

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТУСА

ПАШКО БОГДАНА ОЛЕКСАНДРІВНА

Допускається до захисту:
завідувач кафедри міжнародних
економічних відносин, кандидат
економічних наук, доцент
_____Марія ШКУРАТ
«_____» _____ 2026 р.

**Трансформація міжнародної торговельної діяльності під впливом е-
комерції**

Спеціальність 292 Міжнародні економічні відносини
Освітньо-професійна програма «Цифрова бізнес-дипломатія»

Кваліфікаційна (бакалаврська) робота

Науковий керівник:
Марія ШКУРАТ, доцент кафедри
міжнародних економічних відносин,
кандидат економічних наук, доцент

підпис

Оцінка: _____ / _____ / _____
(бали / за шкалою ЄКТС / за національною шкалою)
Голова ЕК: _____
(підпис)

АНОТАЦІЯ

Пашко Б.О. Трансформація міжнародної торговельної діяльності під впливом е-комерції. Спеціальність 292 Міжнародні економічні відносини. Освітня програма «Цифрова бізнес-дипломатія». Донецький національний університет імені Василя Стуса. Вінниця, 2026.

Бакалаврська робота присвячена дослідженню трансформаційних процесів міжнародної торгівлі в умовах домінування електронної комерції та цифрової економіки. У ході дослідження узагальнено сучасні теоретичні підходи до розвитку міжнародної електронної торгівлі, проаналізовано основні тенденції функціонування глобального ринку e-commerce, а також визначено ключові ризики, виклики та перспективи цифровізації міжнародної торговельної діяльності. Отримані результати сприяють подальшому розвитку теоретичних засад міжнародної торгівлі, цифрової економіки та електронної комерції. Практичне значення дослідження полягає у можливості застосування сформульованих висновків і рекомендацій у діяльності підприємств, що здійснюють міжнародну торговельну діяльність, а також у процесі вдосконалення цифрових митних процедур, управління логістичними процесами та адаптації бізнесу до умов глобальної цифрової трансформації.

Ключові слова: міжнародна торгівля, електронна комерція, цифровізація, транскордонна торгівля, цифрові платформи, штучний інтелект, блокчейн, Інтернет речей, митне адміністрування, цифрова економіка.

70 с., 11 табл., 11 рис., 1 формула, бібліограф.: 53 найм.

Pashko B.O. Transformation of international trade activities under the influence of e-commerce. Specialty 292 International economic relations. Educational program «Digital business diplomacy». Vasyl' Stus Donetsk National University. Vinnytsia, 2026.

The bachelor's thesis is devoted to the study of transformation processes in international trade under the dominance of e-commerce and the digital economy. In the course of the research, modern theoretical approaches to the development of international electronic trade were summarized, the main trends in the functioning of the global e-commerce market were analyzed, and the key risks, challenges, and prospects for the digitalization of international trade activities were identified. The results obtained contribute to the further development of the theoretical foundations of international trade, the digital economy, and e-commerce. The practical significance of the study lies in the possibility of applying the formulated conclusions and recommendations to the activities of enterprises engaged in international trade, as well as in the process of improving digital customs procedures, managing logistics processes, and adapting business to the conditions of global digital transformation.

Keywords: international trade, e-commerce, digitalization, cross-border trade, digital platforms, AI, blockchain, IoT, customs administration, digital economy.

70 p., 11 tabl., 11 fig., formula 1, bibliography: 53 items.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ ТА Е-КОМЕРЦІЇ	8
1.1 Еволюція міжнародної торговельної діяльності в умовах глобалізації	8
1.2 Електронна комерція як фактор цифрової трансформації світового ринку	15
1.3 Інституційно-правове регулювання міжнародної е-комерції	20
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ У МІЖНАРОДНІЙ ТОРГІВЛІ ПІД ВПЛИВОМ Е-КОМЕРЦІЇ.....	26
2.1 Аналіз глобальних тенденцій розвитку міжнародної е-комерції.....	26
2.2 Дослідження впливу цифровізації та платформізації на розвиток міжнародної електронної комерції.....	33
2.3 Оцінка впливу розвитку електронної комерції на трансформацію міжнародної торгівлі	41
РОЗДІЛ 3 ПЕРСПЕКТИВИ ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ В УМОВАХ ДОМІНУВАННЯ Е-КОМЕРЦІЇ	53
3.1. Ризики та виклики цифрової міжнародної торгівлі.....	53
3.2 Перспективи розвитку міжнародної торгівлі в умовах цифрової економіки	57
ВИСНОВКИ	61
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	64

ВСТУП

Актуальність теми. У сучасних умовах цифровізації світової економіки електронна комерція стала одним із ключових чинників трансформації міжнародної торговельної діяльності. Стрімкий розвиток інформаційно-комунікаційних технологій, цифрових платформ, електронних платіжних систем і логістичних рішень суттєво змінює механізми здійснення міжнародних торговельних операцій, розширюючи можливості підприємств для виходу на глобальні ринки та підвищення їх конкурентоспроможності.

Особливої актуальності набувають питання адаптації міжнародної торгівлі до умов цифрової економіки, оскільки розвиток електронної комерції супроводжується не лише новими можливостями, а й низкою викликів. Серед них — кіберзагрози, цифровий протекціонізм, податкові та митні проблеми, нерівномірний доступ до цифрової інфраструктури та необхідність удосконалення міжнародного регулювання цифрової торгівлі.

Таким чином, дослідження трансформації міжнародної торговельної діяльності під впливом електронної комерції є важливим як з теоретичної, так і з практичної точки зору, оскільки дозволяє визначити сучасні тенденції розвитку цифрової торгівлі, оцінити її вплив на міжнародні економічні відносини та окреслити перспективи подальшого розвитку світового торговельного середовища.

Теоретичні та практичні аспекти розвитку міжнародної торгівлі, цифрової економіки та електронної комерції досліджуються у працях багатьох вітчизняних і зарубіжних науковців. Особливу увагу в бакалаврській роботі присвячено працям таких науковців, як: Сауляк О. [1]; Лобунець В. І., Малік Є. О. [6]; Ушакова Н. Г., Окором А. В. [9]; Миценко В. [10]; Колот А., Герасименко О. [17]; Карась О. С., Живко М. А. [46]; Ляшевська В., Давиденко Н. [16].

Метою дослідження є обґрунтування теоретико-методологічних засад та принципів змін у міжнародній торгівлі під впливом електронної комерції; дослідження сучасних тенденцій розвитку світової цифрової торгівлі; а також

розробка пропозицій для покращення ефективності функціонування глобальної торгівлі в умовах цифровізації економіки.

Мета дослідження зумовлює постановку та вирішення **таких завдань**:

- дослідити еволюцію міжнародної торговельної діяльності в умовах глобалізації;
- розкрити сутність електронної комерції та визначити її роль у цифровій трансформації світового ринку;
- проаналізувати інституційно-правові засади регулювання міжнародної електронної комерції;
- здійснити аналіз глобальних тенденцій розвитку міжнародної е-комерції;
- дослідити вплив цифровізації та платформізації на розвиток міжнародної електронної комерції;
- оцінити вплив розвитку електронної комерції на трансформацію міжнародної торговельної діяльності;
- визначити основні ризики та виклики функціонування міжнародної торгівлі в умовах цифровізації;
- обґрунтувати перспективи розвитку міжнародної торгівлі в умовах домінування електронної комерції.

Об’єкт дослідження – процес трансформації міжнародної торговельної діяльності в умовах розвитку електронної комерції та цифровізації світової економіки.

