

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2023-314-1-4>

УДК 330

Галина КУПАЛОВА

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

<https://orcid.org/0000-0003-4486-8349>

e-mail: [prof.galina@gmail.com](mailto:prof.galina@gmail.com)

Наталія ГОНЧАРЕНКО

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

<https://orcid.org/0000-0001-9274-9905>

e-mail: [Nota7sha@ukr.net](mailto:Nota7sha@ukr.net)

Євгенія ОЛЄШКО

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

<https://orcid.org/0000-0002-1113-3998>

e-mail: [zhenia2000@gmail.com](mailto:zhenia2000@gmail.com)

## РОЗВИТОК ТОРГІВЛІ ЦИФРОВИМИ ТОВАРАМИ В КОНТЕКСТІ ВІДНОВЛЕННЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ ТА ДОСЯГНЕННЯ ЦІЛЕЙ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

*В сучасних надзвичайно складних умовах ведення воєнних (бойових) дій, руйнації інфраструктури зростає роль та необхідність розвитку цифрової торгівлі. Метою проведеного дослідження було формулювання основних заходів щодо активізації розвитку торгівлі цифровими товарами, які доцільно здійснювати на різних рівнях управління для відновлення економіки України на засадах сталого розвитку. У статті систематизовано та узагальнено розробки вітчизняних і зарубіжних учених стосовно теоретико-методологічних засад інтелектуальної власності, торгівлі цифровими товарами, особливостей їх обліку й оподаткування, організації, маркетингу. Акцентовано увагу на відмінностях понять цифрові товари і продукти, хоча у наукових публікаціях і практичних рекомендаціях вони здебільшого отожднюються. Окреслено напрями пошуків розвитку торгівлі цифровими товарами через удосконалення цифрової дистрибуції та забезпечення права власності. Виявлено бар'єри, що гальмують розвиток торгівлі цифровими послугами в Україні. Запропоновані основні заходи з активізації розвитку торгівлі цифровими товарами на національному рівні управління та на рівні суб'єктів господарювання для відновлення економіки України та досягнення цілей сталого розвитку.*

*Ключові слова: розвиток, інтелектуальна власність, авторське право, торгівля, сталий розвиток, економіка, цифрові товари, цифрова дистрибуція, електронна комерція, цифровий ринок, цифрові торговельні системи, програмне забезпечення, цифровізація.*

Halyna KUPALOVA, Nataliia GONCHARENKO, Oleshko EVHENII

Taras Shevchenko National University of Kyiv

## DEVELOPMENT OF TRADE IN DIGITAL GOODS IN THE CONTEXT OF RECOVERY ECONOMY OF UKRAINE AND ACHIEVEMENT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

*The role and necessity of the development of digital trade is increasing in the condition of extremely difficult conditions of conducting military operations, the destruction of infrastructure. The purpose of the conducted research was to formulate the main measures to intensify the development of trade in digital goods, which should be implemented at different levels of management to restore the economy of Ukraine on the basis of sustainable development. The article systematizes and summarizes the developments of domestic and foreign scientists regarding the theoretical and methodological foundations of intellectual property, trade in digital goods, features of their accounting and taxation, organization, and marketing. The necessity of determining the priority directions of digital trade development, taking into account the modern needs of economic recovery, is substantiated. Attention is focused on the differences between the concepts of digital goods and products, although in scientific publications and practical recommendations they are often equated. The level of digital development in Ukraine compared to other countries of the world is shown. The directions for revitalizing the trade in digital goods through the improvement of digital distribution and ensuring the right of ownership are outlined. The main forms and properties, the differences between trade in digital goods and traditional trade, which must be taken into account in the formation of trade policy, are revealed. Barriers inhibiting the development of trade in digital services in Ukraine have been identified. The main measures to intensify the development of trade in digital goods at the national level of management and at the level of business entities are proposed to restore the economy of Ukraine and achieve the goals of sustainable development. Their implementation will contribute to the acceleration of integration into the Single Digital Space of the EU, the expansion of access to online markets, the formation of a digital environment in Ukraine in accordance with European requirements and standards.*

*Keywords: Development, Intellectual Property, Copyright, Trade, Sustainable Development, Economy, Digital Goods, Digital Distribution, Electronic Commerce, Digital Market, Digital Trading Systems, Software, Digitization.*

### Постановка проблеми у загальному вигляді

#### та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Швидке повоєнне відновлення економіки України можливе за умови досягнення Цілей сталого розвитку, насамперед, через «сприяння поступальному, всеохоплюючому та сталому економічному зростанню, повній і продуктивній зайнятості та гідній праці для всіх» [1] – Ціль 8. Одним із основних

завдань є створення можливостей для самореалізації потенціалу економічно активного населення і розвитку креативної економіки. За оцінками експертів збільшення цифровізації української економіки позитивно вплине на її продуктивність та економічне зростання. Залежно від рівня цифровізації, позитивний вплив на ВВП України може скласти від 2,4 до 12,1% [1].

В Україні з метою пришвидшення впровадження цифрових технологій, створення цифрової інфраструктури для економічного відновлення у 2021 р. затверджена Стратегія здійснення цифрового розвитку, цифрових трансформацій і цифровізації системи управління державними фінансами на період до 2025 року, а з 1 березня 2023 р. вступає у дію Закон України «Про Національну програму інформатизації». Передбачається використання передових цифрових технологій, зокрема торгівлі цифровими товарами, що найефективніше в період війни, оскільки її інфраструктура не піддається такому фізичному руйнуванню під час воєнних дій. При цьому можна зберегти значну частину робочих місць і забезпечити заробіток працюючим.

