

**Яценко Ольга Миколаївна**,  
доктор економічних наук, професор,  
професор кафедри міжнародної торгівлі і  
маркетингу, Київський національний  
економічний університет ім. В. Гетьмана

**Тананайко Тетяна Сергіївна**,  
кандидат економічних наук, другий  
секретар Постійного представництва  
України при Відділенні ООН та інших  
міжнародних організаціях в Женеві

**Yatsenko Olha**,  
Doctor of Economics, Professor,  
Kyiv National Economic University  
named after Vadym Hetman,  
<https://orcid.org/0000-0003-4399-2217>

**Tananaiko Tetiana**,  
PhD in Economics, Second Secretary of the  
Permanent Mission of Ukraine to the United  
Nations Office and other International  
Organizations in Geneva,  
<https://orcid.org/0000-0001-9579-8198>

## ВПЛИВ ЦИФРОВІЗАЦІЇ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ НА ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК КРАЇН IMPACT OF DIGITALIZATION OF INTERNATIONAL TRADE ON THE ECONOMIC DEVELOPMENT OF COUNTRIES

Яценко О. М., Тананайко Т. С. Вплив  
цифровізації міжнародної торгівлі на  
економічний розвиток країн. *Український  
журнал прикладної економіки та техніки*.  
2023. Том 8. № 2. С. 260 – 269.

Yatsenko O., Tananaiko T. Impact of  
digitalization of international trade on the  
economic development of countries. *Ukrainian  
Journal of Applied Economics and Technology*.  
2023. Volume 8. № 2, pp. 260 – 269.

У дослідженні критично, з урахуванням структури, сфери охоплення та суб'єктного складу проаналізовано вплив цифровізації міжнародної торгівлі на економічний розвиток країн, що зумовлений, передусім, технологічно-інфраструктурною асиметрією глобальної торгівлі, що виникла внаслідок наявності цифрового розриву між розвиненими країнами (86,6% населення мають доступ до Інтернету) та НРК (19,1% населення), адже країни останньої через відсутність доступу до мережі Інтернет не мають можливості бути повноцінно залученими до електронної комерції та транскордонної торгівлі цифровими продуктами. Додатковим бар'єром для розвитку цифрової торгівлі, зокрема в африканському та азійсько-тихоокеанському регіонах, є відсутність законодавства з різних торговельних аспектів електронної комерції, зокрема з питань захисту прав споживачів (у 40% НРК) та конфіденційності даних (у 43% НРК). Визначено вплив війни в Україні на ринок електронної комерції. Зазначено, що досліджуваний ринок скоротився у 12 разів у 2022 році у порівнянні з довоєнним періодом. Ринок електронної комерції почав поступово відновлюватися у 2023 році. Очікується, що ринок досягне майже повного відновлення в Україні до кінця 2023 року. Головним завданням для України буде розширення сфери охоплення чинних угод про вільну торгівлю (УВТ) на сферу послуг, електронної комерції та інвестицій. Відповідні тренди прослідковуватимуться й у світовій глобальній економіці. Україна має стати вагомим гравцем на низці деяких світових ринків послуг та торгівлі цифровими продуктами, враховуючи наявність оновленої нормативно-правової бази з цих питань. Передбачається, що електронна комерція буде швидко зростати після завершення війни в Україні.

**Ключові слова:** глобальна торговельна система, Світова організація торгівлі (СОТ), асиметрії торговельної системи, регіональні торговельні угоди, лібералізація міжнародної торгівлі, інституціоналізація міжнародної торгівлі, цифровізація торгівлі, міжнародна торгівля послугами, електронна комерція.

Considering the structure, scope, and subject composition, the critical analysis of the impact of digitalization of international trade on the economic development of countries is represented. This is due to the technological infrastructural asymmetry of global trade that has arisen due to the presence of a digital divide between developed countries (86.6% of the population have Internet access) and LDCs (19.1% of the population) because these countries do not have access to the Internet and do not have the opportunity to be fully involved in e-commerce and cross-border trade in digital products. An additional barrier to developing digital commerce, particularly in the African and Asia-Pacific regions, is the need for more legislation on various trade aspects of e-commerce, consumer protection (for 40% of LDCs), and data privacy (for 43% of LDCs). The influence of the war in Ukraine on the e-commerce market is determined. It is outlined that the studied demand has decreased by 12 times in 2022 compared to the pre-war period. The e-commerce market began to recover in 2023 gradually. The market is expected to reach an almost complete renewal in Ukraine by the end of 2023. The main task will be to expand the scope of existing free trade agreements (FTAs) to services, e-commerce, and investment for Ukraine. Corresponding trends will be observed in the world's global economy, too. Given the availability of an updated regulatory framework on these issues, Ukraine should become a significant player in a few international markets for services and trade in digital products. It is assumed that e-commerce will grow after the end of the war in Ukraine.

**Keywords:** global trading system, World Trade Organization (WTO), trading system asymmetries, regional trade agreements, liberalization of international trade, institutionalization of international trade, digitalization of trade, international trade in services, e-commerce.

---

## Вступ

В умовах сьогодення трансформація торговельної системи відбувається пришвидшеними темпами з огляду на всеохоплюючу цифровізацію економічних процесів, зокрема, впровадження безпаперової торгівлі, поширення використання систем електронних розрахунків, зростання обсягів торгівлі цифровими продуктами, глобалізацію всіх торговельних аспектів, що, в свою чергу, розширює коло суб'єктів такої системи, всеохоплюючу лібералізацію торгівлі, яка співіснує із застосуванням низкою країн неопротекціоністських інструментів регулювання обсягів зовнішньої торгівлі тощо.

Результати теоретичних та емпіричних досліджень розвитку цифровізації міжнародної торгівлі та електронної торгівлі в глобальній економіці досліджували Л. Антонюк, О. Булатова, М. Дубель, О. Заяць, О. Іващенко, Д. Лук'яненко, М. Орехов, Т. Орехова, Н. Резнікова, Я. Столярчук, О. Швиданенко, А. Шлапак, О. Шнирков. Процес формування і трансформації глобальної торговельної системи, в т. ч. під впливом цифровізації, представлено в наукових працях вітчизняних та зарубіжних авторів: Дж. Бхагваті, У. Дадуша, Б. Лейсегі Гардокі, К. Логана, А. Менсона, С. Шваба, В. Торстенсена, В. Реге, Р. Маккалока, М. Канаде, В. Ніценка, Е. Брауна, М. Штерна, М. Роя, Р. Ахрая, Д. Хуммельса, Дж. Ішії, К.М. Юї, Р. Джонсона, Г. Ногуера, Дж. Андерсона, Т. Карпентера, А. Ленгле, М. Кеслера, І. Боццера, А. Кека, Дж. Хенкока, К. Ні, М.Н. Шонгве, Т. Стюарта, Дж. Джексона, О. Довгаль, Т. Циганкової, Т. Оболенської, Т. Гордєєвої, Г. Солодковської та інших. Серед науковців, предметом вивчення яких стали асиметрії глобальної економічної системи, в т.ч. технологічні та цифрові, в цілому та їх окремих підсистем на різних рівнях, можна виокремити: Дж. Акерлофа, С. Беренди, Дж. Бортса, Н. Божидарніка, А. Вірковську, Г. Зібберт, В. Клочкова, Н. Кравчук, Г. Мюрдаля, В. Новицького, А. Мокія, Г. Моргенту, Є. Савельєва, В. Сіденка, С. Сіденко, І. Сторонянську, М. Спенса, Дж. Стігліца, О. Уільямсона, В. Чужикова, А. Філіпенко, С. Юрія тощо.