Предмет дослідження – теоретичні засади, тенденції, механізми та інструменти впливу електронної комерції на розвиток міжнародної торгівлі, а також особливості функціонування й регулювання міжнародних торговельних відносин у цифровому середовищі.

Інформаційною базою є статистичні та аналітичні матеріали Світової організації торгівлі (WTO), Конференції ООН з торгівлі та розвитку (UNCTAD), Світового банку (World Bank), Організації економічного співробітництва та розвитку (OECD), Європейської комісії, а також наукові публікації, монографії,

аналітичні звіти міжнародних організацій та матеріали офіційних електронних ресурсів

Для досягнення мети та реалізації завдань дослідження використано комплекс загальнонаукових і спеціальних **методів**, зокрема: метод аналізу та синтезу – для узагальнення теоретичних підходів до розвитку електронної комерції та міжнародної торгівлі; системний підхід – для дослідження взаємозв'язку цифровізації та міжнародних торговельних процесів; порівняльний аналіз – для оцінки особливостей розвитку електронної комерції в різних країнах світу; економіко-статистичні методи – для аналізу динаміки показників міжнародної торгівлі та електронної комерції; графічний і табличний методи – для наочного представлення результатів дослідження; метод узагальнення – для формування висновків та практичних рекомендацій.

Теоретичне значення роботи полягає у поглибленні теоретичних засад функціонування міжнародної торговельної діяльності в умовах цифровізації світової економіки, узагальненні сучасних підходів до визначення ролі електронної комерції у трансформації міжнародної торгівлі, а також систематизації чинників, тенденцій та механізмів розвитку цифрової торгівлі на глобальному рівні.

Практичне значення дослідження полягає у можливості використання сформульованих висновків і рекомендацій суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності для підвищення ефективності міжнародної торговельної діяльності шляхом впровадження інструментів електронної комерції, цифрових платформ та сучасних інформаційно-комунікаційних технологій. Результати дослідження можуть бути використані при розробленні стратегій цифрової трансформації підприємств, удосконаленні механізмів виходу на міжнародні ринки, а також у навчальному процесі під час вивчення дисциплін з міжнародної економіки, міжнародної торгівлі та електронного бізнесу.

Наукові результати дослідження полягають у такому:

на основі дослідження робіт українських та закордонних вчених узагальнено теоретичні підходи до визначення сутності електронної комерції та

її ролі у трансформації міжнародної торговельної діяльності; систематизовано основні форми, моделі та інструменти міжнародної е-комерції; проаналізовано сучасні тенденції розвитку глобального ринку електронної торгівлі, зокрема платформізацію, омніканальність, персоналізацію та використання цифрових платіжних систем; досліджено вплив цифровізації на міжнародну торгівлю та визначено ключові фактори розвитку електронної комерції; охарактеризовано особливості інституційно-правового регулювання міжнародної е-комерції; визначено основні виклики та перспективи розвитку міжнародної торговельної діяльності в умовах цифрової трансформації світової економіки; запропоновано напрями підвищення ефективності міжнародної торгівлі шляхом впровадження сучасних цифрових технологій та інструментів електронної комерції.

Апробація результатів дослідження. Публікація статті у збірнику наукових праць «Вісник Маріупольського державного університету. Серія: Економіка.», праці XXVI Всеукраїнської конференції студентів та молодих учених «Проблеми розвитку соціально-економічних систем в національній та глобальній економіці».

Кваліфікаційна бакалаврська робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи 70 с.

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ ТА Е-КОМЕРЦІЇ

1.1 Еволюція міжнародної торговельної діяльності в умовах глобалізації

В наукових джерелах міжнародна торговельна політика трактується як динамічна категорія, еволюція якої зумовлена глобальними економічними трансформаціями, переформатуванням конфігурації національних економічних інтересів та модифікацією інституційного середовища. Відтак, у різні історичні епохи спостерігалася зміна як її стратегічних завдань, так і операційного інструментарію, що, своєю чергою, актуалізує необхідність ґрунтовного вивчення стадій її становлення та розвитку.

На початкових етапах розвитку економічної теорії зовнішньоторговельна політика формувалася в контексті меркантилістської парадигми, відповідно до якої зовнішньоторговельна діяльність трактувалася як інструмент акумуляції національного добробуту та посилення державної економічної могутності [1]. Пріоритетна увага приділялася підтримці позитивного сальдо торговельного балансу, що досягалося шляхом активного стимулювання експорту та суттєвого обмеження імпорту. Такий підхід зумовлював імплементацію жорстких протективних заходів [2]. У рамках цієї концепції держава відігравала домінуючу роль у регулюванні зовнішньоекономічних потоків, визначаючи їхні вектори та інтенсивність у відповідності до національних пріоритетів.

Обмежений характер меркантилістського підходу, зокрема її неспроможність належним чином оцінити потенціал взаємовигідного міжнародного обміну, став чинником формування класичної школи політичної економії. У працях А. Сміта міжнародна торгівля розглядається як процес, що забезпечує взаємну вигоду, базуючись на принципі абсолютної переваги, та сприяє підвищенню сукупного добробуту за умови мінімального державного втручання. Подальша розробка цих ідей у теорії порівняльних переваг Д. Рікардо продемонструвала, що країни можуть отримувати бенефіти від міжнародної

спеціалізації навіть у разі відсутності абсолютної ефективності у виробництві. У межах класичної парадигми міжнародна торговельна політика еволюціонує від засобу суворого контролю до механізму, що забезпечує створення сприятливих умов для інтенсифікації глобального обміну [3].

Втім, класична модель економічної лібералізації, що ґрунтувалася на презумпціях досконалості ринкових механізмів та симетрії економічних умов, виявилася обмеженою у своїй здатності об'єктивно відображати реалії світової економічної системи. Ця обставина зумовила подальшу еволюцію інституційного підходу до аналізу міжнародної торговельної політики [4].

Період другої половини XX століття позначився інституційним оформленням міжнародної торговельної політики, що виявилось у формуванні багатосторонньої системи регулювання глобальної комерції. Процес еволюції, що пролягав від Генеральної угоди з тарифів і торгівлі (ГАТТ) до Світової організації торгівлі (СОТ), закріпив пріоритет загальноприйнятих норм і механізмів, орієнтованих на гарантування відкритості ринків, принципу недискримінації, а також прозорості та стабільності комерційних взаємин. У межах даної архітектури державні актори здійснюють координаційну функцію, функціонуючи у відповідності до узгоджених міжнародно-правових стандартів [5].

Проте, сучасні наукові дослідження свідчать про диспропорційний вплив міжнародних торговельних норм на держави з неоднаковим рівнем економічного розвитку, що зумовлює нерівномірний розподіл преференцій від процесів лібералізації. Ця обставина актуалізує необхідність інтеграції засад відкритості з інструментарієм публічно-правового регулювання, спрямованого на протекцію національних економічних інтересів.

У перші десятиліття XXI століття система міжнародних торговельних відносин зазнає суттєвих трансформацій, зумовлених стрімким розвитком діджиталізації та науково-технологічним прогресом. Інтенсифікація електронної комерції, поширення віртуальних торговельних платформ та удосконалення автоматизованих логістичних систем призводять до фундаментальних змін у

традиційних механізмах здійснення міжнародної комерційної діяльності. Провідну роль у цих процесах відіграють транснаціональні корпорації, зокрема такі гіганти, як Amazon та Alibaba Group, які не лише формують інноваційні бізнес-моделі, а й активно сприяють інтеграції національних економічних просторів у єдине глобальне цифрове середовище.