### Аналіз останніх досліджень і публікацій

Актуальність проблеми розвитку організації та розвитку цифрової дистрибуції, торгівлі цифровими товарами спонукає багатьох вітчизняних і зарубіжних учених до наукових досліджень та оприлюднення їх результатів. Опрацьовані нами наукові здобутки умовно можна об'єднати у чотири групи. *Перша група* науковців вивчила теоретико-методологічні засади інтелектуальної власності та торгівлі цифровими товарами. Сюди входять О. Вієцька, В. Вірченко, Д. Маслов, К. Гуйей, П. Чау. *Друга група* дослідників (Я. Караїбрагімоглу, В. Канліанг, Ч. Кім, Д. Кім, Р. Картер, Т. Стрейдер, Дж. Рожицькі, Т. Рут) основну увагу приділила обліково-ціновим аспектам цифрових товарів. Маркетингові аспекти цифрових товарів висвітлили І. Венг, К. Венг, Д. Яо та Ч. Ліу, Ч. Ляо, І. Лу, Р. То (*третья група*). Над організаційними аспектами торгівлі цифровими товарами працювали М. Дубель, Р. Сааде, С. Бредлі, І. Лі, Дж. Кім, С. Кім, С. Джіан, А. Ліу, І. Венг, С. Чен – *четверта група*. Детальніше результати досліджень вказаних науковців відображено у таблиці 1.

Таблиця 1

**Розподіл і результати досліджень вітчизняних і зарубіжних науковців за тематичними групами у сфері торгівлі цифровими товарами**

Група	Напрямок дослідження	Автор	Досліджувані питання
I	Теоретико-методологічні аспекти інтелектуальної власності та торгівлі цифровими товарами	В. Вірченко	Теоретичні витoki та економічні імперативи розвитку інтелектуальної власності [2]
		О. Вієцька	Визначення категорії «цифрові товари», оподаткування торгівлі цифровими товарами та послугами [3]
		Д. Маслов	Трактування поняття «цифрових товарів» та сучасні підходи до їх класифікації [4]
		К. Гуйей, П. Чау	Класифікація цифрових товарів, в тому числі за критеріями «випробуваності» та «подільності» [5]
II	Обліково-цінові аспекти цифрових товарів	Я. Караїбрагімоглу О. Вієцька	Особливості бухгалтерського обліку цифрових товарів [6] Оподаткування торгівлі цифровими товарами та послугами [3]
		В. Канліанг	Розробка стратегій ціноутворення на цифрові товари на основі типології Пігу [7]
		Ч. Кім, Д. Кім	Модель споживчого сприйняття цінності цифрових товарів [8]
		Р. Картер, Т. Стрейдер, Дж. Рожицькі, Т. Рут	Структура витрат господарської діяльності підприємств у сфері цифрових товарів [9]
III	Маркетингові аспекти цифрових товарів	І. Венг, К. Венг, Д. Яо	Маркетинговий мікс для цифрових товарів [10]
		Ч. Ліу, Ч. Ляо, І. Лу, Р. То	Визначення факторів зміни споживчого вибору на користь цифрових товарів [11]
IV	Організаційні аспекти торгівлі цифровими товарами	М. Дубель	Організаційні засади роботи сервісів з цифрової дистрибуції [12]
		Р. Сааде	Розробка типової схеми електронного ланцюга поставок цифрових товарів [13]
		С. Бредлі, І. Лі, Дж. Кім, С. Кім	Стратегія розвитку цифрової дистрибуції залежно від її форми [14]
		С. Джіан, А. Ліу, І. Венг, С. Чен	Моделювання розповсюдження цифрових товарів в контексті поширення інновацій [15]

### Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується стаття

Відаючи належне здобуткам вищезгаданих та інших вчених, а саме щодо визначення сутності та класифікації цифрових товарів, особливостей обліку, оподаткування, маркетингових досліджень, зазначимо,

що зміни макросередовища спричинили появу кардинально інших факторів, які впливають на ефективність і розвиток торгівлі цифровими товарами. Актуальною вимогою часу є окреслення напрямів розвитку торгівлі цифровими товарами суб'єктів господарювання на макро- і мікрорівнях з урахуванням сучасних потреб економічного відновлення України на принципах сталого розвитку.

### Формулювання цілей статті

Метою статті є розробка пропозицій щодо розвитку торгівлі цифровими товарами в контексті відновлення економіки України та досягнення цілей сталого розвитку. Це сприятиме прискоренню інтеграції в Єдиний цифровий простір ЄС, розширенню доступу до онлайн-ринків, формуванню цифрового середовища в Україні відповідно до європейських вимог і стандартів.

### Виклад основного матеріалу

Цифрові товари пропонуються розглядати як товари або продукти, що існують у цифровій формі і реалізуються та споживаються онлайн. У наукових публікаціях і практичних рекомендаціях цифрові товари і продукти часто ототожнюються. Проте ключовою їх відмінністю є наявність фізичного аналогу для цифрових продуктів. Так, онлайн курс або електронна книга, існує виключно в електронному вигляді, тоді як музичний збірник має фізичний аналог у вигляді музичного альбому [16].

Найпоширеніші цифрові товари представлені у форматі:

- відео – фільми, серіали, інструкції, блоги, лекції тощо;
- аудіо – пісні, аудіокниги, подкасти, декламування тощо;
- програмного забезпечення – програми, утиліти, розширення, мобільні додатки, розширення, операційні системи, відеоігри тощо;
- текст – книги, посібники, періодичні видання тощо.

Незважаючи на військову агресію й погіршення макроекономічної ситуації, ІТ сфера в Україні стабільно розвивається. За результатами 11 місяців 2022 р. ІТ сектор став єдиним в країні де спостерігалось зростання експорту на 7 % порівняно аналогічним періодом 2021 р. Загальний обсяг експорту склав \$6,6 млрд, що на \$1 млрд більше, навіть порівняно з металургією [17].