Водночас, незважаючи на значний внесок згаданих науковців, зростання наукових здобутків та розвідок за цим напрямом, очевидно є об'єктивна необхідність подальшого дослідження впливу цифровізації міжнародної торгівлі на економічний розвиток країн.

### Формулювання цілей статті

Метою дослідження є вивчення та детальна характеристика впливу цифровізації міжнародної торгівлі на економічний розвиток країн.

### Виклад основного матеріалу дослідження

Існує багато пояснень, чому розширення глобальної торгівлі візуально сповільнилося, починаючи від короткочасних циклічних впливів, таких як тривалий вплив фінансової кризи на рівень попиту, до більш довгострокових структурних змін, таких як уповільнення розширення ланцюгів поставок. Водночас можна виокремити один аргумент, якому приділили порівняно мало уваги, – це швидка трансформація самої глобальної торгівлі та нездатність існуючої системи впоратися з новітнім розмиванням торговельних кордонів. Хоча світова торговельна система виявилася надзвичайно успішною у відкритті торгівлі товарами та сировиною, сприяючи цим глобалізації ХХ ст., до цього часу вона виявилася набагато менш успішною у відкритті ринків для торгівлі послугами, цифровими продуктами або транскордонного переміщення потоків даних, які є загальноновизнаними «драйверами» глобалізації ХХІ ст.

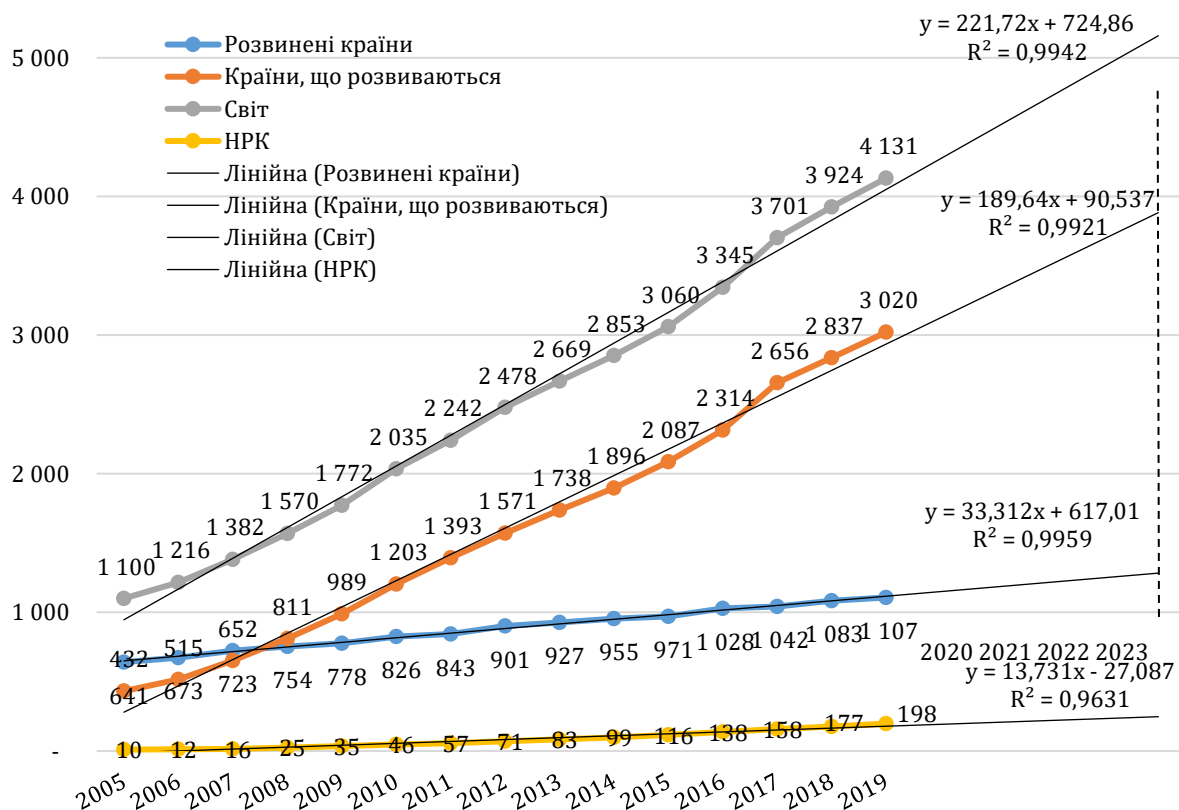
Станом на 2023 р. однією з глобальних проблем залишається так званий «цифровий розрив» між розвиненими країнами та країнами, що розвиваються [1-4]. Тобто відсутність вільного та безперешкодного доступу до мережі Інтернет низки африканських, азійських та південноамериканських країн автоматично позбавляє їх можливості долучитися до торгівлі цифровими продуктами, електронної комерції або ж просто цифровізації окремих процедур торгівлі з метою її спрощення та пришвидшення, наприклад, переведення торгівлі у безпаперовий формат [5-9].

Крім загальновідомих екстернальних та інтернальних факторів, що спричинили існування регіональних та структурних асиметрій глобальної торговельної системи, в умовах ХХІ ст. неможливо не враховувати новітні тренди, які видозмінюють транскордонну торгівлю у звичному їй розумінні, а саме цифровізацію торгівлі, необхідність підтримки мікро-, малих та середніх підприємств (ММСП) та зростаючу роль жінок у торгівлі.

В умовах безпрецедентно швидкого розвитку процесів цифровізації торгівлі та зростання темпів поширення електронної комерції як в середині країн, так і транскордонної, доцільно охарактеризувати ще одну асиметрію глобальної торговельної системи – технологічну,

яку також прийнято називати «цифровий розрив» (digital gap). Більш вираженим такий розрив спостерігається між країнами з різним рівнем економічного розвитку.