Глибокий вплив на трансформацію парадигм міжнародної торговельної політики чинить Четверта промислова революція, яка характеризується масштабним впровадженням штучного інтелекту, Інтернету речей, аналізу великих даних та автоматизації виробничих процесів. У цьому контексті трансформується конфігурація конкурентних переваг, де провідну роль відіграють інновації, технологічний прогрес та доступ до інформаційних ресурсів.

Поточний етап еволюції міжнародної торговельної політики відзначається інтенсифікацією геоекономічної конкуренції, дезінтеграцією глобальної торговельної архітектури та посиленням державного впливу на координацію зовнішньоекономічних операцій. Застосування нетарифних бар'єрів, регуляторних обмежень і регіональних торговельних угод демонструє становлення гібридної моделі міжнародної торгівлі, що інтегрує компоненти лібералізації та протекціонізму [6].

Для комплексного осмислення провідних концепцій розвитку міжнародної торговельної політики доцільно диференціювати принципові стадії її еволюції, які структуровано у таблиці 1.1.

Таблиця 1.1 – Еволюція міжнародної торговельної політики: етапи та інструментарій

Етап розвитку	Домінуюча парадигма	Основні цілі торговельної політики	Роль держави	Ключові інструменти
Ранній етап формування (XVI–XVIII ст.)	Меркантилізм	Накопичення національного багатства, забезпечення активного торговельного балансу	Домінуюча, директивна	Високі мита, квоти, експортні субсидії, імпорتنі обмеження
Класичний етап (кінець XVIII–XIX ст.)	Класична політична економія	Розширення міжнародного обміну, підвищення ефективності використання ресурсів	Обмежена, регулятивна	Зниження тарифів, дерегуляція, свобода торгівлі
Індустріальний та міжвоєнний період	Поєднання лібералізму і протекціонізму	Захист національних виробників, стимулювання індустріалізації	Активна, вибіркова	Тарифні бар'єри, валютні обмеження, торговельні угоди
Післявоєнний період (друга половина XX ст.)	Ліберально-інституціональна	Лібералізація торгівлі, формування стабільної багатосторонньої системи	Координаційна, інституційна	Міжнародні угоди, тарифна лібералізація, правила СОТ
Посткризовий етап (початок XXI ст.)	Неопротекціонізм, криза ліберальної моделі	Забезпечення економічної стійкості, захист стратегічних секторів	Посилена, стратегічна	Нетарифні бар'єри, регуляторні обмеження, приховані протекціоністські інструменти
Сучасний етап	Геоекономічний підхід, фрагментація світової торгівлі	Баланс між відкритістю та національними інтересами	Комплексна, багаторівнева	Комбінування лібералізації та обмежень, регіональні угоди, політично зумовлені інструменти

Джерело: складено автором на основі [7-9]

Систематизація визначальних аспектів міжнародної торговельної політики упродовж її історичного розвитку формує методологічну базу для осмислення актуальних тенденцій та подальшого наукового вивчення трансформаційних процесів у глобальній торговельній системі.

Зародження та динамічний розвиток інтернет-економіки обумовили виникнення нової теоретичної парадигми – електронної торгівлі (е-комерції). Вона модифікує традиційні форми міжнародної торгівлі, конструюючи гібридні моделі взаємодії, серед яких особливого поширення набувають формати «товар–послуга», фізично-цифрові пакети, платформна комерція з елементами глобальних ланцюгів доданої вартості та франчайзинг-експорт.

У сучасних умовах основними векторами еволюції форм міжнародної торгівлі виступають ті, що інтегровані в глобальні ланцюги створення вартості, цифрова торгівля та формати сталої й циркулярної комерції [10].

До форм міжнародної торгівлі, пов'язаних із глобальними ланцюгами доданої вартості, належить торгівля завданнями (trade in tasks), що передбачає делегування окремих виробничих або сервісних функцій між країнами на основі діджиталізації, модуляризації та глобального аутсорсингу конкретних робочих функцій чи проектних етапів. Водночас торгівля вузлами та модулями базується на транскордонному обміні складовими компонентами, деталями та напівфабрикатами, які використовуються для подальшого складання або інтеграції у кінцеву продукцію в різних державах [11].

Суттєвої значимості набувають також форми цифрової торгівлі. Однією з найбільш поширених є торгівля через багатосторонні цифрові платформи, у межах якої цифрова платформа виступає інтерфейсом між продавцями та покупцями, сервіс-провайдерами та споживачами, створюючи інфраструктуру для міжнародної взаємодії та формуючи мережевий синергетичний ефект. Поряд із цим активно розвивається торгівля цифровими продуктами за підпискою, що передбачає періодичну тарифікацію за безперервний доступ до цифрового продукту, онлайн-сервісу або контенту. Додатково формується соціальна комерція, яка є результатом конвергенції соціальних медіа та електронної комерції, де соціальні взаємодії та користувацький контент стають визначальними інструментами виявлення, обговорення та придбання товарів і послуг [11].

Окремим вектором розвитку сучасної міжнародної торгівлі є форми сталої та циркулярної комерції. Зокрема, поширюється торгівля верифікованими «зеленими» товарами та послугами, що мають документально підтверджений позитивний вплив на довкілля. Водночас посилюється роль торгівлі вторинною сировиною та реманфактурованими продуктами, яка лежить в основі циркулярної економіки та трансформує лінійну модель «видобуток – виробництво – утилізація» у циклічну систему повторного використання ресурсів. Поряд із цим формується торгівля вуглецевими одиницями та екологічними квотами, у межах якої об'єктом міжнародного обміну виступають дозволи на викиди парникових газів або сертифікати, що підтверджують їх скорочення чи поглинання.

Окреслені тенденції конструюють нову, більш ускладнену та багатополярну архітектуру міжнародної торгівлі. Її сутнісною особливістю є гібридизація, за якої традиційні та новітні форми міжнародної торгівлі співіснують і взаємодоповнюють одна одну. У цих умовах конкурентоспроможність держав і компаній детермінується здатністю до адаптації до технологічних, екологічних та гео економічних змін, що відбуваються у світовій економіці.

Для національних економік і підприємств першочергового значення набувають розвиток адаптивності, цифрової зрілості та здатності інкорпоруватися у стійкі технологічні екосистеми. Водночас осмислення сутності, елементів і видів сучасних форм міжнародної торгівлі має суттєву прикладну цінність, оскільки дозволяє підприємствам оптимізувати комбінацію механізмів виходу на зовнішні ринки, редукувати ризики та скорочувати операційні витрати. Для держав важливим завданням є формування адекватного інституційного середовища, здатного забезпечити перехід національних економік до більш технологічних, цифрових та ціннісно-орієнтованих форм участі у міжнародній торгівлі, що виступає необхідною умовою сталого поступу в умовах глобальної конкуренції [11].

Виникнення та прогресивний розвиток інтернет-економіки зумовили кристалізацію нової теоретичної парадигми – електронної комерції (е-комерції). Ця концепція ініціює трансформацію традиційних форматів міжнародного торговельного обміну, генеруючи гібридні моделі взаємодії. Серед них особливої актуальності набувають інтегровані товарно-сервісні моделі, комбіновані фізично-цифрові пропозиції, платформні комерційні операції з імплементацією елементів глобальних ланцюгів доданої вартості, а також франчайзинговий експорт. Еволюція цифрових технологій та експансія електронної комерції детермінують зміну структури світового обміну, де пріоритетну роль починають відігравати цифрові сервіси, інтенсивні інформаційні потоки та механізми платформної взаємодії.

