УДК 339.137

Олексій Тараненко (Україна)

JEL classification: L87

Олексій ТАРАНЕНКО

здобувач,
кафедра економічної кібернетики, бізнес
економіки та інформаційних систем,
ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет
економіки і торгівлі», Україна
E-mail: epec.puet@gmail.com
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-2820-6054>

© Олексій Тараненко, 2020

Отримано: 18.11.2020 р.
Прорецензовано: 06.12.2020 р.
Рекомендовано до друку: 16.12.2020 р.
Опубліковано: 16.12.2020 р.

Ця стаття розповсюджується на умовах ліцензії Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0, яка дозволяє необмежене повторне використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії, за умови правильного цитування оригінальної роботи.

АНАЛІЗ РИНКУ ЕКСПРЕС-ДОСТАВКИ В УКРАЇНІ

АНОТАЦІЯ

Стаття присвячена дослідженню ринку експрес-доставки в Україні. Предметом дослідження є кур'єрські та поштові служби, що надають послуги експрес-доставки. На основі дослідження статистичних показників зроблено висновок про стан розвитку економіки України у 2020 р. та основі аналіз даних Національного банку України, Міжнародного валютного фонду, Кабінету Міністрів України проаналізовано прогнозні показники щодо розвитку економіки України у 2021-2023 рр. Встановлено, що не зважаючи на негативні тенденції в економіці України, ринок електронної комерції продовжує стрімко розвиватися як альтернатива самозайнятості населення в умовах карантину. Досліджено структуру ринку електронної комерції, побудовано модель ринку електронної комерції в Україні у 2019-2020 рр. Зроблено висновок про появу нової ніші на ринку – доставки продуктів харчування. З метою аналізу ринку експрес-доставки в Україні проведено PEST-аналіз за категоріями політичними, економічними, соціальними та технологічними. Досліджено обсяг ринку експрес-доставки у 2020 р. Проаналізовано показники зростання ринку експрес доставки. Досліджено середовище ринку експрес-доставки в Україні. Визначено, що найбільшим оператором ринку є Нова пошта, яка активно працює на ринку електронної комерції та у категоріях C2C та B2B. Іншу частку ринку займають Укрпошта, Intime, Міст Експрес, Делівері, які є найбільшими конкурентами компанії Нова Пошта. Швидке входження таких операторів як «Justin» та «Алло Express» свідчать про низькі бар'єри входу на ринок експрес доставки. За допомогою моделі 5-ти сил Портера проаналізовано основні загрози ринку перевезень, що дозволило виявити такі загрози як – розвиток власної доставки онлайн-рітейлерів, динамічний розвиток ринку та входження нових операторів; невисокі вхідні бар'єри, часте підвищення тарифів на послуги без поліпшення якості або розширення портфеля послуг, можливість втрати фінансових ліцензій на перекази.

Тараненко О. Аналіз ринку експрес-доставки в Україні. *Економічний аналіз*. 2020. Том 30. № 4. С. 84-92.

DOI: <https://doi.org/10.35774/econa2020.04.084>

Ключові слова: поштові та кур'єрські служби; експрес-доставка; електронна комерція; інтернет; конкуренція; поштові оператори.

Oleksii Taranenko (Ukraine)

UDC 339.137

JEL classification: L87

Oleksii TARANENKO

PhD Student,

*Department of Economic Cybernetics, Business
Economics and Information Systems,
Poltava University of Economics and Trade,
Ukraine*

Email: epec.puet@gmail.com

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-2820-6054>

© Oleksii Taranenko, 2020

Received: 18.11.2020

Revised: 06.12.2020

Accepted: 16.12.2020

Online publication date: 16.12.2020

This is an Open Access article, distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 license, which permits unrestricted re-use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