Основною передумовою як прискорення цифровізації окремих процесів торгівлі фізичними й оцифрованими товарами, так і розвитку транскордонної електронної комерції, є наявність вільного та безперешкодного доступу до мережі Інтернет. З рис. 1 стає очевидним, що покриття мережею Інтернет з різних кінцевих пристроїв споживачів послуги щорічно зростає по всьому світу: у період 2005-2019 рр. кількість користувачів щорічно зростала майже на 200 млн осіб, що складає приблизно 5-6 від загальної їх кількості. Так, за даними Міжнародного союзу електрозв'язку (International Telecommunication Union – ITU) у 2019 р. доступ до мережі Інтернет мали 51% світового населення (4,1 млрд осіб). Прогнозується збереження відповідних тенденцій щодо кількості користувачів мережею Інтернет за групами країн розвинені країни, країни, що розвиваються та НРК [10-11].



**Рис. 1. Прогнозування кількості користувачів мережі Інтернет за групами країн з 2005 р. до 2025 р., млн осіб**

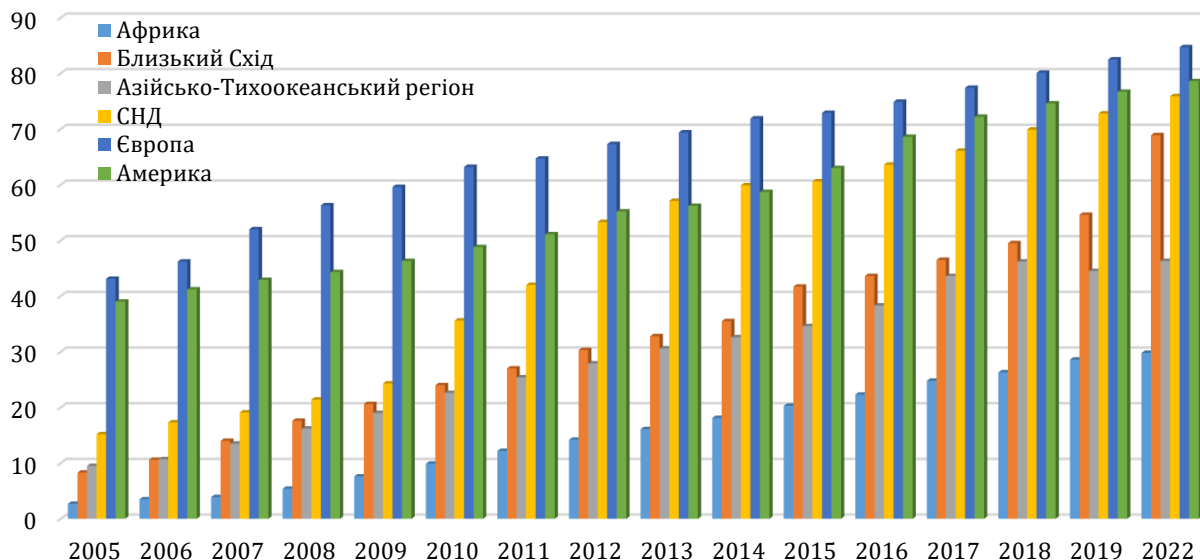
*Джерело: побудовано авторами на основі [10]*

Водночас асиметричність такого зростання між групами країн з різним рівнем економічного розвитку з роками залишилася на тому ж рівні. У 2019 р. переважна більшість населення розвинених країн (86,6) мали доступ до Інтернету, майже вдвічі менше користувачів спостерігалось у країнах, що розвиваються – 47. Мінімальним цей показник є для НРК (19,1). Саме наявність значного цифрового розриву унеможливорює як оптимізацію та спрощення процедур торгівлі, наприклад, прийняття документів для митного оформлення в електронній формі задля скорочення часу та вартості митних формальностей, передбачене, зокрема, Угодою СОТ про спрощення процедур торгівлі (УСПТ [12]), а також користування перевагами торгівлі цифровими товарами, що є окремою статтею наповнення бюджетів розвинених країн та ряду країн, що розвиваються.

У регіональному розрізі технологічна асиметрія є не менш яскраво вираженою (рис. 2). Але в цьому випадку необхідно також брати до уваги й вагому різницю в чисельності населення цих регіонів, тому більш придатними для аналізу є дані у до загальної кількості населення.

У період 2005-2022 рр. лідерами за кількістю користувачів, що мають з'єднання з мережею Інтернет, були країни Європи та Америки (більше 80%). Починаючи з 2010-2011 рр. значний приріст споживачів спостерігається й у країнах СНД, у тому числі й Україні (73,9). Близько половини населення країн Близького Сходу та Азійсько-Тихоокеанського регіону (55,3

та 45,7) мають підключення до мережі. Проникнення Інтернету до країн Африки зросло з 2,7 до 29,3 за останні 15 років [10], однак і досі такий показник залишається найнижчим у світі. Якщо у 2019 р. 4,2 млрд користувачів, що складало 54% населення планети, то у 2020 р. – 4,7 млрд (60%), 2021 р. – 4,9 млрд (63%), 2022 р. – 5,3 млрд (66%), тобто наразі майже 70% населення є користувачами мережі Інтернет. Результатом такого розподілу є асиметричність доступу до Інтернету через наявність інфраструктурного розриву, викликана нерівномірністю науково-технічного розвитку та доступних ресурсів країн з різним рівнем економічного розвитку.



**Рис. 2. Кількість користувачів мережі Інтернет за регіонами світу, 2005-2022 рр.**

*Джерело: побудовано авторами на основі [10]*

Для групи країн, що розвиваються, відсоток користувачів Інтернету, які здійснюють покупки онлайн, в середньому майже в 7 разів нижчий, ніж рівень активності користувачів у соціальних мережах (рис. 3). Так, в Україні 51% всіх користувачів проводять час в соціальних мережах, при тому, що лише 12% залучені до електронної торгівлі [13-14]. Відмінна ситуація спостерігається тільки в Швейцарії, Ізраїлі, Білорусі, Перу та Ямайці.



**Рис. 3. Ступінь залучення користувачів до соціальних мереж та електронної торгівлі за країнами, в середньому за 2018-2022 р.**

*Джерело: побудовано авторами на основі [13-14]*

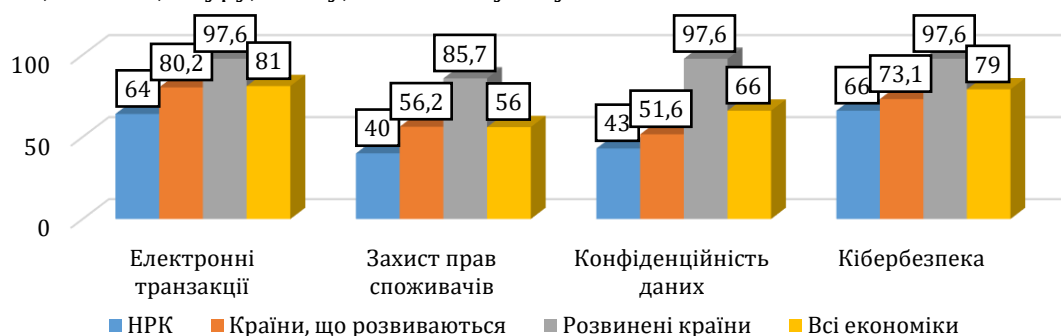
Цифровий розрив залишається значним між розвинутими країнами та країнами, що розвиваються, з точки зору доступу до широкосмугових послуг та платформ електронної комерції, якості інфраструктури та правової бази.