З метою ґрунтовного аналізу нерівномірності та динамічних аспектів еволюції цифрової комерції у глобальному вимірі, що дозволяє виявити ключові тенденції та відмінності у цифровій трансформації міжнародних ринків (табл. 1.2).

Таблиця 1.2 – Особливості розвитку цифрової торгівлі на глобальних ринках

Країна	Особливості розвитку
Великобританія	Торгівля продукта ми сприяє зростанню в Інтернеті на 9,7 млрд.
США	Лідер ринку електронної комерції по всьому світу
Бразилія	За допомогою споживачів в Інтернеті на 17 млн. зросла цифрова торгівля
Китай	Великий обсяг електронної комерції від загального обсягу продажу світу
Індонезія	«Сіре он-лайн покоління», в цифровій торгівлі задіяно 60% літній людей
Південна Корея	Сила мобільної комерції сприяє розвитку цифрової торгівлі
Саудівська Аравія	Подвійний прогрес за допомогою цифрових схем

Джерело: складено автором на основі [12, 13]

Згідно з даними таблиці 1.2, розвиток цифрової комерції охоплює глобальний простір, інтегруючи країни Європи, Північної та Південної Америки,

а також Азійського континенту. Внаслідок цього, її динаміка традиційно розглядається в контексті глобалізаційних процесів.

Описані тенденції розвитку цифрової торгівлі тісно пов'язані з концепцією Четвертої промислової революції, яка передбачає перетворення цифрових, фізичних та когнітивних технологій у цілісну виробничо-комерційну систему. Її ключовою ознакою є використання кіберфізичних систем, Інтернету речей, масивів великих даних та штучного інтелекту задля гарантування автоматизації процесів, адаптивності та оперативного прийняття рішень [14]. У контексті міжнародної торгівлі Індустрія 4.0 зумовлює оптимізацію ефективності світових ланцюгів поставок, мінімізацію операційних витрат та інтенсифікацію обміну продукцією, сервісами й інформацією. Відтак, Індустрія 4.0 слугує фундаментальною технологічною платформою для поглибленої цифровізації глобальної комерційної активності та каталізатором трансформації її інституційних структур [15].

1.2 Електронна комерція як фактор цифрової трансформації світового ринку

Електронна комерція вважається одним із найбільш динамічних секторів світової економіки та основним драйвером цифрової трансформації бізнесу. Інтенсивний розвиток інформаційних та комунікаційних технологій, широке розповсюдження мобільних пристроїв, автоматизація бізнес-процесів і зростання значущості цифрових платформ істотно змінили споживацькі звички, що зумовило сталий попит на оперативні, персоналізовані та легкодоступні онлайн-сервіси. За таких умов електронна комерція стає вагомим інструментом у конкурентній боротьбі, стимулюванні інноваційного прогресу підприємств та їхній інтеграції на світові ринки.

Зміст будь-якої економічної категорії найповніше розкривається через її функції, оскільки саме вони відображають практичне призначення та методи впровадження конкретного економічного явища.

Основними функціями електронної комерції є [16]:

- визначення цінності товарів і послуг для споживачів;
- організація ефективної комунікації між виробником, продавцем і покупцем;
- забезпечення обміну інформацією між учасниками бізнес-процесів;
- автоматизація обробки замовлень, включаючи реєстрацію, постачання та формування фінансової документації;
- укладання угод із використанням інформаційно-комунікаційних технологій;
- організація та оптимізація логістичних процесів.

Цифрова трансформація є не лише результатом технологічного прогресу, а й процесом фундаментальної переоцінки та перебудови сутності компанії відповідно до вимог актуального цифрового бізнес-середовища. На рівні організації вона виявляється як через внутрішні зміни, спрямовані на переформатування механізмів прийняття рішень, операційної діяльності та структурної організації, так і через зовнішній вплив, орієнтований на вдосконалення взаємодії з клієнтами та трансформацію повного життєвого циклу підприємства. Застосування терміну «цифрова трансформація» охоплює значні якісні та кількісні перетворення, що виходять за межі звичайних організаційних модифікацій і потребують реалізації комплексного набору системних заходів для переходу суб'єкта господарювання до якісно нового рівня функціонування. Це свідчить про всебічний та системний характер впливу цифрової трансформації на функціонування компаній. Отже, саме цілісна трансформація бізнесу дає змогу максимізувати кумулятивний ефект від інтеграції цифрових технологій, на відміну від фрагментарного впровадження окремих технологічних рішень у бізнес-процеси [17].

Для більш детального розуміння ролі цифрової трансформації у функціонуванні підприємств електронної комерції доцільно розглянути її ключові напрями впливу на основні аспекти діяльності бізнесу (рис. 1.1).

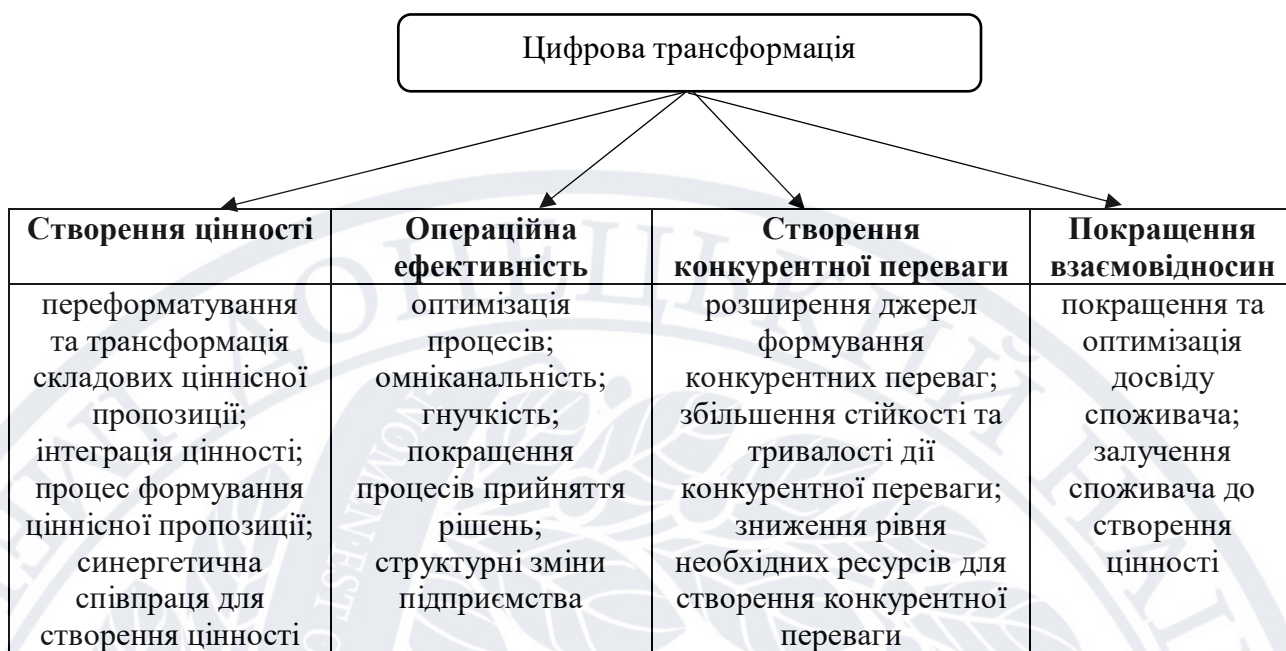


Рисунок 1.1 – Напрями впливу цифрової трансформації на діяльність підприємств електронної комерції

Джерело: складено автором на основі [18, 19]

Як видно з рисунка 1.1, цифрова трансформація комплексно впливає на діяльність підприємств електронної комерції, охоплюючи формування цінності для споживача, підвищення операційної ефективності, створення та зміцнення конкурентних переваг, а також покращення взаємодії зі споживачами. Такий вплив забезпечує не лише оптимізацію внутрішніх бізнес-процесів, але й сприяє посиленню ринкових позицій підприємств у цифровому середовищі.