UKRAINE EXPRESS DELIVERY MARKET INDUSTRY ANALYSIS

ABSTRACT

The article is devoted to the study of the express delivery market in Ukraine. The subject of the study is courier and postal services that provide express delivery services. Based on the study of statistical indicators, a conclusion was made on the state of development of Ukraine's economy in 2020 and analysis of data from the National Bank of Ukraine, the International Monetary Fund, the Cabinet of Ministers of Ukraine analyzed forecast indicators for Ukraine's economy in 2021-2023. negative trends in the economy of Ukraine, the e-commerce market continues to grow rapidly as an alternative to self-employment in quarantine. The structure of the e-commerce market is studied, the model of the e-commerce market in Ukraine in 2019-2020 is built. The conclusion about emergence of a new niche in the market - food delivery is made. In order to analyze the express delivery market in Ukraine, a PEST analysis was conducted by political, economic, social and technological categories. The volume of the express delivery market in 2020 is studied. The growth indicators of the express delivery market are analyzed. The environment of the express delivery market in Ukraine is studied. It is determined that the largest market operator is Nova Poshta, which is active in the e-commerce market and in the C2C and B2B categories. Another market share is occupied by Ukrposhta, Intime, Mist Express, Delivery, which are Nova Poshta's biggest competitors. The rapid entry of operators such as Justin and Allo Express indicates low barriers to entry into the express delivery market. Using the model of Porter's 5 forces, the main threats of the transportation market were analyzed, which allowed to identify such threats as - the development of its own delivery of online retailers, the dynamic development of the market and the entry of new operators; low entry barriers, frequent increase in tariffs for services without improving the quality or expanding the portfolio of services, the possibility of losing financial licenses for transfers.

Taranenko, O. (2020). Ukraine express delivery market industry analysis. *Economic analysis*, 30 (4), 84-92.

DOI: <https://doi.org/10.35774/econa2020.04.084>

Keywords: postal and courier services; express delivery; e-commerce; Internet; competition; postal operators.

Вступ

Одним із основних трендів глобалізації є зростання ринку електронної комерції. Персоналізація, мобілізація, соціальна комерція, мультимедіальність, зростання показника проникнення Інтернету і збільшення частки онлайн-покупців [14] стають головними каталізаторами зростання поштових та кур'єрських перевезень в світі.

Український ринок експрес доставки не є виключенням, оскільки його перспективність привертає увагу багатьох учасників ринку – маркетплейси, інтернет-магазини, ритейл та інші.

У класичній бізнес моделі перевезень цільовий ринок поштових операторів – це ринок експрес-доставки, який охоплює наступні сегменти: B2B, великий середній та малий бізнес B2C, С-покупець та C2C. З точки зору категорій відправлень, ринок може бути розділений на СЕР (кур'єр, експрес і посилки) і експрес-доставку вантажу від 30 кг до 1 тону.

Для прийняття рішення щодо виходу на обраний сегмент ринку експрес доставки або вироблення стратегії посилення своїх конкурентних позицій необхідно проаналізувати існуючий стан та спрогнозувати подальші тренди розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Особливості розвитку ринку логістичних послуг та експрес-доставки в Україні займалися такі

вітчизняні науковці, як О. Амеліницька, М. Григорак, Н. Чухрай, О. Князева, Є. Крикавський, В. Кузяк, О. Шандрівська та ін. Однак, недостатньо висвітленими залишаються питання сучасного розвитку ринку експрес-доставки в умовах розвитку електронної комерції.

Метою цієї статті є аналіз ринку експрес доставки в Україні та прогнозування подальших перспектив його розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження

Для визначення тенденцій та закономірностей розвитку ринку експрес доставки проаналізуємо макроекономічні показники розвитку української економіки, що впливають на швидкість росту та обсяги ринку.

Українська економіка в значній мірі залежить від зовнішніх чинників: розвитку світової економіки, зміна кон'юнктури світових сировинних ринків, співпраці уряду з МВФ, успішності залучення зовнішнього фінансування і інвестицій в Україну. Однак найбільш значущий вплив на стабільність економіки України мають внутрішня політико-економічна стабільність і дії уряду, спрямовані на реформування адміністративної та правової систем, а також економіки в цілому.

Виділимо основні макроекономічні фактори, що впливають на темпи росту ринку експрес-доставки в таблиці 1.

Таблиця 1. Макроекономічні фактори (систематизовано на основі даних [4, 5, 8, 9])

Макропоказник	Джерела даних (дата прогнозу)	2016 р.	2017 р.	2018 р.	2019 р.	2020 р.	2021 р.	2022 р.	2023 р.
Ріст ВВП, %	факт	2,4	2,5	3,4	3,2				
	прогноз МВФ (жов'20)					-7,2	3,0	3,2	3,4
	прогноз НБУ (жов'20)					-6,0	4,2	3,8	
	прогноз Каб Мін (лип'20)					-4,8	4,6	4,3	4,7
Інфляція, %	факт	12,4	13,7	9,8	4,1				
	МВФ (жов'20)					5,2	5,8	5,4	5,0
	НБУ (жов'20)					4,1	6,5	5,0	5,0
	прогноз Кабінету Міністрів (черв'20)					5,6	7,3	6,2	5,3
Курс дол.	прогноз МВФ (жов'20)	25,6	26,6	27,2	25,7	27,2	28,1	28,0	28,1
Населення, млн.чол.	Держстат+прогноз МВФ (жов'20)	42,4	42,2	42,0	41,7	41,5	41,4	41,2	41,0
	Оцінка на основі даних держстату, з 2021 – прогноз від МВФ	41,5	40,8	40,2	40,0	40,5	40,3	40,2	40,0