Однак варто зазначити, що обмежений доступ до широкосмугових послуг не є єдиною причиною, чому споживачі в країнах, що розвиваються, неохоче купують товари та послуги в Інтернеті. Переважають інші бар'єри для розвитку діяльності Інтернет-магазинів, включаючи низьку купівельну спроможність споживачів, недостатньо розвинені або навіть відсутні системи

електронних платежів, застарілі правові та регуляторні рамки, які значно зменшують довіру споживачів до цифрового ринку.

Дослідження стосовно рівня розвитку національного законодавства з питань електронної комерції щорічно проводиться Конференцією ООН з питань торгівлі та розвитку (ЮНКТАД) шляхом заповнення відповідальними органами державної влади 194 країн-членів Організації опитувальника. Зазначена анкета містить питання стосовно наявності або ступеня розробки спеціалізованих нормативно-правових актів у чотирьох ключових сферах: електронні транзакції, захист прав споживачів, конфіденційність даних (захист персональних даних) та кібербезпека.

Станом на початок 2022 р. в цілому у світі наявність законодавчих актів у сфері електронних транзакцій складає 81, захисту прав споживачів – 56, конфіденційності даних – 66 та кібербезпеки – 79 (рис. 4). Однак і досі існують країни (15), переважно африканські, в яких відсутні будь-які правові вказівки щодо врегулювання процесу цифрової торгівлі: ЦАР, Коморські острови, Конго, Еритрея, Есватіні, Ватикан, Лівія, Мальдіви, Маршаллові острови, Мікронезія, Намібія, Науру, Палау, Сомалі й Тувалу.



**Рис. 4. Наявність у країнах законодавства у сфері електронної комерції, за групами за рівнем економічного розвитку**

*Джерело: побудовано авторами на основі [15]*

Крім вже звичної асиметрії між групами країн за рівнем розвитку спостерігається також нерівномірність регулювання різних аспектів електронної комерції. Питання захисту прав споживачів виявляється найменш нормативно систематизованим в усіх групах країн, а також захист персональн

их даних – для НРК та країн, що розвиваються. Частково це можна пояснити тим, що наразі відсутнє єдине розуміння стосовно того, чи необхідно прописувати на законодавчому рівні окремі правила для захисту користувачів в мережі Інтернет, або ж просто прирівняти їх у правах зі споживачами торгівлі фізичними товарами.

Вивчаючи сучасний регіональний розріз питання, за даними ЮНКТАД, лідером за рівнем розвитку законодавства у сфері електронної комерції є Європейський регіон, найгіршим – Африканський (табл. 1).

**Таблиця 1. Рівень розвитку законодавства у сфері електронної комерції у регіонах світу**

Групи країн	Кількість економік	% законів е-транзакції	% законів захист прав споживачів	% законів конфіденційності даних	% законів кібербезпеки
Африка	54	61	46	50	72
Америка	35	91	71	69	93
Азійсько-Тихоокеанський регіон	60	82	43	57	77
Європа	45	98	73	96	89
Всі економіки	194	81	56	66	79

*Джерело: побудовано авторами на основі [13-15]*

електронної комерції, на Китай припадає більш ніж половина всіх онлайн-продажів у всьому світі, адже провідну роль в цьому процесі відіграють такі компанії як Alibaba Group, JD.com, які володіють відповідними платформами: Aliexpress, Kaola.com, Taobao, Tmall тощо [17].

Аналогічні розриви існують і в країнах, зокрема між чоловіками і жінками. Частка жінок, які користуються Інтернетом у всьому світі, становить 48, порівняно з 58 чоловіків.

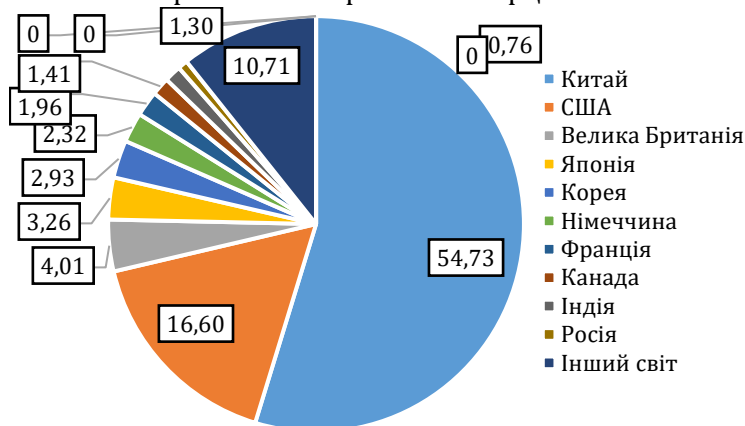
Відповідно до оцінки ЮНКТАД [15-16], на світовому ринку електронної комерції переважають кілька великих економік: на 5 країн (Китай, США, Велику Британію, Японію та Республіку Корея) припадає понад 80 загальної суми (рис. 5).

Розмір глобальної електронної комерції вже сягнув майже 4,1 трлн дол. США. Дослідимо причини та детермінанти такого зростання. Як на найбільший у світі ринок



Китай у 2021 р. стане найбільшим ринком електронної комерції з доходом у 1543 млрд дол. США, випередивши Сполучені Штати Америки. У 2021 р. ринок електронної комерції Китаю зросте на 15%, зробивши величезний внесок у глобальний темп зростання на 29%. Очікується, що глобальні продажі електронної комерції зростуть протягом наступних кількох років, зокрема в Китаї. Зростання середнього класу та погана офлайн-інфраструктура у Східній та Південно-Східній Азії сприятимуть цьому розвитку. Найбільшим гравцем на китайському ринку електронної комерції є JD.com, дохід якого у 2021 році склав 95,5 млн доларів. Після jd.com suning.com і vip.com посіли друге і третє місця з доходами 22,8 і 14,9 млн дол. США відповідно. Разом ці три магазини дають 10% онлайн-доходу в Китаї [18]. Очікується, що з 2021 по 2025 рр. вартість електронної комерції на китайському ринку зросте на 11,6% і досягне 21,4 трлн дол. США у 2025 р. Поява китайського ринку електронної комерції відкрила нову еру для економіки країни [19]. У 2020 р. додана вартість цифрової економіки становитиме понад 38% ВВП. У тому ж році майже чверть роздрібних продажів фізичних товарів у Китаї було продано онлайн, що значно перевищує середній світовий показник у 18%. У 2021 р. роздрібні продажі електронної комерції Китаю становитимуть більше половини загального світового обсягу, перевищуючи сумарні продажі США та Європи. Сьогодні Китай має найбільшу кількість цифрових покупців у світі – 780 млн чол. [20].