Електронна комерція, як і багато інших видів бізнесу, має певні типи, що сформувалися в процесі її розвитку під впливом цифровізації та розширення глобальних цифрових ринків. Класифікація цих типів ґрунтується на характері взаємодії між учасниками комерційних відносин, зокрема тим, хто виступає продавцем і покупцем у межах онлайн-операцій. Саме тому в науковій літературі та практиці електронної торгівлі виокремлюють кілька базових моделей, які відображають основні напрями функціонування цифрової економіки та дозволяють систематизувати різноманітні форми онлайн-торгівлі.

Основні види електронного бізнесу, їхні особливості та приклади реалізації розглянуто у табл. 1.3.

Таблиця 1.3 – Види електронної комерції

Вид електронної комерції	Опис	Приклади
B2B (бізнес для бізнесу)	Електронна комерція між компаніями. Це тип електронної комерції, що має справу з відносинами між видами комерційної діяльності	IBM, Hewlett Packard, Cisco and Dell.
B2C (бізнес для споживача)	Електронна комерція бізнес-до-користувача, або торгівля між компаніями й споживачами	Amazon.com, Drugstore.com, Beyond.com
C2C (споживач для споживача)	торгівля між приватними особами або споживачами	eBay, Napster, Excite і eWanted
B2A (бізнес для адміністрації)	взаємодія бізнесу і адміністрації, що включає ділову взаємодію комерційної структури з державною організацією	Електронний документообіг, держзакупівлі
C2A (споживач для адміністрації)	взаємодії державної структури і споживачів	Оплата податків, онлайн-записи

Джерело: розроблено автором на основі [20, 21]

Також можна виокремити три ключові інноваційні рішення, що суттєво сприяли розвитку електронної торгівлі [22]:

Персоналізація – використання технологій штучного інтелекту та машинного навчання дозволило аналізувати великі обсяги даних і формувати індивідуалізований користувацький досвід. Завдяки механізмам зворотного зв'язку та динамічній адаптації до змін у поведінці споживачів підвищується якість клієнтського сервісу та ефективність онлайн-продажів.

Оmnіканальність – розвиток цифрових технологій та поширення інтернету сприяли формуванню багатоканальної моделі взаємодії зі споживачами. Згідно зі звітом компанії Google, близько 85% користувачів розпочинають процес купівлі на одній платформі, а завершують його на іншій. Це зумовило інтеграцію онлайн- і офлайн-каналів продажів, а також соціальних мереж і платформ електронної комерції.

Безпечні платежі – розвиток електронних платіжних систем і цифрових гарантів забезпечив спрощення та підвищення безпеки онлайн-транзакцій. Такі рішення, як Google Wallet та Apple Pay, стали поширеними інструментами мобільних платежів. Додатково технологія блокчейн поступово

використовується для підвищення швидкості та захищеності фінансових операцій.

Цифрова інфраструктура є одним із ключових чинників розвитку електронної комерції та цифрової економіки загалом. Її формування здійснюється спільними зусиллями як державних структур, так і приватного сектору. У науковій літературі виділяють тверду та м'яку цифрову інфраструктуру. До твердої інфраструктури належать мережі широкосмугового доступу до Інтернету, мобільні технології зв'язку (4G, 5G), хмарні обчислення, радіоінфраструктура для розвитку Інтернету речей, системи кібербезпеки та громадський доступ до Wi-Fi. Водночас м'яка цифрова інфраструктура охоплює системи цифрової ідентифікації та довіри, електронне урядування, відкриті дані, платформи електронної комерції, транзакційно-процесингові системи, геоінформаційні та блокчейн-технології [23].

В умовах сучасності глобальні процеси цифрової трансформації та розбудови цифрової інфраструктури демонструють інтенсивне зростання, зумовлене новими геоекономічними факторами та викликами. Цифрові технології створюють значний потенціал для розвитку бізнесу, підвищення ефективності його функціонування та оптимізації бізнес-процесів. Крім того, вони відкривають нові можливості для залучення інвестицій, розвитку електронної комерції та просування бізнес-проектів на міжнародних ринках [24].

Розвиток міжнародної електронної торгівлі веде до значних змін у світовій економіці та появи нових тенденцій у галузі цифрової комерції. Серед ключових факторів, що визначають сучасний стан цього сектору, варто виділити зростання використання електронних платіжних засобів, підвищення ролі M2M-комерції (взаємодії машин), підтримку з боку міжнародних регулюючих установ, а також інтеграцію новаторських рішень для малого та середнього бізнесу.

Однією з важливих тенденцій є активне розповсюдження цифрових платіжних сервісів. Згідно з міжнародними дослідженнями, у 2022 році приблизно 52% усіх розрахунків у світовій електронній комерції проводилися за допомогою цифрових гаманців, зокрема Alipay, WeChat Pay та Apple Pay.

Застосування таких платіжних інструментів забезпечує оперативність, комфорт і безпеку операцій, що стимулює зростання онлайн-покупок як на внутрішніх, так і на міжнародних ринках. Особливо високий рівень поширення цифрових платежів спостерігається в Китаї, де QR-платежі охоплюють близько 70% споживачів, тоді як у Японії цей показник складає лише 8%, що свідчить про регіональні відмінності у впровадженні цифрових фінансових технологій [25].

1.3 Інституційно-правове регулювання міжнародної е-комерції

В контексті сучасної цифрової трансформації електронна комерція кардинально трансформувала принципи ведення господарської діяльності та механізми взаємодії між суб'єктами підприємницької діяльності та кінцевими користувачами. Застосування інформаційно-комунікаційних технологій зумовило значне спрощення процедур укладання угод, сприяло експансії ринкових сегментів та підвищенню оперативності комерційних операцій. Проте, попри численні переваги, які пропонує цифрова торгівля, виникає нагальна потреба у ґрунтовному правовому врегулюванні таких відносин. Господарюючі суб'єкти, що функціонують у сфері електронної комерції, зобов'язані орієнтуватися у комплексі нормативно-правових приписів, що регламентують порядок укладання електронних договорів, здійснення розрахунків, забезпечення конфіденційності особистих даних та гарантування споживчих прав.

Інтенсивний розвиток електронної комерції спричинив еволюцію нормативно-правової бази, яка охоплює множинні юрисдикції. Учасники ринку, що провадять діяльність у сфері онлайн-продажів, мусять бути обізнаними з широким спектром регуляторних вимог, що включають захист прав споживачів, принципи приватності даних, аспекти оподаткування та норми щодо інтелектуальної власності. Комплексне осмислення цих положень є критично важливим для забезпечення нормативно-правової відповідності (комплаєнсу) та ефективного функціонування в цифровій торгівлі.

У правовому середовищі держав-членів Європейського Союзу та Ради Європи наявний значний масив нормативно-правових актів (стандартів), які прямо або опосередковано окреслюють підходи до юридичного регулювання відносин у царині електронної комерції [26].