У 2021-2023 роки економіка, за прогнозами, оговтається від кризи в 2020 році, спричиненої пандемією. Прогнози НБУ, Кабінету Міністрів України та МВФ відрізняються: найоптимістичніший сценарій від Кабінету Міністрів України, від МВФ – найбільш стриманий прогноз. Однак, відповідно до

аналітичних даних Незалежної асоціації Банків України [10], під кінець 2020 р. на тлі відновлення світової економіки спостерігається зниження макроекономічних показників виробництва, експорту та імпорту на тлі зростання курсу валют, збільшення інфляції до 3,8%, зростання індексу

споживчих цін, який у листопаді 2020 р. збільшився на 1,3% за місяць, що став найвищим місячним темпом інфляції за останні 2 роки, скорочення споживання та інвестиції, що несприятливо відображається на купівельній спроможності населення.

Не зважаючи на негативну динаміку економіки України за даними EVO.Business, за швидкістю розвитку електронної комерції Україна займає друге місце в Європі [13] – у 2019 році в інтернет-магазинах українці витратили 80 млрд грн. [1]. При цьому 78% українських інтернет-користувачів роблять ситуативні покупки і лише 19% регулярно купують в онлайні. Згідно дослідження, проведеного компанією GfK [6] у 2020 впливає, що близько 66% населення України старше 16 років

користуються інтернетом і близько 33% здійснюють онлайн-покупки – це близько 7 млн. чоловік.

За частотою онлайн-покупок в товарних групах лідирують косметика і побутова хімія, товари для дітей, одяг і взуття, продукти харчування, медикаменти, оптика, товари для тварин, книги в друкованому форматі. Середня частота покупок 10,34 на рік або 0,86 в місяць, при цьому 17% покупців здійснюють понад 20 покупок і 33% понад 11 покупок в рік [15]. Також відзначимо тенденцію зростання у споживача потреби купівлі продуктів харчування онлайн з подальшою доставкою додому (створена молода ніша), перспективи стрімкого розвитку якої пов'язана перш за все з тим, що продукти харчування займають значну частину в гаманці споживача в Україні (рис. 1).

Рис. 1. Модель ринку електронної комерції в Україні (авторська розробка)

Карантин лише посилив увагу до онлайн-продажів, що з боку торговельних підприємств обумовлена необхідністю диверсифікації каналів дистрибуції (у зв'язку з пандемією). Враховуючи, що згідно прогнозів щодо розвитку ритейлу на найближчі 2-3 роки: планується зростання онлайн-продажів і збільшення власних торгових точок, зазначимо, що це становить додатковий стимул і є важливим чинником, що може вплинути на діяльність поштових та кур'єрських служб, розвиток яких у 2020 р. проаналізовано за допомогою PEST-аналізу за категоріями політичними, економічними, соціальними та технологічними (табл. 3 PEST-аналіз).