Товарообіг на ринку Китаю електронної комерції становить більше 55% від загального обсягу продажів та більше, ніж загальний розмір ринку наступних дев'яти країн у переліку 10 найбільших ринків електронної комерції.



**Рис. 5. Обсяги продажів на ринках електронної комерції, в середньому за 2019-2022 рр.**

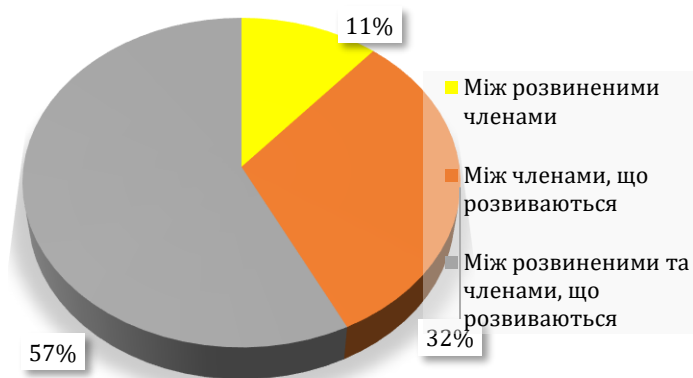
*Джерело: побудовано авторами на основі [35]*

В Сполучених Штатах зростатиме протягом наступних кількох років. Експерти та дослідники припускають, 5% щорічне зростання до 2025 р. Зниження річного зростання порівняно з річним темпом зростання в 11% з 2020 по 2021 рр. свідчить про помірну переповненість ринку. Гігантами електронної комерції є Amazon і eBay. Багато в чому це пов'язано з простотою ведення бізнесу в США – тут добре розвинена логістична інфраструктура і високий попит на продукцію іноземних компаній. За даними некомерційної організації E-Commerce Foundation, яка збирає та систематизує інформацію про електронну комерцію, США посідають перше місце за всіма індексами електронної комерції. Ще одним показником насиченості ринку є використання Інтернету населенням країни. Сполучені Штати мають дуже високий рівень довіри до онлайн-покупок. Близько 75% населення, або 258,5 млн чол., роблять покупки в Інтернеті. Крім того, у США також зростає відсоток користувачів Інтернету, які здійснюють покупки в електронному вигляді. Цей рівень комфорту відображає середня сума, яку витрачає покупець – 1951 дол. США, так і розмір національного ринку електронної торгівлі [21].

Після Китаю та США країною з третім за величиною розміром ринку електронної комерції є Велика Британія. Загальний обсяг продажу електронної комерції у Великій Британії збільшився на 11 з 123 млрд дол. США у 2018 р. до 151 млрд дол. США у 2021 р.

Європейський ринок також є одним із лідерів, де електронна комерція швидко і динамічно розвивається в усіх країнах ЄС. Частка користувачів електронної комерції в ЄС перманентно продовжує зростати.

Дві інші азійські країни, Японія та Південна Корея, замикають топ-5 ринків електронної комерції. Вони принесли 115,40 млрд дол. США та 103,48 млрд дол. США від торгівлі товарами онлайн, відповідно, з темпами зростання в 4,0 та 18,1.



**Рис. 6. Сторони УВТ, що містять розділ з питань електронної комерції, 2020 р.**

*Джерело: побудовано авторами на основі [22]*

2020 р., містять окремий розділ, присвячений електронній комерції, чи відповідну статтю. Хоча наразі така частка є відносно незначною, кількість таких угод безперервно зростає: з 63 у 2018 р. до 89 (на 17 більше) в 2020 р.

Сторонами таких УВТ стають все більше членів з різним рівнем економічного розвитку (рис. 6). У той час, як раніше положення з питань електронної комерції традиційно були частиною домовленостей, однією зі сторін якої виступала розвинена країна, в умовах сьогодення спостерігається зростання кількості угод між членами, що розвиваються. З 89 УВТ, станом на середину 2020 р., 31,4 (28) підписані між членами СОТ, що розвиваються, при тому, що тільки 11,2 (10) – між розвиненими членами. Відповідно переважна більшість (51) – це угоди між розвиненими країнами та країнами, що розвиваються – 57,3.

За географічною представленістю не всі регіони в таких домовленостях представлені рівноцінно. Серед країн, що розвиваються, країни Азії та Латинської Америки є більш активними в цій сфері. З іншого боку, африканські країни все ще значною мірою відсутні в переліку сторін таких угод. В Африці лише Марокко є учасником УВТ, що містить главу з електронної комерції. Угоди ЄС про економічне партнерство (Economic Partnership Agreement – ЕРА) з Кот-д'Івуаром та Ганою містять лише задекларовані наміри сторін поглиблювати співробітництво задля полегшення укладення угоди у сфері спрощення та сприяння торгівлі послугами та електронній комерції, а також інших сферах.

Проаналізовані у цьому дослідженні УВТ в цілому спрямовані на просування електронної комерції як альтернативи звичайній торгівлі фізичними товарами між торговельними партнерами, заохочуючи при цьому розробку узгодженої системи правил та обмеження бар'єрів, що унеможливають її реалізацію та розширення. Перелік тем, що підпадають під сферу дії глав зазначених угод, є достатньо широким. Деякі положення стосуються таких загально прийнятих питань, як співробітництво, прозорість та недискримінація, які зазвичай є в угодах такого типу, але сфера їх дії поширюється також і на електронну комерцію. Інші ж положення стосуються більш специфічних питань, прямо пов'язаних з цифровою торгівлею, таких як захист споживачів та їх персональних даних, електронна автентифікація (у тому числі використання електронних цифрових підписів) та транскордонна передача інформації (рис. 7).