Визначальним етапом у формуванні міжнародно-правової бази для регулювання електронної комерції стало прийняття Типового закону "Про електронну торгівлю", який був ухвалений Резолюцією Генеральної Асамблеї Організації Об'єднаних Націй 30 січня 1997 року.

Цей правовий акт, підготовлений Комісією ООН з права міжнародної торгівлі (ЮНСІТРАЛ), вирізняється рамковим та консультативним статусом і призначений для використання державами як орієнтир у розробці їхніх національних законодавчих положень. Зазначений міжнародний документ заклав основоположні правові засади для здійснення діяльності у сфері електронної комерції. Він містив дефініції ключових понять, таких як електронний документ, електронний документообіг, електронний підпис, ініціатор електронного документа та інформаційна система. Поза тим, акт офіційно підтвердив юридичну та доказову силу електронних документів і сформулював критерії до електронного підпису як інструменту верифікації автентичності та цілісності електронних даних [27].

Фундаментальні засади електронної комерції, розроблені Організацією економічного співробітництва та розвитку (OECD), мають на меті стимулювання розвитку цифрової комерції в контексті глобальної торгівлі та забезпечення захисту інтересів кінцевих споживачів. Особливе значення надається дотриманню прав користувачів, гарантуванню приватності персональних відомостей та підтримці відповідальності комерційних суб'єктів у цифровому середовищі. Цей документ детермінує взаємовідносини між споживачами та комерційними структурами, сприяючи прозорості комерційних операцій та формуванню ефективних інструментів для врегулювання спорів за їхньої появи [28].

Глобальна конвенція Організації Об'єднаних Націй щодо застосування електронних засобів зв'язку у транснаціональних договірних відносинах, ухвалена у 2005 році, спрямована на стандартизацію процесу укладання міждержавних угод в електронному просторі. Ключовим завданням цього акта є ліквідація перешкод для використання електронних методів комунікації у міжнародних домовленостях, надаючи їм еквівалентний статус з традиційними формами угод. Конвенція формулює чіткі положення стосовно застосування електронних звернень у господарській діяльності та закріплює правові основи їхнього прийняття на глобальному правовому рівні. Це сприяє уніфікації правових систем різних країн, гарантуючи сталість та передбачуваність у використанні цифрових засобів у царині транснаціональної комерції [29].

Ключовим регулятивним актом (рамочним документом) у царині правового забезпечення електронної торгівлі виступає Директива Європейського Парламенту та Ради 2000/31/ЄС «Про правові аспекти інформаційних послуг щодо електронної комерції на внутрішньому ринку» (також відома як «Про електронну комерцію»), ухвалена 8 червня 2000 року [30].

Світовий ринок електронної комерції демонструє стабільне та тривале зростання у сфері транскордонних B2C-відправлень. За даними міжнародних інституцій, частка відправлень низької вартості в структурі міжнародної торгівлі суттєво збільшилася, що значною мірою спричинено зміною купівельної поведінки. У сучасних умовах споживачі, особливо в економічно розвинених державах, все частіше надають перевагу регулярним невеликим онлайн-покупкам через міжнародні цифрові майданчики та торговельні платформи. Такі тенденції є наслідком інтенсивного розвитку електронної комерції, систем цифрових платежів, удосконалення логістичних мереж та зростання популярності глобальних платформ електронної торгівлі.

Сучасні дослідження підтверджують, що частка маловартісних транзакцій у міжнародній торгівлі зростає вже протягом кількох десятиліть як результат масштабування e-commerce та поширення моделей прямого продажу товарів кінцевим споживачам без участі традиційних посередників [31]. Унаслідок цього

значно збільшилися обсяги міжнародних поштових та кур'єрських відправлень, що створило нові виклики для митних і податкових систем різних держав.

У зв'язку з економічними та правовими наслідками розвитку електронної комерції, регуляторні органи багатьох країн, передусім Європейського Союзу, зіткнулися з необхідністю переосмислення усталених механізмів митного контролю та податкового адміністрування. Однією з наймасштабніших реформ стала імплементація системи Import One-Stop Shop (IOSS) для дистанційної реалізації продукції вартістю до 150 євро, а також ліквідація податкової пільги щодо ПДВ для імпорту товарів вартістю до 22 євро. Ці нововведення набули чинності 1 липня 2021 року, відзначивши знакову віху в адаптації європейського податкового законодавства до реалій цифрової економіки.

Визначальною характеристикою системи IOSS є перенесення відповідальності за сплату податку на додану вартість з кінцевого споживача або логістичного провайдера на продавця-нерезидента чи електронну торговельну платформу. Цей механізм гарантує підвищення прозорості міжнародних B2C-транзакцій та усуває необхідність безпосереднього внесення ПДВ покупцем у момент отримання продукції. При цьому податок акумулюється вже на стадії здійснення придбання (попереднє стягнення) та декларується реалізатором за допомогою уніфікованого електронного порталу IOSS, з подальшим автоматичним розподілом між державами-членами Європейського Союзу. Такий підхід суттєво оптимізує процедури податкового управління та мінімізує адміністративні видатки для суб'єктів міжнародної електронної комерції.

Додатковою значущою перевагою системи IOSS стало спрощення протоколів митного декларування низьковартісної продукції. Враховуючи, що ПДВ вважається сплаченим до фактичного імпорту продукції на територію ЄС, митні служби отримують можливість здійснювати прискорений огляд таких відправлень. Це сприяє суттєвому скороченню часу на проходження митних формальностей, зниженню навантаження на митну інфраструктуру та забезпеченню ефективної обробки значних обсягів міжнародних B2C-посилок.

За даними 2024 року, завдяки функціонуванню механізмів OSS/IOSS у державах-членах Євросоюзу було задекларовано понад 33 мільярди євро податку на додану вартість, що підкреслює високу дієвість та значний обсяг впровадження даної моделі в контексті сучасної цифрової економіки [32]. Збільшення податкових надходжень демонструє, що імплементація цифрових інструментів податкового управління дає змогу не тільки покращити рівень фіскальної транспарентності, але й сприяє виведенню з тіні міжнародної електронної комерції.

Модель Vendor Collection Model, на якій заснована система IOSS, нині вважається міжнародним стандартом ефективного адміністрування непрямих податків у цифровій економіці.

Висновки до розділу 1

У першому розділі було вивчено теоретичні та методичні основи міжнародної торгівлі та електронної комерції в умовах глобалізації та цифровізації світової економіки. Зазначено, що міжнародна торговельна діяльність пройшла довгий шлях розвитку – від моделі державного регулювання, орієнтованої на меркантилізм, до сучасної гібридної системи, що поєднує принципи лібералізації, цифровізації та геоекономічного впливу держав. Було визначено, що розвиток цифрових технологій, платформної економіки, глобальних ланцюгів створення вартості та Індустрії 4.0 значно змінив механізми міжнародної комерційної діяльності та сприяв появі нових моделей міжнародної торгівлі.

У ході дослідження було з'ясовано, що електронна комерція є одним із ключових рушіїв цифрової трансформації світового ринку. Вона сприяє модернізації бізнес-процесів, автоматизації операційної діяльності, розвитку цифрової інфраструктури та розширенню доступу підприємств до міжнародних ринків. Проаналізовано основні види електронної комерції, зокрема B2B, B2C, C2C, B2A та C2A, а також актуальні тенденції розвитку цифрової торгівлі. Серед

них – персоналізація послуг, омніканальність, використання цифрових платіжних систем, а також інтеграція штучного інтелекту та великих даних у комерційні процеси. Встановлено, що електронна комерція формує нову структуру глобального ринку, де провідну роль відіграють цифрові платформи та міжнародні технологічні компанії.