У 2018 р. найвищий рівень цифрового розвитку серед розвинених країн продемонстрували Швеція, Нідерланди, США, Данія, Великобританія. Рівень цифрового розвитку в Україні поки що відстає від країн-лідерів ЄС (Швеція – 0,81, Нідерланди – 0,81, Данія – 0,80) і середнього рівня в ЄС (0,71). При цьому індекс цифровізації України склав 0,56 (рис. 1), і вона зайняла 46 місце в рейтингу країн Європейського Союзу.

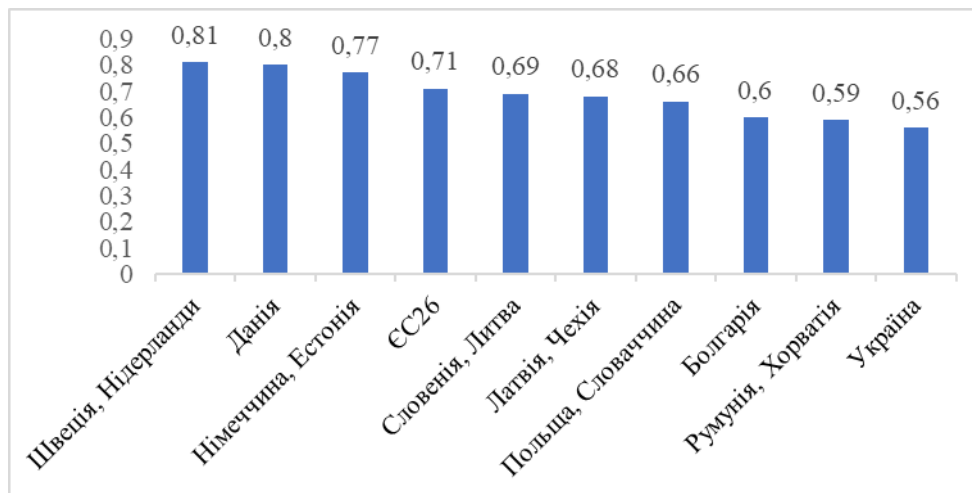


Рис. 1. Індекс цифровізації України та окремих країн ЄС, 2018 р.\*

\*Зображено за даними [18, с. 23]

Розвиток торгівлі цифровими товарами має важливе значення для покращення позицій України в рейтингу інформатизації, досягнення стратегічних цілей диджиталізації національної економіки. Зокрема, до кінця 2023 р. частка ІТ має складати 10 % ВВП країни, а кількість населення, залученого до програми розвитку цифрових навичок, – 6 млн осіб. Тому нині суттєво активізувалася діяльність державних органів щодо цифровізації державних і суспільних послуг. У лютому 2022 р. була анонсована програма «Смартфон», що передбачає безплатне забезпечення літніх людей (старше 60 років) смартфонами [19]. Для підвищення комп'ютерної та онлайн-грамотності діє Державна програма з безоплатного проходження ІТ-курсів для громадян України [20], на рівні місцевих громад організовані безоплатні курси для населення старшого віку. В умовах військових дій, у 2022 р. здійснені заходи щодо покращення стабільності та якості інтернет-зв'язку шляхом надання мобільним операторам додаткового ресурсу радіочастот, що дозволяє поступово збільшувати площу покриття інтернет-зв'язком [21].

Актуальним для України наразі є інтеграція в єдиний цифровий ринок Європейського Союзу. Завдяки цьому поглиблюватиметься економічна інтеграція у внутрішній ринок ЄС, провадитиметься цифровізація України відповідно до європейських і міжнародних стандартів. В межах інтеграції розширюється взаємний доступ до онлайн-ринків і цифрових послуг, Україна приєднується до єдиних правил, стандартів і процедур з ЄС у цифровій сфері. Особливо важливими є запровадження процедур оформлення електронних контрактів, здійснення електронних платежів та розрахунків, поширення цифрового контенту, дотримання авторських прав, надання транскордонних цифрових послуг і захисту прав споживачів в мережі інтернет тощо.

Зусилля держави спрямовані на імплементацію національного інформаційного середовища у міжнародний простір, у т.ч. для полегшення торгівлі цифровими товарами. Так, наприкінці 2022 р. вперше підписано Угоду про цифрову торгівлю між Україною та Великобританією. В угоді визначені межі і базові норми співпраці щодо відповідності систем цифрової ідентифікації країн. Основні напрями співпраці:

- 1) цифрові торговельні системи,
- 2) вільний обмін даними,
- 3) захист споживачів,
- 4) відкриті цифрові ринки,
- 5) фінансові послуги,
- 6) технічне співробітництво.

Пошвавлення торгівлі цифровими товарами слід здійснювати через удосконалення цифрової дистрибуції та забезпечення права власності – рис. 2.