Таблиця 3. PEST-аналіз

Політичні чинники	Економічні чинники
<p>Стабілізація політичної ситуації після президентських виборів у 2019.</p> <p>Врегулювання ситуації в Донецькій та Луганській областях.</p> <p>Посилення тиску на підприємців через посилення державного регулювання: прийняття законів 128-IX і 129-IX (на RPOs і кешбек), розширення контролюючих повноважень НКРЗІ; затягування правил поштових послуг; зміна умов порогів безмитної імпорту; посилення вимог до Цсу; підвищена відповідальність за порушення вагових обмежень (багатотонний транспорт);</p> <p>Втрати транзиту газу з Росії до Європи.</p>	<p>Падіння ВВП в зв'язку з карантинним періодом.</p> <p>Переоцінки національної валюти за рахунок зростання обсягів ОВДП, що негативно позначається на виробництві та експорті України.</p> <p>Активізація боротьби з контрабандою, сірий імпорту.</p> <p>Відкриття земельного ринку в 2021 може бути як чинником прискорення економічного зростання, так і фактором нестабільності.</p> <p>Збільшення мінімальної заробітної плати, що вплине на зростання інфляції;</p> <p>Посилення монополії продавців у роздрібній торгівлі.</p> <p>Розвиток безготівкової економіки (cashless economy).</p> <p>Український бізнес і споживач мають доступ до зарубіжних ринків і глобальних торговельних платформ (eBay, Amazon). Доступні покупки за кордоном</p>
Соціальні чинники	Технологічні чинники
<p>Початок 2-хвилої пандемії, зростання ізоляції населення, посилення карантинних заходів.</p> <p>Демографічну кризу: занепад населення України, еміграція економічно активного населення, дефіцит робочої сили.</p> <p>Зростаюча частка мілєніалів (покоління Y), які активно беруть участь у залученні цифрових технологій до усіх сфер життя.</p> <p>Урбанізація становить 70%, триває внутрішня міграція населення з сіл у міста.</p> <p>Прагнення до здорового, зеленішого і більш технологічним способом життя;</p> <p>Більш селективний і інформований підхід до аналізу поведінки клієнтів, особливо онлайн-покупців;</p>	<p>Зростання Інтернет-проникнення до 71% до 2020, понад 70-80% території України покриває широкошумовий доступ до мережі Інтернет.</p> <p>Розвиток мобільного Інтернету, три національні оператори запустили 4G. На підході технологія 5G</p> <p>Цифровізація: розумні пристрої, розум і навколишнє середовище, Інтернет речей.</p> <p>Технології Self Service, технології для кінцевих користувачів в роздрібній торгівлі, банківській справі, доставці.</p> <p>Запуск і розвиток в Україні світових стартапів, які надають послуги з доставки: UberEats, Glovo, Bolt.</p> <p>Скорочення часу доставки, доставки в конкретний час, управління доставкою вашої посилки;</p> <p>Робототехніка і автоматизація процесів доставки.</p> <p>Збільшення використання великих даних, впровадження прогнозних моделей попиту з використанням Data Science (big data, machine learning).</p> <p>Енергоєфективна логістика (з використанням електричних ТЗ) і безпілотних автомобілів.</p>

Обсяг ринку експрес-доставки України оцінюється в 432 млн. відправлень у 2020 році. З 2017 року вітчизняний ринок доставки виріс на 1,75 разів в середньому на 20% на рік. Зростання ринку в 2020 році склало 93 млн. відправлень (27%). Основним сценарієм прогнозування розвитку ринку

доставки в Україні є Східна Європа, зокрема Польща як основний орієнтир, де кількість онлайн-покупок становила в 1,7 разів більше, ніж в Україні в 2020, з порівнянними показниками проникнення в Інтернет і долі онлайн-покупців (рис. 2 та 3).

Рис. 2. Зростання ринку експрес-доставки, млн. відправлень (на основі даних [4])

Рис. 3. Зростання ринку експрес-доставки, млрд. грн. (на основі даних [4])

Внутрішній ринок доставки 432 млн. відправлень має приблизно наступну структуру [2; 3; 7; 11; 12]: Нова Пошта 63 %, Укрпошта 16 %, Intime 2 %, Міст Експрес 2 % і Делівері 1 %, власні служби інтернет торгівлі 8%. Решта 2 % займають близько 50 інших операторів. Нова Пошта продовжує зростати швидше, ніж ринок: зростання в 2020 в реальних умовах склав 65 млн. відправлень.

У 2018 році увійшов на ринок новий оператор «Justin», відправлень якого в 2018 майже дорівнював нулю, але в 2020 спостерігалось значне зростання, об'єми 7 млн. відправлень на рік [2].

У 2020 році збанкрутів оператор «Intime» та вийшов на ринок логістики маркетплейс «Алло Express», що говорить про низькі бар'єри входу на ринок експрес доставки та складну бізнес модель, щодо виконання перевезень (велика територія України – значна собівартість доставки).

На ринку експрес доставки запекла боротьба за гаманець споживача. Всі ці процеси сприяють

підвищенню конкуренції, як наслідок, загального покращення якості послуг, що надаються (табл. 4)

Таблиця 4. Конкурентний аналіз операторів ринку експрес-доставки (на основі аналізу [2; 3; 7; 11; 12])

Фокус на сегмент	eCommerce C2C B2B express	eCommerce C2C	eCommerce	eCommerce	B2B express	eCommerce
Кількість точок контакту	>11 800	>11 000	3 270	480	420	>500
Знання: Top of mind	80%	15%	1%	1%	1%	-
Заявлена швидкість	1-3 дні	2-6 днів	1-6 днів	1-2 дні	1-3 дні	1-2 дні
Відношення до ціни: % клієнтів відзначили оптимальність ціни/якість	21%	30%	11%	27%	11%	-

Розглянемо загрози ринку перевезень на основі моделі 5-ти сил Портера та сформуємо напрямки покращень в табл. 5.