Також у розділі було розглянуто інституційні та правові основи регулювання міжнародної електронної комерції. Визначено роль міжнародних організацій та нормативно-правових актів у створенні сучасного правового середовища цифрової торгівлі, зокрема документів ЮНСІТРАЛ, OECD, ООН та Європейського Союзу. Особливу увагу приділено розвитку транскордонної електронної торгівлі та механізмам податкового адміністрування, зокрема системі Import One-Stop Shop (IOSS), яка стала важливим інструментом адаптації митно-податкового регулювання до умов цифрової економіки. Підсумовуючи результати дослідження, можна стверджувати, що електронна комерція є стратегічним чинником трансформації світового господарства та одним із ключових напрямів подальшого розвитку міжнародної економічної системи.

РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ У МІЖНАРОДНІЙ ТОРГІВЛІ ПІД ВПЛИВОМ Е-КОМЕРЦІЇ

2.1 Аналіз глобальних тенденцій розвитку міжнародної е-комерції

На сучасному етапі розвиток міжнародної електронної комерції характеризується швидким збільшенням обсягів транскордонних онлайн-операцій та подальшою глобалізацією цифрових ринків. Світова електронна торгівля демонструє стабільне розширення, становлячи значну частину світової роздрібною торгівлі, яка вже перевищує одну п'яту від загального обсягу споживчих витрат. Головним рушієм цього процесу є активне поширення Інтернету, мобільних технологій та цифрових платіжних систем, що забезпечує доступність онлайн-покупок для мільярдів користувачів у різних регіонах світу. Особливої важливості набуває розвиток транскордонної торгівлі, яка дозволяє споживачам купувати товари за межами своїх країн, розширюючи географію попиту та посилюючи конкуренцію між глобальними продавцями.

Для більш детального аналізу нерівномірності розвитку електронної комерції в європейських країнах доцільно розглянути динаміку темпів зростання B2C сегменту електронної торгівлі у 2024 році.

Представлені дані дозволяють оцінити рівень розвитку цифрової торгівлі в окремих державах, визначити країни-лідери за темпами приросту онлайн-ринку, а також виявити тенденції уповільнення розвитку зрілих європейських ринків електронної комерції (рис. 2.1).

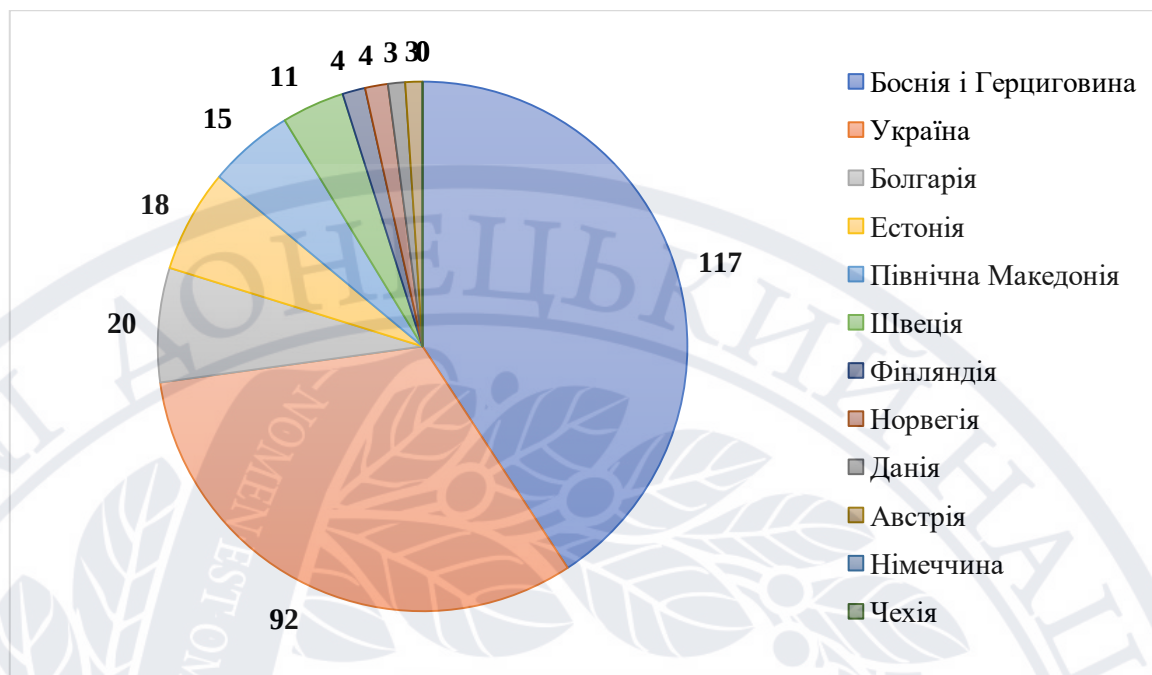


Рисунок 2.1 – Темпи зростання B2C e-commerce у країнах Європи у 2024 р., у %

Джерело: розроблено автором на основі [33]

Аналіз наявних даних виявляє суттєву варіативність динаміки розвитку B2C електронної комерції в європейських країнах протягом 2024 року. Найвищі показники приросту було зареєстровано в Боснії і Герцеговині (117%) та Україні (92%), що, ймовірно, детерміновано інтенсивною цифровізацією ринкового середовища, розширенням доступності онлайн-платежів та збільшенням питомої ваги онлайн-торгівлі у загальній структурі споживчих витрат. Натомість у переважній більшості держав Західної та Північної Європи темпи експансії є більш стриманими, що свідчить про вищий ступінь зрілості їхніх ринків електронної комерції. В цілому, простежується закономірність динамічнішого прогресу B2C e-commerce в економіках, що перебувають на стадії розвитку, у порівнянні з більш стабільними економіками країн Європейського Союзу.

Для глибшого розуміння масштабів і структури ринку електронної комерції в Європі доцільно проаналізувати найбільші національні ринки B2C e-commerce у 2024 році (рис. 2.2). Їхнє порівняння дає змогу визначити провідні країни за обсягами онлайн-продажів, а також оцінити концентрацію ринку та

ступінь впливу економічно розвинених держав на загальну динаміку розвитку сектору.