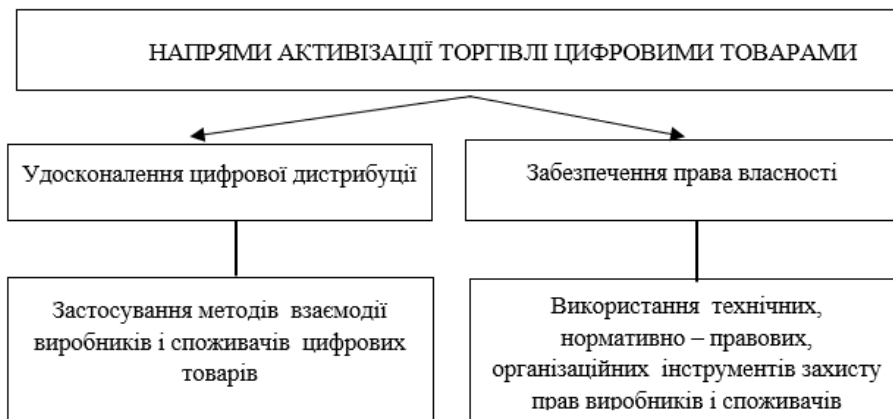


Рис. 2. Основні напрями активізації торгівлі цифровими товарами в контексті відновлення економіки України та досягнення цілей сталого розвитку

Цифрова дистрибуція, як відомо, є однією із ключових форм комерціалізації об'єктів права інтелектуальної власності (особливо авторського права), що розглядається як метод розповсюдження. За допомогою цифрової дистрибуції контент, тобто цифрові товари, доставляються до покупця без використання фізичних каналів розповсюдження, зазвичай, за допомогою мережі Інтернет споживачу [22].

Найрозповсюдженішими є такі основні форми торгівлі цифровими товарами: прямий продаж, рекламна форма та форма передплати. Проте з розвитком ринку виникають різні комбінації наведених форм. Тісний зв'язок цифрової дистрибуції з інтелектуальною власністю обумовлює основні її властивості та відмінності від традиційної торгівлі, а саме:

1. Можливість реалізації абсолютно нематеріальної електронної комерції у зв'язку з нематеріальною формою цифрових товарів та здійснення процесів купівлі-продажу й доставки за максимально коротким часом. В цьому полягають переваги торгівлі цифровими товарами: низькі (або навіть відсутні) логістичні витрати на пакування, зберігання та доставку продукції; можливість повної автоматизації бізнесу; граничні витрати від продажу кожної додаткової одиниці цифрової продукції близькі до нуля.

2. Потребує врегулювання питання щодо охорони прав інтелектуальної власності у цифровій дистрибуції. На відміну від традиційних форм торгівлі товарами, цифрові товари не передаються у повну власність споживачу. Прикладом може бути компанія-виробник і дистриб'ютор програмного забезпечення «Microsoft», які в правилах використання цифрових товарів на своєму веб-сайті зазначають, що «Усі цифрові товари ліцензуються, а не продаються» [23].

3. Ризик створення несанкціонованих копій – порушення прав інтелектуальної власності.

Забезпечення захисту прав споживачів залишається однією з основних перешкод розвитку торгівлі цифровими товарами, зокрема, їх експорту. За оцінками експертів, основними бар'єрами, які гальмують

розвиток торгівлі цифровими послугами в Україні є обмеження у таких сферах, як електронні платежі та розрахунки, електронні транзакції, захист прав інтелектуальної власності в мережі інтернет та інші (рис. 3).

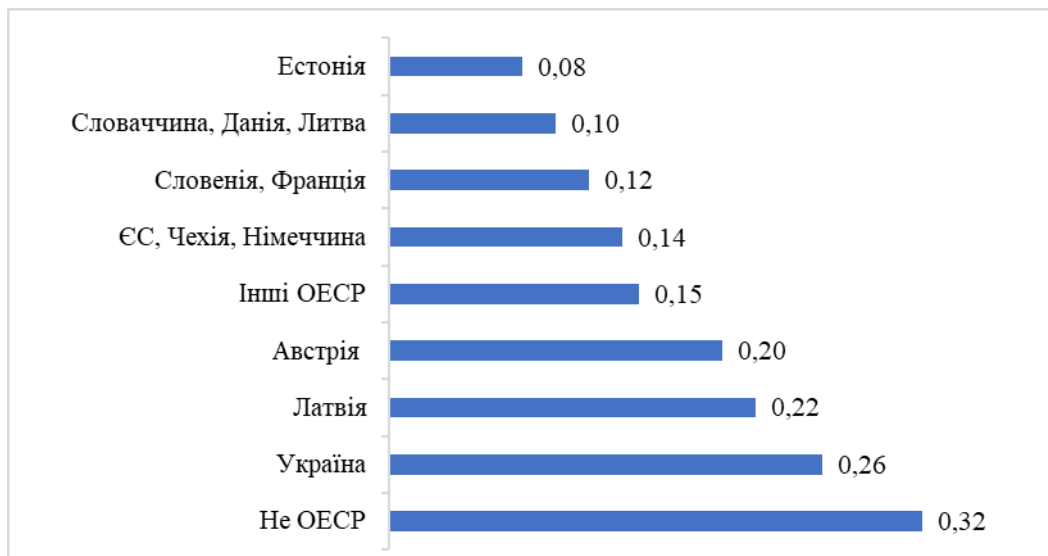


Рис. 3. Рівень (індекс) регуляторних обмежень торгівлі цифровими послугами в Україні та інших країнах світу, 2018 р.\*

\*Зображено за даними [18, с. 26]

Примітки:

Інші ОЕСР – інші країни Організації економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР): Австралія, Канада, Чилі, Колумбія, Ізраїль, Японія, Мексика, Нова Зеландія, Норвегія, Швейцарія, Туреччина, США.

Не-ОЕСР: Китай, Бразилія, Індія, Індонезія, Саудівська Аравія, Південна Африка.

Викликає занепокоєння те, що на кінець 2021 р. 80% програмного забезпечення в Україні було неліцензованим, тобто не офіційно придбане користувачами [24]. Подібний стан стосовно розповсюдження музики та іншого контенту [25, 26]. На рис. 4 наведено динаміку індексу захисту авторського права, який складається на основі висновків державної комісії США «Special 301» щодо порушення авторського права та звітів спілки програмного забезпечення «BSA Global Software Survey».