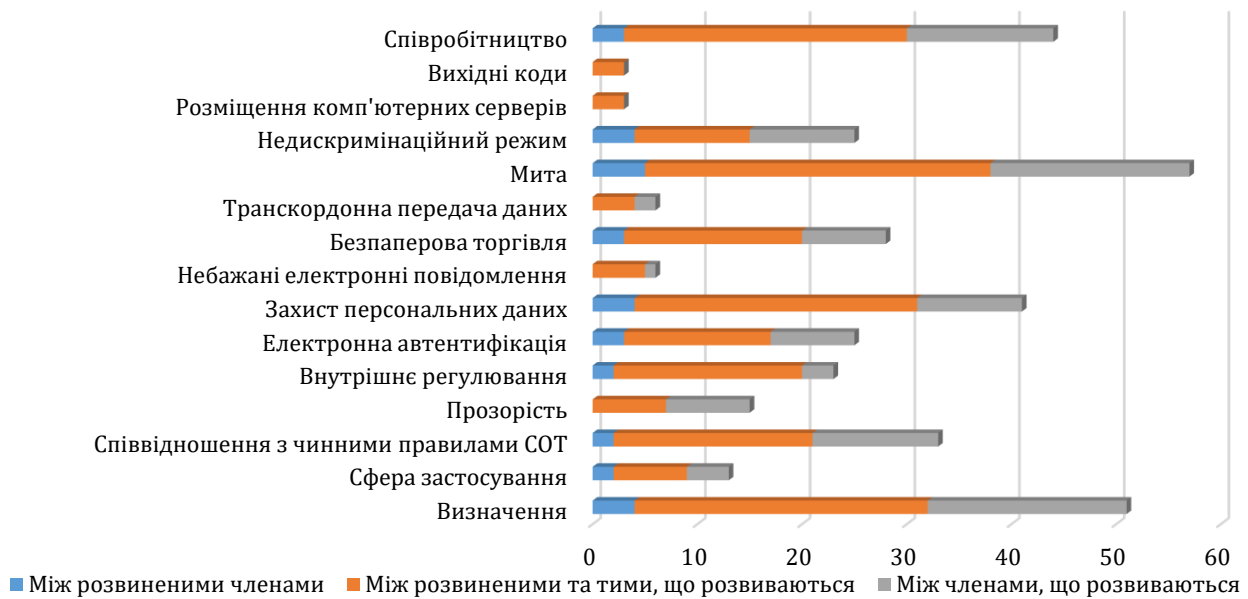
Ставши ключовими трендами розвитку глобальної торговельної системи, питання цифровізації торговельних процесів та, зокрема, розвитку електронної комерції, підтримки зовнішньоторговельної діяльності мікро-, малих та середніх підприємств, а також посилення ролі жінок у торгівлі, були винесені на порядок денний переговорів більшості багатосторонніх майданчиків, у тому числі СОТ, саме через те, що є чинниками поглиблення асиметрій торгівлі в цих аспектах [5, 23-27].

Технологічна асиметрія полягає в неможливості найменш розвинених країн та значної частки країн, що розвиваються, через наявність цифрового розриву з розвиненими спрощувати процедури торгівлі шляхом переходу на безпаперову торгівлю, яка передбачає подання документів в електронній формі ще до прибуття партій товарів на митницю, а також підвищити рівень прозорості та пришвидшити митні формальності. Крім того, ці ж країни через відсутність доступу до мережі Інтернет не здатні повноцінно брати участь в електронній комерції та є абсолютно неконкурентоспроможними у сфері транскордонної торгівлі цифровими продуктами. Однією з причин технологічної асиметричності є відсутність у майже половини

Зазначена технологічна асиметрія виражається не тільки у відмінностях в рівні та темпах цифровізації торгівлі, а й у ступені залученості країни до транскордонної електронної комерції. Про це свідчить проведений аналіз положень угод про вільну торгівлю (УВТ) між країнами на предмет наявності відповідного розділу [22].

Швидко зростаюча кількість положень, які врегульовують різні торговельні аспекти електронної комерції, є спільною характерною рисою більшості УВТ між членами СОТ протягом останніх 10 років. Більше 18 з 490 чинних угод, занотифікованих до СОТ станом на

країн африканського та азійсько-тихоокеанського регіону законодавства, яке б врегулювало процедуру електронної комерції, що до того ж унеможливило внесення відповідних розділів до угод про вільну торгівлю, підписуваних цими країнами.



**Рис. 7. Найпоширеніші серед країн положення УВТ з питань електронної комерції, 2020 р.**  
Джерело: побудовано авторами на основі [22]

Війна в Україні справила колосальний вплив на ринок електронної комерції, де спостерігалось стрімке падіння у 2022 р. (скорочення у 12 разів, що склало 295,85 млн дол. США) та поступове відновлення у 2023 р. Очікується, що 2023 р. обсяги ринку майже досягнуть рівня 2020 р. та складуть 2671,05 млн дол. США, а у 2025 р. зростуть вище довоєнного періоду 2021 р., що наразі складно прогнозувати, проте можна однозначно стверджувати, що після завершення війни економіка України та електронна комерція будуть відновлюватися і зростати [24].

Для України одним з головних векторів розвитку має стати розширення сфери охоплення чинних УВТ на сферу послуг, електронної комерції та інвестицій, з огляду на значний потенціал, їхню відповідність глобальним трендам торговельної системи, а також готовність країни стати вагомим гравцем на низці деяких ринків послуг та торгівлі цифровими продуктами, враховуючи наявність оновленої нормативно-правової бази з цих питань.

### Висновки та перспективи подальших розвідок

Вплив цифровізації міжнародної торгівлі на економічний розвиток країн зумовлений, передусім, технологічно-інфраструктурною асиметрією глобальної торгівлі, що виникла внаслідок наявності цифрового розриву між розвиненими країнами (86,6% населення мають доступ до Інтернету) та НРК (19,1% населення), адже країни останньої через відсутність доступу до мережі Інтернет не мають можливості бути повноцінно залученими до електронної комерції та транскордонної торгівлі цифровими продуктами. Додатковим бар'єром для розвитку цифрової торгівлі, зокрема в африканському та азійсько-тихоокеанському регіонах, є відсутність законодавства з різних торговельних аспектів електронної комерції, зокрема з питань захисту прав споживачів (у 40% НРК) та конфіденційності даних (у 43% НРК).

### Список літератури

1. Tsygankova T., Yatsenko O., Obolenska T., Gordieieva T., Osadchuk V. Influence of industry 4.0 on strategies of companies entering the global market of data integration services. *Naukovyi Visnyk Natsionalnoho Hirnychoho Universytetu*. 2023. (2). pp. 141-148.
2. Bazaluk O., Yatsenko O., Reznikova N., Bibla I., Karasova N., Nitsenko V. International integration processes influence on welfare of country. *Journal of Business Economics and Management*. 2022. 23(2). pp. 382-398.
3. Mozgovyy O., Rudenko-Sudarieva L., Shevchenko Y., Yatsenko O., Zhou W. Factors for choosing of investment models by asian companies in the implementation area of global business initiatives. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*. 2023. 2(49). pp. 149-162.
4. Tsyhankova T., Yatsenko O., Mozgovyy O., Didukh T., Patsola L. Mobilization of innovative and resource factors of national outsourcing IT companies development. *Naukovyi Visnyk Natsionalnoho Hirnychoho Universytetu*. 2021. (1). pp. 191-197.
5. Tananaiko T., Yatsenko O., Osypova O., Nitsenko V., Balezentis T., Streimikiene D. Economic Rationale for Manifestations of Asymmetry in the Global Trading System. *Sustainability* 2023. 15. 5316.



