centre for European Policy. URL : https://ucep.org.ua/wp-content/uploads/2021/07/ucep_report_e-commerce_31.05.2021.pdf
8. Pro zakhyst prav spozhyvachiv : Zakon Ukrainy vid 12 travnia 1991 r. № 1024-XII / Verkhovna Rada Ukrainy // Baza danykh «Zakonodavstvo Ukrainy». URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12#Text>
9. Pro elektronnu identyfikatsiiu ta elektronni dovirchi posluhy : Zakon Ukrainy vid 5 zhovtnia 2017 № 2155-VIII / Verkhovna Rada Ukrainy // Baza danykh «Zakonodavstvo Ukrainy». URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2155-19#Text>

Бинюк Н. М., Батюк Л. В. Імплементація норм міжнародного права щодо регулювання електронної комерції в Україні

10. Pro zakhyst personalnykh danykh : Zakon Ukrainy vid 1 chervnia 2010 № 2297-VI / Verkhovna Rada Ukrainy // Baza danykh «Zakonodavstvo Ukrainy». URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2297-17#Text>

11. Parkhomenko D. V. Rozvytok elektronnoi komertsii v Ukraini. *Ekonomika i menedzhment 2023: perspektyvy intehratsii ta innovatsiinoho rozvytku* : zb. nauk. prats Mizhnar. nauk.-prakt. konf., 6–7 kvit. 2023 r. U 6 t. Dnipro : Vydavets Bila K. O., 2023. T. 3. S. 94–96. URL : http://www.confcontact.com/2023-ekonomika-i-menedzhment/5_Parkhomenko.pdf

N. M. Binyuk, L. V. Batiuk. IMPLEMENTATION OF INTERNATIONAL LAW NORMS ON THE REGULATION OF ELECTRONIC COMMERCE

The article analyzes the process of e-commerce development and its adaptation to Ukrainian legislation.

E-commerce in Ukraine is actively developing, but requires improvement of legislation to comply with European standards. The article explores the concept of e-commerce in the Ukrainian legal field, identifies problems of regulating online sales and consumer distrust. Existing scientific works are analyzed and the relevance of the topic is substantiated. The definition of e-commerce, the need to harmonize legislation with the EU and specific steps for this are considered. The rights and obligations of sellers and buyers, the features of electronic contracts and personal data protection are described in detail. Key development challenges (technical barriers, cybersecurity, law enforcement) and prospects (growing popularity, increasing trust, improving legislation) are identified. The conclusions emphasize the importance of solving existing problems for the further successful development of e-commerce in Ukraine.

The importance of implementing the European model of institutional regulation in connection with the signing of the Association Agreement with the EU is emphasized. A list of specific steps necessary to harmonize national legislation with EU law in the field of e-commerce is provided, including expanding information for consumers, regulating online marketplaces, combating unfair practices, regulating digital content, prohibiting geo-blocking, eliminating excessive fees, strengthening market surveillance, introducing alternative dispute resolution methods, simplifying taxation and customs clearance, ensuring transparent delivery, and increasing competition.

The conclusions of the article emphasize that e-commerce is a new and promising area in Ukraine that requires further improvement of the regulatory framework, especially in the context of European integration. The importance of implementing clear rules for all market participants, ensuring transparency, protecting consumer rights, and improving infrastructure is emphasized. The author concludes that for the successful development of e-commerce, it is necessary to solve a number of problems related to legal regulation, technical infrastructure, and consumer trust.

Keywords: e-commerce, Ukrainian legislation, digitalization, e-commerce problems, digital technologies, business, trade.

Стаття надійшла до редколегії 10 лютого 2025 року

*Бинюк Н. М., Батюк Л. В. Імплементація норм міжнародного права
щодо регулювання електронної комерції в Україні*