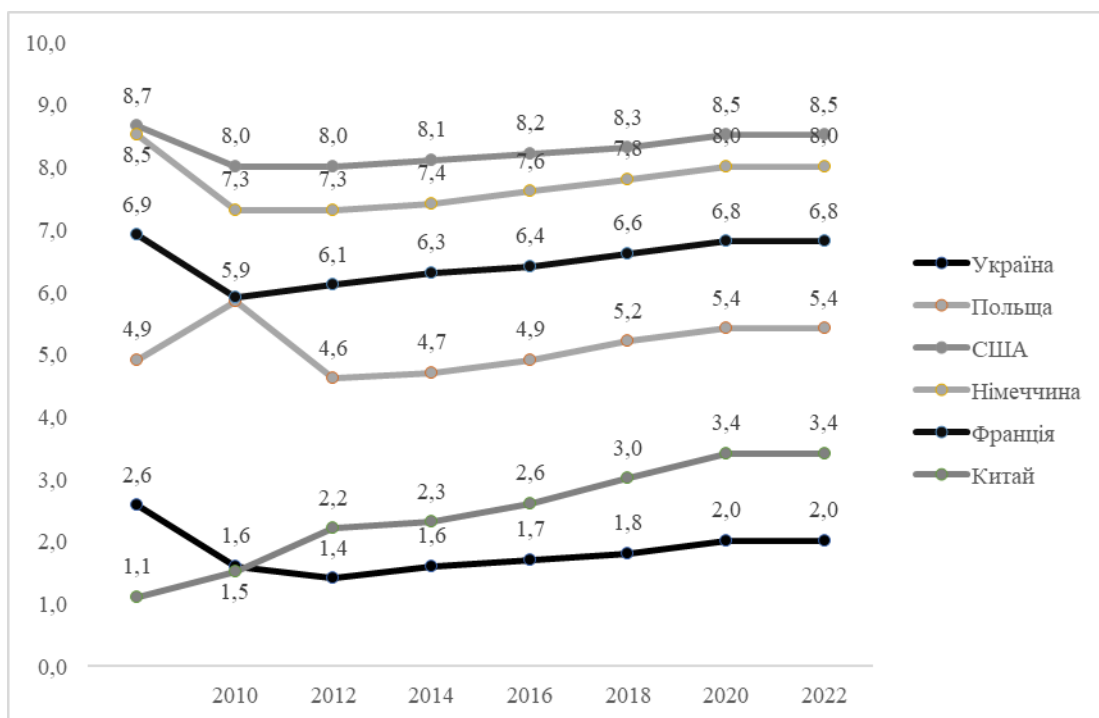


Рис. 4. Індекс захисту авторського права в Україні та провідних країнах світу, 2009–2022 рр.\*

\*Зображено за даними [24].

Індекс порушення авторського права в Україні демонстрував повільне зростання упродовж 2010–2019 рр., хоча значно відставав від показників розвинутих країн: США (8,5 у 2022 р.), Німеччини (8 у 2022

р.), Франції (6,8 у 2022 р.), Польщі (5,4 у 2022 р.) та Китаю (3,4 у 2022 р.). Україна у 2022 р. за значенням індексу «2» прирівнювалася до Ботсвани, Замбії, Нігерії та Камеруну. Такі висновки міжнародних організацій свідчать про значні порушення авторського права в Україні. Це негативно позначається на іміджі, рівні довіри до України як повноцінного цивілізованого ділового партнера, а також на подальшому розвитку торгівлі цифровими товарами.

Стосовно ефективності правоохоронної та судової систем щодо захисту авторських прав, то спостерігається значна затримка реформи 2018 р., яка передбачала акредитацію Організації колективного управління авторськими правами [27]. Отже, для стимулювання розвитку торгівлі цифровими товарами доцільно реалізувати комплекс заходів на макро- і мікрорівнях (таблиця 2).

Таблиця 2

**Основні заходи по активізації розвитку торгівлі цифровими товарами на різних рівнях управління в контексті відновлення економіки України та досягнення цілей сталого розвитку**

Мета	Заходи
<b>На національному рівні</b>	
Забезпечення стабільного та якісного інтернет-зв'язку в умовах воєнного часу	Надання операторам мобільного зв'язку доступу до інфраструктури. Забезпечення операторів мобільного зв'язку, провайдерів альтернативними джерелами енергії. Збільшення площі покриття інтернет-зв'язком, у т.ч. за рахунок використання засобів Starlink.
Покращення комп'ютерної та онлайн-грамотності населення	Реалізація проєктів щодо поглиблення комп'ютерних навичок серед різних верств населення. Формування навичок безпечної роботи в Інтернеті. Набуття компетентностей щодо розробки і монетаризації стартапів, презентації проєктів інноваційних цифрових товарів на міжнародних краундфандингових платформах
Підвищення ефективності правоохоронної та судової систем	Реформа судової системи, зокрема, в частині захисту прав розробників цифрових товарів та їх споживачів. Підписання міжнародних угод про захист авторських прав Пришвидшення процедур реєстрації та розгляду звернень про порушення авторських прав.
Полегшення умов ведення бізнесу міжнародними технологічними корпораціями	Створення сприятливих податкових умов Розвиток бізнес-інкубаторів, бізнес-акселераторів
<b>На рівні суб'єктів господарювання</b>	
Активізація електронної комерції	Аутсорсинг або розвиток SEO- та SMM-просування. Створення мобільних додатків для цифрової дистрибуції. Вдосконалення інтерфейс веб-сайту та додатку.
Покращення захисту цифрових товарів	Застосування DRM-захисту. Використання технології Blockchain. Розробка окремої платформи.
Оптимізація каналів збуту продукції	Розміщення вітчизняними виробниками контенту на платформах з передплатою (Yakaboo, Spotify, Applemusic, Netflix тощо).
Забезпечення юридичного захисту прав інтелектуальної власності	Своєчасна фіксація порушень прав інтелектуальної власності та оформлення позовів до порушників.

**Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі**

Розвиток торгівлі цифровими товарами має важливе значення для самореалізації потенціалу економічно активного населення, відновлення економіки України і досягнення цілей сталого розвитку в умовах європейської інтеграції. Нарощення темпів продажів таких товарів сприятиме зростанню ВВП країни, експортного потенціалу економіки, забезпеченню самозайнятості населення.

Цифрові товари необхідно розглядати як товари або продукти, що існують у цифровій формі, реалізуються та споживаються онлайн. При цьому найпоширенішими форматами цифрових товарів є: відео, аудіо, програмне забезпечення, текст.

Вітчизняний ІТ сектор адаптувався до несприятливих економічних, політичних і безпекових умов, демонструє поступальне відновлення і нарощення обсягів експорту послуг. Цьому сприяли суттєва активізація державних органів щодо цифровізації національного інформаційного середовища, впровадження державних цільових програм, прискорення інтеграції в європейський цифровий простір для полегшення торгівлі цифровими товарами.

Нині основними бар'єрами, які гальмують розвиток торгівлі цифровими послугами в Україні, є обмеження у таких сферах, як електронні платежі та розрахунки, електронні транзакції, захист прав інтелектуальної власності в мережі інтернет. Тому для пошкваллення торгівлі цифровими товарами доцільно покращити цифрову дистрибуцію і сформувані ефективну систему захисту прав інтелектуальної власності (використання технічних, нормативно-правових та організаційних інструментів захисту прав виробників і споживачів).

Основні заходи по активізації розвитку торгівлі цифровими товарами в контексті відновлення економіки України та досягнення цілей сталого розвитку повинні реалізовуватися на національному рівні і

рівні окремих суб'єктів господарювання. Стратегічні завдання національних заходів включають: забезпечення стабільного та якісного інтернет-зв'язку в умовах воєнного часу; покращення комп'ютерної та онлайн-грамотності населення; полегшення умов ведення бізнесу міжнародними технологічними корпораціями; підвищення ефективності правоохоронної та судової систем.

На рівні окремих суб'єктів господарювання доцільно реалізувати такі заходи: аутсорсинг або розвиток SEO- та SMM-просування; створення мобільних додатків для цифрової дистрибуції; вдосконалення інтерфейс веб-сайту; застосування DRM-захисту, використання технології Blockchain, розробка окремої платформи і розміщення вітчизняними виробниками контенту на платформах з передплатою (Yakaboo, Spotify, Applemusic, Netflix та інші).

### Література

1. Ціль 8. Гідна праця та економічне зростання [Електронний ресурс] // Дія Бізнес. – 2023. – URL: <https://business.diia.gov.ua/en/handbook/sustainable-development-goals/cil-8-gidna-praca-ta-ekonomicne-zrostanna>
2. Вірченко В.В. Інтелектуальна власність: теоретичні витоки та економічні імперативи розвитку : монографія / Вірченко В.В. – К. : Ліра-К, 2018. – 488 с.
3. Вієцька О.В. Перспективи оподаткування прибутку від реалізації цифрових товарів та послуг в Україні / О.В. Вієцька // Економіка промисловості. – 2019. – № 2 (86). – С. 30–50.
4. Маслов Д. Цифрові товари та їх класифікація [Електронний ресурс] / Д. Маслов // Google Scholar. – 2015. – URL: D:\162-Chapter Manuscript-5243-1-10-2022\1108.pdf.
5. Hui K. L., Chau P. Y. Classifying Digital Products. Communications of the ACM. 2002. № 45. P. 73–79.
6. Karabrahimoglu Y. Accounting for Digital Products. Semantic Scholar. 2011. URL: <https://www.semanticscholar.org/paper/Accounting-for-Digital-Products-Karabrahimoglu/7eaddc92bbad32b8e24571dbf1834218b4bc154>.
7. Kanliang W. Pricing strategies for information products: a review. IEEE International Conference on E-Commerce Technology for Dynamic E-Business. 2004. URL: <https://www.semanticscholar.org/paper/Pricing-strategies-for-information-products%3A-a-Kanliang/dfc5f2d7ca1756182a1095bde76d331feeab44d5>.
8. Kim C. Developing A Digital Contents Valuing Model: How Users Appreciate Their Values. Journal of International Technology and Information Management. 2017. URL: <https://www.semanticscholar.org/paper/Developing-A-Digital-Contents-Valuing-Model%3A-How-Kim-Kim/7cadbee1417f5cf7ba8e609c702efa3bbfed6734>.
9. Carter R. Cost Structures of Information Technology Products and Digital Products and Services Firms: Implications for Financial Analysis. Semantic Scholar. 2015. URL: <https://www.semanticscholar.org/paper/Cost-Structures-of-Information-Technology-Products-Carter-Strader/2d2957ca6077f2be64a0f80a3d3695d3f000bb0f>.
10. Wang Y. Marketing mixes for digital products: a study of the marketspaces in China. International Journal of Technology Marketing. 2009. URL: <https://www.semanticscholar.org/paper/Marketing-mixes-for-digital-products%3A-a-study-of-in-Wang-Wang/01c5ce1249e31c2c4bad2fac6bfc4e1d25117fb4>.
11. Liu C. Physical or Digital? Factors Drive Consumers to Purchase Digital Music. IEEE International Conference on E-Commerce Technology for Dynamic E-Business. 2008. URL: <https://www.semanticscholar.org/paper/Physical-or-Digital-Factors-Drive-Consumers-to-Liu-Liao/d793a585eddb1d57183341b904fa8b8b60fd40ed>
12. Дубель М. В. Розгляд глобальних тенденцій розвитку цифрової дистрибуції на прикладі сервісу STEAM / М. В. Дубель // Донецький національний університет імені Василя Стуса. – 2017. – С. 103–105.
13. Saade R. Exploring the e-Supply Chain of Information Products. Semantic Scholar. 2012. URL: <https://www.semanticscholar.org/paper/Exploring-the-e-Supply-Chain-of-Information-Saad%3%A9/ac56a75d933193c97758e88128cdd0f57203fbc7>.
14. Bradley S. Toward an evolution strategy for the digital goods business. Semantic Scholar. 2012. URL: <https://www.semanticscholar.org/paper/Toward-an-evolution-strategy-for-the-digital-goods-Bradley-Kim/f2c32e7d0253788b49f64a0dcf396f41fab095cd>.
15. Liu A. Understanding the diffusion of mobile digital content: a growth curve modelling approach. Information Systems and e-Business Management. 2014. URL: <https://www.semanticscholar.org/paper/Understanding-the-diffusion-of-mobile-digital-a-Liu-Wang/el1ba3e13c225a5c9b5e9a12f85c5968a1136b321>
16. What is digital goods? URL: <https://www.mightynetworks.com/encyclopedia/digital-goods>
17. Тарасовський Ю. ІТ стало єдиною сферою українського експорту, що зростала у 2022 р. URL: <https://forbes.ua/news/it-stalo-edinoyu-sferoyu-ukrainskogo-eksportu-yaka-zrostala-u-2022-rotsi-13012023-11072>
18. Інтеграція України у Єдиний цифровий ринок ЄС. Потенційні економічні переваги / Яворський П., Таран С., Шепотило О., Гаманюк О. – К. : ГО «Український центр європейської політики», 2020. – 52 с.