6. Tsygankova T.M., Yatsenko O.M., Tananaiko T.S., Solodkovska G.V., Olefirenko V.V., Ishchenko A.V. Free trade agreements in the world trade system: benefits and models. *Financial and Credit Activity: Problems of Theory and Practice*. 2022. 6 (47). pp. 172-181.
7. Shlapak A., Yatsenko O., Tananaiko T., Lyskova L. Institutional provision of tariff and non-tariff regulation of cross-border trade. *Economics. Ecology. Socium*. 2023. 7. pp. 1-23.
8. Tsygankova T.M., Obolenska T.Y., Yatsenko O.M., Lyskova L.M. Sovenko O.I. Priority formats of trade integration of countries. *Financial and credit activity: problems of theory and practice*. 2020. Vol 3. No 34. pp. 460-469.
9. Yatsenko O., Reznikova N., Karasova N., Musiiets T., Lavrinenko O., Nitsenko V. Modernization of the Format of Ukraine's Trade Integration With the EU in the Conditions of Implementation of the DCFTA. *Problemy zarzadzania-management* 2020. Issues 18 (4(90)). pp. 101-124.
10. ITU. Statistics. URL: <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx>.
11. Яценко О.М., Осадчук В.Є. Динаміка розвитку глобального ринку послуг з інтеграції даних в умовах становлення цифрового суспільства. *Збірник наукових праць "Вчені записки"*. 2022. №29 (4). С. 89-105.
12. Протокол про внесення змін до Марракеської угоди про заснування Світової організації торгівлі. Угода про спрощення процедур торгівлі: Міжнародний документ від 27.11.2014 р. URL: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/981\\_053#Text0](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/981_053#Text0)
13. World Trade Report 2020: Government policies to promote innovation in the digital age. URL: [https://www.wto.org/english/res\\_e/reser\\_e/wtr\\_e.htm](https://www.wto.org/english/res_e/reser_e/wtr_e.htm).
14. World Trade Report 2022: Climate change and international trade. URL: [https://www.wto.org/english/res\\_e/booksp\\_e/wtr22\\_e/wtr22\\_e.pdf](https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/wtr22_e/wtr22_e.pdf).
15. Unctad. Summary of Adoption of E-Commerce Legislation Worldwide. URL: [https://unctad.org/en/Pages/DTL/STI\\_and ICTs/ICT4D-Legislation/eCom-Global-Legislation.aspx](https://unctad.org/en/Pages/DTL/STI_and ICTs/ICT4D-Legislation/eCom-Global-Legislation.aspx).
16. Ecommerce sales by country in 2021. URL: <https://www.oberlo.com/statistics/ecommerce-sales-by-country>.
17. Е-комерція–шлях експорту до піднебесної. 2018-06-19. Асоціація українсько-китайського співробітництва: веб-сайт. URL: <http://aucs.org.ua/e-komertsiya-shlyah-eksportu-do-pidnebesnoyi/>.
18. AdChina.io China Ecommerce market in 2022. URL: <http://surl.li/gtjvu>.
19. E-commerce in China statistics and facts. URL: <https://www.statista.com/topics/1007/e-commerce-in-china/#topicOverview>.
20. Заяць О.І., Якоб Є.Й. Найбільші ринки електронної торгівлі в глобальному господарстві. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2023. Випуск 47. С. 30-35.
21. E-CommerceDB The eCommerce market in the U.S. E-Commerce market analytics. URL: <https://ecommercedb.com/markets/us/all>.
22. World Trade Organization. Regional Trade Agreements. Database. URL: <http://rtais.wto.org/UI/PublicMaintainRTAHome.aspx>.
23. Yatsenko O.M., Dmytriyeva N.O. Determinants of formation and development of international e-commerce. *Actual problems of international relations*. 2018. URL: <http://journals.iir.kiev.ua/index.php/apmv/article/view/3489/3159>.
24. Іванина Р. Як змінився ринок eCommerce в Україні у 2022 році. URL: <https://elit-web.ua/ua/blog/kak-izmenilsja-rynok-ecommerce-v-ukraine-v-2022-godu>.
25. Ніценко В., Чернега І. Роль іноземного капіталу у розвиток банківського сектору України. *Теоретико-методологічні і науково-практичні засади інвестиційного, фінансового та облікового забезпечення розвитку економіки*: матеріали міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф. 15-16 листопада 2011 р., ПДАТУ, м. Кам'янець-Подільський. Ч. 1. Тернопіль: Крок. 2011. С. 320-324.
26. Ніценко В.С., Погребнюк К.С., Москаленко І.В. Тенденції розвитку монополій в міжнародному господарстві. *Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія «Економіка і менеджмент»*. 2011. Випуск 5/1 (46). С. 6-10.
27. Ніценко В.С. Структурні перетворення в сільському господарстві на регіональному рівні. *Економіка та управління АПК*. 2011. Випуск 6 (89). С. 196-201.

## References

1. Tsygankova, T., Yatsenko, O., Obolenska, T., Gordieieva, T., Osadchuk, V. (2023). «Influence of industry 4.0 on strategies of companies entering the global market of data integration services». *Naukovyi Visnyk Natsionalnoho Hirnychoho Universytetu*. (2). pp. 141-148. DOI: <https://doi.org/10.33271/nvngu/2023-2/141>.
2. Bazaluk, O., Yatsenko, O., Reznikova, N., Bibla, I., Karasova, N., Nitsenko, V. (2022). «International integration processes influence on welfare of country». *Journal of Business Economics and Management*. 23(2). pp. 382-398. DOI: <https://doi.org/10.3846/jbem.2022.16228>
3. Mozgovyy, O., Rudenko-Sudarieva, L., Shevchenko, Y., Yatsenko, O., Zhou, W. (2023). «Factors for choosing of investment models by asian companies in the implementation area of global business initiatives». *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*. 2(49). pp. 149-162. DOI: <https://doi.org/10.55643/fcaptp.2.49.2023.4000>.
4. Tsyhankova, T., Yatsenko, O., Mozgovyy, O., Didukh, T., Patsola, L. (2021). «Mobilization of innovative and resource factors of national outsourcing IT companies development». *Naukovyi Visnyk Natsionalnoho Hirnychoho Universytetu*. (1). pp. 191-197. DOI: <https://doi.org/10.33271/nvngu/2021-1/191>.
5. Tananaiko, T., Yatsenko, O., Osypova, O., Nitsenko, V., Balezentis, T., Streimikiene, D. (2023). «Economic Rationale for Manifestations of Asymmetry in the Global Trading System». *Sustainability* 15. 5316. DOI: <https://doi.org/10.3390/su15065316>.
6. Tsygankova, T.M., Yatsenko, O.M., Tananaiko, T.S., Solodkovska, G.V., Olefirenko, V.V., Ishchenko, A.V. (2022). «Free trade agreements in the world trade system: benefits and models». *Financial and Credit Activity: Problems of Theory and Practice*. 6 (47). pp. 172-181. DOI: <https://doi.org/10.55643/fcaptp.6.47.2022.3925>.