Висновки

В результаті аналізу існуючої ситуації можна виділити наступні тенденції для ринку експрес-доставки:

- позитивні очікування та прогнози розвитку української економіки 3-4% на рік разом з продовженням активного зростання споживання і, як наслідок, активне зростання електронної комерції на 16-18% на рік є основними факторами для зростання всього ринку експрес-доставки та його ключового сегменту СЕР;
- прогноз розвитку всього внутрішнього ринку доставки до 2023 року становить близько 653

млн відправлень, 14% (CAGR). Оскільки драйвером зростання ринку доставки є ринок електронної комерції, а вибір оператора доставки робиться покупцем товару;

- «Нова Пошта» є абсолютним лідером ринку з часткою 63%, що продовжує швидко зростати та маючи кращі показники доступності, знань, іміджевих характеристик;
- створення цінності доставки та орієнтація на сегмент С-покупець в ланцюгу постачання Продавець-Покупець буде не тільки найкращими драйверами зростання оператора експрес-доставки, але і захищатиме від загроз з боку конкурентів;
- у клієнтів зростають вимоги: краще, швидше, дешевше, 24/7.

Таблиця 5. Аналіз ринку експрес-доставки за допомогою моделі 5-ти сил Портера

Параметр (рівень загрози)	Опис	Напрямок покращень
Загроза зі сторони товарозамінників (Високий)	Загрозою для ринку поштових операторів є те, що топ-гравці сегмента електронної комерції починають розвивати власну доставку, відкривати свої пункти видачі або ж магазини (Rozetka, Kasta, Parfums, інші). Це пов'язано як з унікальністю, так і з необхідністю здешевити доставку, зробити її більш гнучкою і сервісною. З'являються сегментні сервіси: LIKI24, Glovo, Bolt, Raketa.	Розробити оптимальні комерційні (продуктові і тарифні) пропозиції для магазинів електронної комерції
Загроза внутрішньогалузевої конкуренції (Середній)	Ринок не насичений і продовжує динамічно зростати. Зростає і ступінь запеклості боротьби між конкурентами. Є виражений лідер ринку, наступні за ним гравці займають частки в рази менше. «Укрпошта» сфокусована на доставці товарів з закордонну, при цьому компанія заявляє про бажання продати свої акції, а також привести в Україну Amazon і AliExpress. Решта гравців намагаються не відставати від Нова Пошта щодо поліпшення сервісу і збільшення мережі.	Посилювати конкурентні переваги: скорочувати терміни доставки, покращувати сервіс, пропонувати розширені можливості селф-сервісу.
Загроза з боку нових гравців (Середній)	Бар'єри входу невисокі, компанії з необхідним ресурсом в Україні є: загроза надходить від нового гравця Justin, який агресивно відкриває пункти прийому і видачі (в Сільпо, «Фуршет») а також залучає топових онлайн-рітейлерів (Rozetka, Parfums, le Boutique, Prom) в тому числі за рахунок демпінгу ціни і відкриття ко-брендінгових відділень	Працювати над оптимізацією процесів для зниження собівартості.
Загроза втрати поточних клієнтів (Середній)	Часте підвищення тарифів на послуги без поліпшення якості і сервісу або розширення портфеля послуг. Введення обмежень і правил для клієнта, які істотно ускладнюють бізнес-процеси. Розфокусування операторів в пошуках нових ніш (доставка їжі, банківські послуги).	Узгодити тарифну політику з клієнтами
Загроза нестабільності постачальників (Низький)	Втрата фінансових ліцензій на перекази у зв'язку з посилення фінансового моніторингу. Неможливість установки обладнання іноземного виробництва через карантинні заходи.	Дублювання системи оплати, створення резерву національних партнерів