19. Які нові послуги презентували на Diia Summit 2022 [Електронний ресурс] // Держзакупівлі. Онлайн. – 2022. – URL: <https://news.dzo.com.ua/novini/yaki-novi-poslugy-prezentuvaly-na-diia-summit-2022/>.
20. Уряд запускає безкоштовні IT-курси для українців [Електронний ресурс] // Visit Ukraine. – 2022. – URL: <https://visitukraine.today/uk/blog/573/uryad-zapuskaje-bezkostovni-it-kursi-dlya-ukrainciv>.
21. Указ Президента України №497/2019 "Про деякі заходи з покращення доступу до мобільного Інтернету" [Електронний ресурс] // Президент України. Офіційне інтернет-представництво. – 2019. – URL: <https://www.president.gov.ua/documents/4972019-27953>.
22. Digital Distribution Law and Legal Definition. USLegal. 2019. URL: <https://definitions.uslegal.com/d/digital-distribution/>
23. Правила використання Цифрових товарів [Електронний ресурс] // Microsoft. – 2023. – URL: <https://support.microsoft.com/uk-ua/help/10563/windows-10-usage-rules-digital-goods>
24. Special 301 Report. Office of the United States Trade Representative. 2021. URL: [https://ustr.gov/sites/default/files/files/reports/2021/2021%20Special%20301%20Report%20\(final\).pdf](https://ustr.gov/sites/default/files/files/reports/2021/2021%20Special%20301%20Report%20(final).pdf).
25. Global Music Report 2022. IFPI. 2019. URL: <https://globalmusicreport.ifpi.org>.
26. 2020 Video Game Industry Statistics, Trends & Data. WePC. 2022. URL: <https://www.wepc.com/news/video-game-statistics/>.
27. Следзь С. Горе-реформа авторського права [Електронний ресурс] / С. Следзь // ZN, UA. – 2021. – URL: <https://zn.ua/ukr/LAW/hore-reforma-avtorskoho-prava.html>.