7. Shlapak, A., Yatsenko, O., Tananaiko, T., Lyskova, L. (2023). «Institutional provision of tariff and non-tariff regulation of cross-border trade». *Economics. Ecology. Socium*. 7. pp. 1-23. DOI: <https://doi.org/10.31520/2616-7107/2023.7.2-1>.
8. Tsygankova, T.M., Obolenska, T.Y., Yatsenko, O.M., Lyskova, L.M. Sovenko, O.I. (2020). «Priority formats of trade integration of countries». *Financial and credit activity: problems of theory and practice*. Vol 3. No 34. pp. 460-469. DOI: <https://doi.org/10.18371/fcaptop.v3i34.215601>.
9. Yatsenko, O., Reznikova, N., Karasova, N., Musiiets, T., Lavrinenko, O., Nitsenko, V. (2020). «Modernization of the Format of Ukraine's Trade Integration With the EU in the Conditions of Implementation of the DCFTA». *Problemy zarzadzania-management* Issue 18 (4(90)). pp. 101-124. DOI: 10.7172/1644-9584.90.6.
10. ITU. Statistics. [ITU. Statistics]. Available at: <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx>.
11. Yatsenko, O.M., Osadchuk, V.Ye. (2022). «The dynamics of the development of the global market for data integration services in the conditions of the formation of a digital society». *Zbirnyk naukovykh prats' "Vcheni zapysky"*. №29 (4). pp. 89-105. DOI: 10.33111/vz\_kneu.29.22.04.07.047.053.
12. Protokol pro vnesennia zmin do Marrakes'koi uhody pro zasnuvannia Svitovoi orhanizatsii torhivli. Uhoda pro sproschennia protsedur torhivli: Mizhnarodnyy dokument. (2014). [Protocol on Amendments to the Marrakesh Agreement Establishing the World Trade Organization. Agreement on simplification of trade procedures: International document], dated November 27, 2014. Available at: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/981\\_053#Textiu](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/981_053#Textiu).
13. World Trade Report 2020: Government policies to promote innovation in the digital age. [World Trade Report 2020: Government policies to promote innovation in the digital age]. Available at: [https://www.wto.org/english/res\\_e/reser\\_e/wtr\\_e.htm](https://www.wto.org/english/res_e/reser_e/wtr_e.htm).
14. World Trade Report 2022: Climate change and international trade. [World Trade Report 2022: Climate change and international trade]. Available at: [https://www.wto.org/english/res\\_e/booksp\\_e/wtr22\\_e/wtr22\\_e.pdf](https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/wtr22_e/wtr22_e.pdf).
15. Unctad. Summary of Adoption of E-Commerce Legislation Worldwide. [Unctad. Summary of Adoption of E-Commerce Legislation Worldwide]. Available at: [https://unctad.org/en/Pages/DTL/STI\\_and ICTs/ICT4D-Legislation/eCom-Global-Legislation.aspx](https://unctad.org/en/Pages/DTL/STI_and ICTs/ICT4D-Legislation/eCom-Global-Legislation.aspx).
16. Ecommerce sales by country in 2021. [Ecommerce sales by country in 2021]. Available at: <https://www.oberlo.com/statistics/ecommerce-sales-by-country>.
17. E-komertsiia-shliakh eksportu do pidnebesnoi. 2018-06-19. Asotsiatsiia ukrains'ko-kytajs'koho spivrobitnytstva: veb-sajt. [E-commerce is the way to export to heaven. 2018-06-19. Association of Ukrainian-Chinese Cooperation: website]. Available at: <http://aucc.org.ua/e-komertsiya-shlyah-eksportu-do-pidnebesnoyi/>.
18. AdChina.io China Ecommerce market in 2022. [AdChina.io China Ecommerce market in 2022]. Available at: <http://surl.li/gtjvu>.
19. E-commerce in China statistics and facts. [E-commerce in China statistics and facts]. Available at: <https://www.statista.com/topics/1007/e-commerce-in-china/#topicOverview>.
20. Zaiats', O.I., Yakob, Ye.J. (2023). «The largest e-commerce markets in the global economy». *Naukovyj visnyk Uzhhorods'koho natsional'noho universytetu*. 2023. Issue 47. pp. 30-35. DOI: <https://doi.org/10.32782/2413-9971/2023-47-6>.
21. E-CommerceDB The eCommerce market in the U.S. E-Commerce market analytics. [E-CommerceDB The eCommerce market in the U.S. E-Commerce market analytics]. Available at: <https://ecommercedb.com/markets/us/all>.
22. World Trade Organization. Regional Trade Agreements. Database. [World Trade Organization. Regional Trade Agreements. Database]. Available at: <http://rtais.wto.org/UI/PublicMaintainRTAHome.aspx>.
23. Yatsenko, O.M., Dmytriyeva, N.O. (2018). «Determinants of formation and development of international e-commerce». *Actual problems of international relations*. Available at: <http://journals.iir.kiev.ua/index.php/apmv/article/view/3489/3159>.
24. Ivanyna, R. Yak zminyvsia rynek eCommerce v Ukraini u 2022 rotsi. [How the eCommerce market in Ukraine has changed in 2022]. Available at: <https://elit-web.ua/ua/blog/kak-izmenilsja-rynok-ecommerce-v-ukraine-v-2022-godu>.
25. Nitsenko, V., Cherneha, I. (2011). «The role of foreign capital in the development of the banking sector of Ukraine». *Teoretyko-metodolohichni i naukovo-praktychni zasady investytsijnoho, finansovoho ta oblikovoho zabezpechennia rozvytku ekonomiky*. [Theoretical-methodological and scientific-practical principles of investment, financial and accounting support for the development of the economy]. Proceeding of the Materials of the materials of the international science and practice. Kam'ianets'-Podil's'kyj. part. 1, pp. 320-324.
26. Nitsenko, V.S., Pohrebniuk, K.S., Moskalenko, I.V. (2022). «Trends in the development of monopolies in the international economy». *Visnyk Sums'koho natsional'noho ahrarnoho universytetu. Seriiia «Ekonomika i menedzhment»*. Issue 5/1 (46). pp. 6-10.
27. Nitsenko, V.S. (2011). «Structural transformations in agriculture at the regional level». *Ekonomika ta upravlinnia APK*. Issue 6 (89), pp. 196-201.

**Стаття надійшла до редакції 04.03.2023 р.**