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

- Несходовський І. РРО, кешбек для покупця: навіщо потрібні ці інновації. ЛІГА.Фінанси. 2019. URL: <https://rpr.org.ua/news/rro-keshbek-dlia-pokuptsia-navishcho-potribni-tsi-innovatsii>.
- Офіційний сайт Justin. URL: <https://justin.ua>.
- Офіційний сайт Meest Україна. URL: <https://ua.meest.com>.
- Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
- Офіційний сайт Кабінету Міністрів України. URL: <https://www.kmu.gov.ua>.
- Офіційний сайт компанії GfK Ukraine. URL: <http://www.gfk.com>.
- Офіційний сайт Логістичної компанії Делівері. URL: <https://www.delivery-auto.com>.
- Офіційний сайт Міжнародного Валютного Фонду. URL: www.imf.org.
- Офіційний сайт Національного банку України. URL: <https://bank.gov.ua>.
- Офіційний сайт Незалежної асоціації Банків України. URL: <https://nabu.ua/ua/makroekonomichni-pokazniki.html>.
- Офіційний сайт Нової Пошти. URL: <https://novaposhta.ua>.
- Офіційний сайт Укрпошти. URL: <https://www.ukrposhta.ua>.
- Савчук Т. Інтернет-торгівля та нюанси оподаткування, пов'язані з нею. Юрист і закон. 2020. № 07. URL: <https://id-legalgroup.com/ua/novosti/internet-torgovlya-i-nuansinalogooblojeniya-sv-yazannie-s-nei-tatyana-savchuk-ayditor-ID-Legal-Group-dlya-jyrnala-urist-i-zakon>.
- Чайковська В. П. Електронна комерція в Україні: сучасний стан та тенденції розвитку. *Інтелект XXI*. 2016. № 3. С. 38-48. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/int_XI_2016_3_6.
- EVO. Business. URL: <https://evo.business/lyudi-kupuvali-bilshe-serednij-chek-zmenshivsyavartist-dostavki-zroslyakim-buv-ukrainskij-ecommerce-u-2019-roci>.

REFERENCES

1. Neshodovsky, I. (2019). RRO, cashback for the buyer: why do we need these innovations. *LEAGUE.Finance*. Retrieved from: <https://rpr.org.ua/news/rro-keshbek-dlia-pokuptsia-navishchopotribni-tsi-innovatsii>. [in Ukrainian].
2. Justin's official website. (2020). Retrieved from: <https://justin.ua>. [in Ukrainian].
3. Official site of Meest Ukraine. (2020). Retrieved from: <https://ua.meest.com>. [in Ukrainian].
4. Official site of the State Statistics Service of Ukraine. (2020). Retrieved from: <http://www.ukrstat.gov.ua>. [in Ukrainian].
5. Official site of the Cabinet of Ministers of Ukraine. (2020). Retrieved from: <https://www.kmu.gov.ua>. [in Ukrainian].
6. Official site of GfK Ukraine. (2020). Retrieved from: <http://www.gfk.com>. [in Ukrainian].
7. Official site of the Logistics Company Delivery. (2020). Retrieved from: <https://www.delivery-auto.com>. [in Ukrainian].
8. Official site of the International Monetary Fund. (2020). Retrieved from: www.imf.org. [in Ukrainian].
9. Official site of the National Bank of Ukraine. (2020). Retrieved from: <https://bank.gov.ua>. [in Ukrainian].
10. Official site of the Independent Association of Banks of Ukraine. (2020). Retrieved from: <https://nabu.ua/en/makroekonomichni-pokazniki.html>. [in Ukrainian].
11. Official site of Nova Poshta. (2020). Retrieved from: <https://novaposhta.ua>. [in Ukrainian].
12. Official site of Ukrposhta. (2020). Retrieved from: <https://www.ukrposhta.ua>. [in Ukrainian].
13. Savchuk, T. (2020). Internet commerce and the nuances of taxation associated with it. *Lawyer and law*, № 07. Retrieved from: <https://id-legalgroup.com/ua/novosti/internet-torgovlya-i-nuansy-nalogooblojeniya-svyazannie-s-nei-tatyana-savchuk-ayditor-ID-Legal-Group-dlya-jyrnala-urist-i-zakon>. [in Ukrainian].
14. Tchaikovsky, V. P. (2016). E-commerce in Ukraine: current status and development trends. *Intelligence XXI*, 3, 38–48. Retrieved from: http://nbuv.gov.ua/UJRN/int_XXI_2016_3_6. [in Ukrainian].
15. EVO. Business. (n. d.). Retrieved from: <https://evo.business/lyudikupuvali-bilshe-serednij-chek-zmenshivsyavartist-dostavki-zrosliayakim-buv-ukraïnskij-ecommerce-u-2019-roci>.