### References

1. Tsil 8. Hidna pratsia ta ekonomichne zrostantia [Elektronnyi resurs] // Diia Biznes. – 2023. – URL: <https://business.diia.gov.ua/en/handbook/sustainable-development-goals/cil-8-gidna-praca-ta-ekonomichne-zrostantia>
2. Virchenko V.V. Intelektualna vlasnist: teoretychni vytyky ta ekonomichni imperatyvy rozvytku : monohrafiia / Virchenko V.V. – K. : Lira-K, 2018. – 488 s.
3. Viietska O.V. Perspektyvy opodatkuvannia prybutku vid realizatsii tsyfrovyykh tovariv ta posluh v Ukraini / O.V. Viietska // Ekonomika promyslovosti. – 2019. – № 2 (86). – S. 30–50.
4. Maslov D. Tsyfrovii tovary ta yikh klasyfikatsiia [Elektronnyi resurs] / D. Maslov // Google Scholar. – 2015. – URL: D:\162-Chapter Manuscript-5243-1-10-2022\1108.pdf.
5. Hui K. L., Chau P. Y. Classifying Digital Products. Communications of the ACM. 2002. № 45. R. 73–79.
6. Karabrahimoglu Y. Accounting for Digital Products. Semantic Scholar. 2011. URL: <https://www.semanticscholar.org/paper/Accounting-for-Digital-Products-Karabrahimoglu/7eaddc92bbad32b8e24571dbf1834218b4bc154>.
7. Kanliang W. Pricing strategies for information products: a review. IEEE International Conference on E-Commerce Technology for Dynamic E-Business. 2004. URL: <https://www.semanticscholar.org/paper/Pricing-strategies-for-information-products%3A-a-Kanliang/dfc5f2d7ca1756182a1095bde76d331feeab44d5>.
8. Kim C. Developing A Digital Contents Valuing Model: How Users Appreciate Their Values. Journal of International Technology and Information Management. 2017. URL: <https://www.semanticscholar.org/paper/Developing-A-Digital-Contents-Valuing-Model%3A-How-Kim-Kim/7cadbee1417f5cf7ba8e609c702efa3bbfed6734>.
9. Carter R. Cost Structures of Information Technology Products and Digital Products and Services Firms: Implications for Financial Analysis. Semantic Scholar. 2015. URL: <https://www.semanticscholar.org/paper/Cost-Structures-of-Information-Technology-Products-Carter-Strader/2d2957ca6077f2be64a0f80a3d3695d3f000bb0f>.
10. Wang Y. Marketing mixes for digital products: a study of the marketspaces in China. International Journal of Technology Marketing. 2009. URL: <https://www.semanticscholar.org/paper/Marketing-mixes-for-digital-products%3A-a-study-of-in-Wang-Wang/01c5ce1249e31c2c4bad2fac6bfc4e1d25117fb4>.
11. Liu C. Physical or Digital? Factors Drive Consumers to Purchase Digital Music. IEEE International Conference on E-Commerce Technology for Dynamic E-Business. 2008. URL: <https://www.semanticscholar.org/paper/Physical-or-Digital-Factors-Drive-Consumers-to-Liu-Liao/d793a585eddb1d57183341b904fa8b8b60fd40ed>
12. Dubel M. V. Rozghliad hlobalnykh tendentsii rozvytku tsyfrovoyi distrybutsii na prykladi servisu STEAM / M. V. Dubel // Donetskyi natsionalnyi universytet imeni Vasylia Stusa. – 2017. – S. 103–105.
13. Saade R. Exploring the e-Supply Chain of Information Products. Semantic Scholar. 2012. URL: <https://www.semanticscholar.org/paper/Exploring-the-e-Supply-Chain-of-Information-Saad%C3%A9/ac56a75d933193c97758e88128cdd0f57203fbc7>.
14. Bradley S. Toward an evolution strategy for the digital goods business. Semantic Scholar. 2012. URL: <https://www.semanticscholar.org/paper/Toward-an-evolution-strategy-for-the-digital-goods-Bradley-Kim/f2c32e7d0253788b49f64a0dcf396f41fab095cd>.
15. Liu A. Understanding the diffusion of mobile digital content: a growth curve modelling approach. Information Systems and e-Business Management. 2014. URL: <https://www.semanticscholar.org/paper/Understanding-the-diffusion-of-mobile-digital-a-Liu-Wang/e1ba3e13c225a5c9b5e9a12f85c5968a1136b321>
16. What is digital goods? URL: <https://www.mightynetworks.com/encyclopedia/digital-goods>
17. Tarasovskiy Yu. IT stalo yedynoiu sferoiu ukrainskoho eksportu, shcho zrostala u 2022 r. URL: <https://forbes.ua/news/it-stalo-edinoyu-sferoyu-ukrainskoho-eksportu-yaka-zrostala-u-2022-rotsi-13012023-11072>
18. Intehratsiia Ukrainy u Yedyni tsyfrovii rynek YeS. Potentsiini ekonomichni perevahy / Yavorskyi P., Taran S., Shepotylo O., Hamaniuk O. – K. : HO «Ukrainskyi tsentr yevropeiskoi polityky», 2020. – 52 s.
19. Iaki novi posluhy prezentuvaly na Diia Summit 2022 [Elektronnyi resurs] // Derzhzakupivli. Onlain. – 2022. – URL: <https://news.dzo.com.ua/novini/yaki-novi-poslugy-prezentuvaly-na-diia-summit-2022/>.
20. Uriad zapuskaie bezkoshtovni IT-kursy dlia ukraintsiv [Elektronnyi resurs] // Visit Ukraine. – 2022. – URL: <https://visitukraine.today/uk/blog/573/uryad-zapuskaje-bezkostovni-it-kursi-dlya-ukrainciv>.
21. Ukaz Prezidenta Ukrainy №497/2019 "Pro deiaki zakhody z pokrashchennia dostupu do mobilnoho Internetu" [Elektronnyi resurs] // Prezident Ukrainy. Ofitsiine internet-predstavnytstvo. – 2019. – URL: <https://www.president.gov.ua/documents/4972019-27953>.



- 
22. Digital Distribution Law and Legal Definition. USLegal. 2019. URL: <https://definitions.uslegal.com/d/digital-distribution/>
  23. Pravyla vykorystannia Tsyfrovyykh tovariv [Elektronnyi resurs] // Microsoft. – 2023. – URL: <https://support.microsoft.com/uk-ua/help/10563/windows-10-usage-rules-digital-goods>
  24. Special 301 Report. Office of the United States Trade Representative. 2021. URL: [https://ustr.gov/sites/default/files/files/reports/2021/2021%20Special%20301%20Report%20\(final\).pdf](https://ustr.gov/sites/default/files/files/reports/2021/2021%20Special%20301%20Report%20(final).pdf).
  25. Global Music Report 2022. IFPI. 2019. URL: <https://globalmusicreport.ifpi.org>.
  26. 2020 Video Game Industry Statistics, Trends & Data. WePC. 2022. URL: <https://www.wepc.com/news/video-game-statistics/>.
  27. Sledz S. Hore-reforma avtorskoho prava [Elektronnyi resurs] / S. Sledz // ZN, UA. – 2021. – URL: <https://zn.ua/ukr/LAW/hore-reforma-avtorskoho-prava.html>.