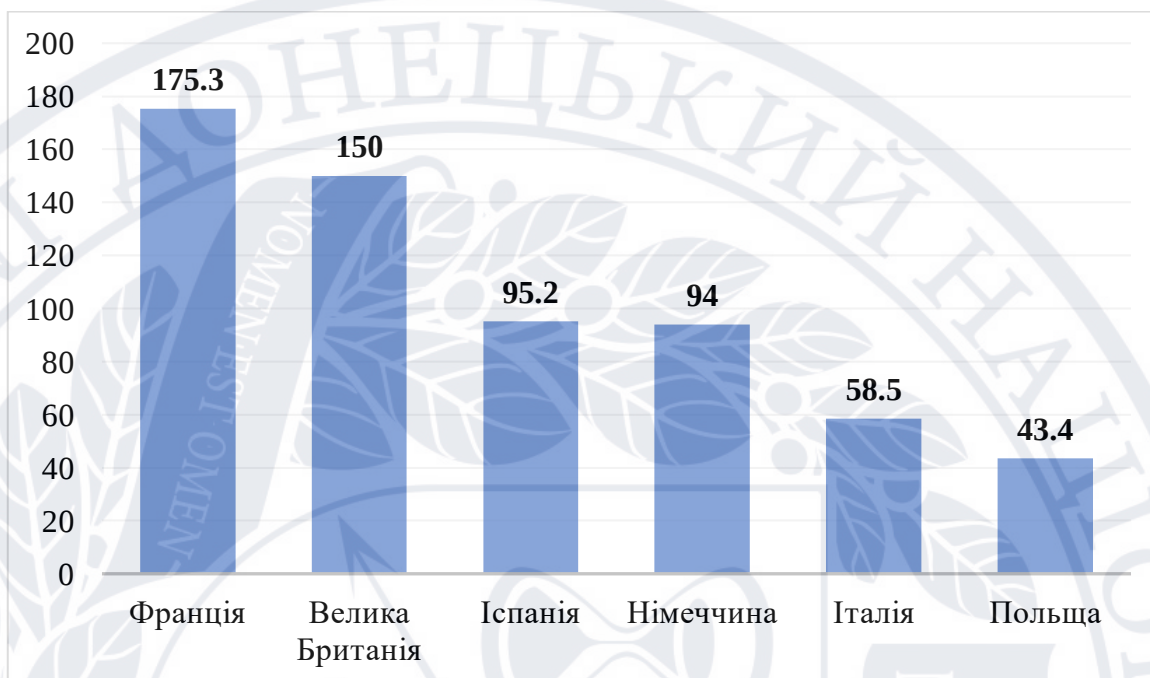


Рисунок 2.2 – Найбільші ринки B2C e-commerce у Європі у 2024 р.,
у млрд. євро

Джерело: розроблено автором на основі [33]

Ключові сегменти ринку B2C електронної комерції в Європі у 2024 році відзначаються значною концентрацією цифрового комерційного обігу в межах провідних національних економік регіону. Безумовне лідерство тут належить Франції, із зафіксованим показником у 175,3 млрд євро. Аналогічно суттєві обсяги спостерігаються у Великій Британії та Іспанії, що є індикатором високого рівня розвитку електронної торгівлі в цих юрисдикціях. Німеччина та Італія позиціонуються у середньому ешелоні європейського ринку, у той час як Польща, незважаючи на помірніший абсолютний показник, виявляє значний потенціал для подальшого поступального розвитку. Підсумовуючи, спостережувана конфігурація ринку засвідчує превалювання великих західноєвропейських економік у сфері B2C електронної комерції та прогресивне посилення ролі країн Центрально-Східної Європи.

Зростання електронної комерції обумовлене розширенням цифрової аудиторії та збільшенням чисельності середнього класу, а також удосконаленням інноваційних платіжних систем та логістичної інфраструктури. Провідні позиції за часткою електронної комерції у структурі роздрібних продажів посідає Китай – 50,1 %, що є індикатором високого рівня діджиталізації споживчого ринку. Помітні показники також характерні для Великої Британії (30,4 %), Південної Кореї (27,2 %) та Індонезії (26,6 %). Серед європейських держав високі позиції займають Греція, Норвегія, Фінляндія, Данія, Литва та Польща.

Для кращого візуального відображення структури країн із найбільшою часткою електронної комерції у роздрібних продажах доцільно представити відповідні дані на рисунку 2.3. Це дозволить наочно порівняти рівень розвитку e-commerce у різних країнах світу та визначити лідерів за рівнем проникнення електронної торгівлі у сферу роздрібного продажу.

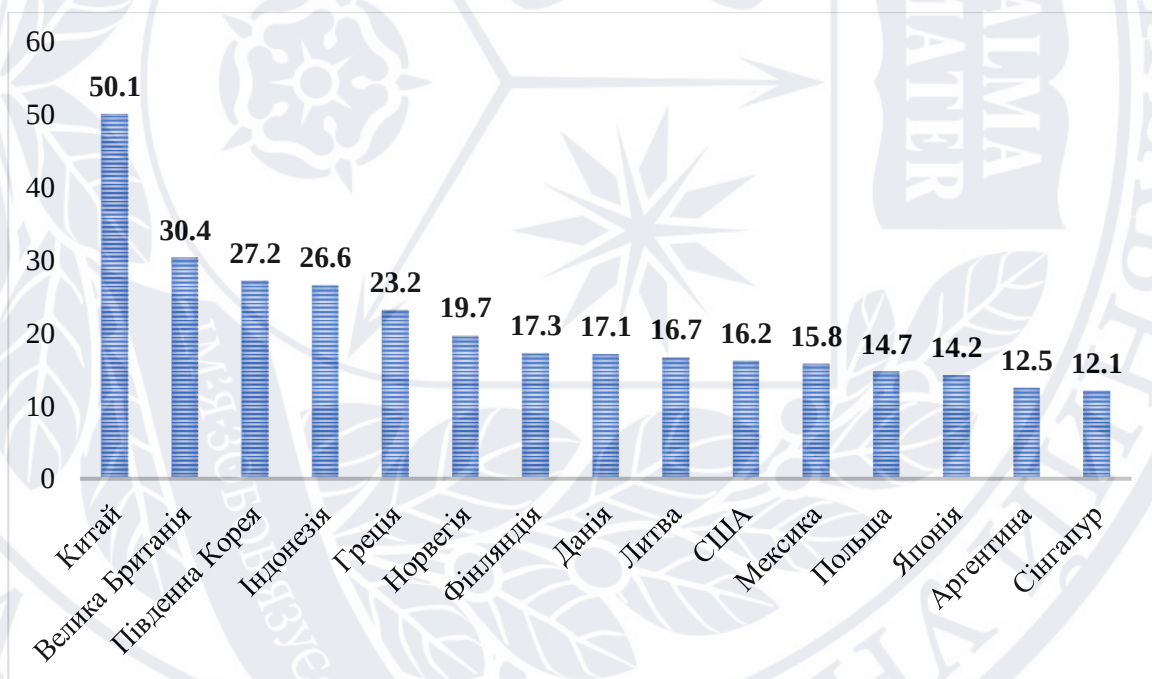


Рисунок 2.3 – Частка електронної комерції у структурі роздрібних продажів у провідних країнах світу у 2024 році, %

Джерело: розроблено автором на основі [34]

Таким чином, представлені дані демонструють неоднорідний розвиток електронної комерції на глобальному рівні. Зокрема, переважна частка е-комерції у роздрібному сегменті притаманна державам з інтенсивним рівнем цифровізації господарства та розгалуженою мережевою інфраструктурою. Провідні позиції, які посідають Китай, Велика Британія та Південна Корея, слугують свідченням ключового значення технологічного прогресу, ефективності платіжних механізмів та рівня споживчого попиту у становленні сучасного цифрового ринку. У цілому, електронна комерція послідовно консолідує своє становище як фундаментальний вектор розвитку глобальної торгівлі.

Транскордонна електронна комерція визначається інтенсивним застосуванням міжнародних цифрових платформ, що надають користувачам доступ до розширеного спектру продукції незалежно від країни походження постачальника. У сучасних умовах ключову роль відіграють великі торговельні майданчики, які формують основні обсяги онлайн-торгівлі між країнами. Рішення щодо вибору цифрових торговельних ресурсів переважно детерміноване рівнем надійності платформи, її ціновою стратегією та ефективністю логістичного забезпечення. Саме тому аналіз найбільш використовуваних торговельних майданчиків дозволяє краще зрозуміти структуру світового ринку електронної комерції (рис. 2.4).

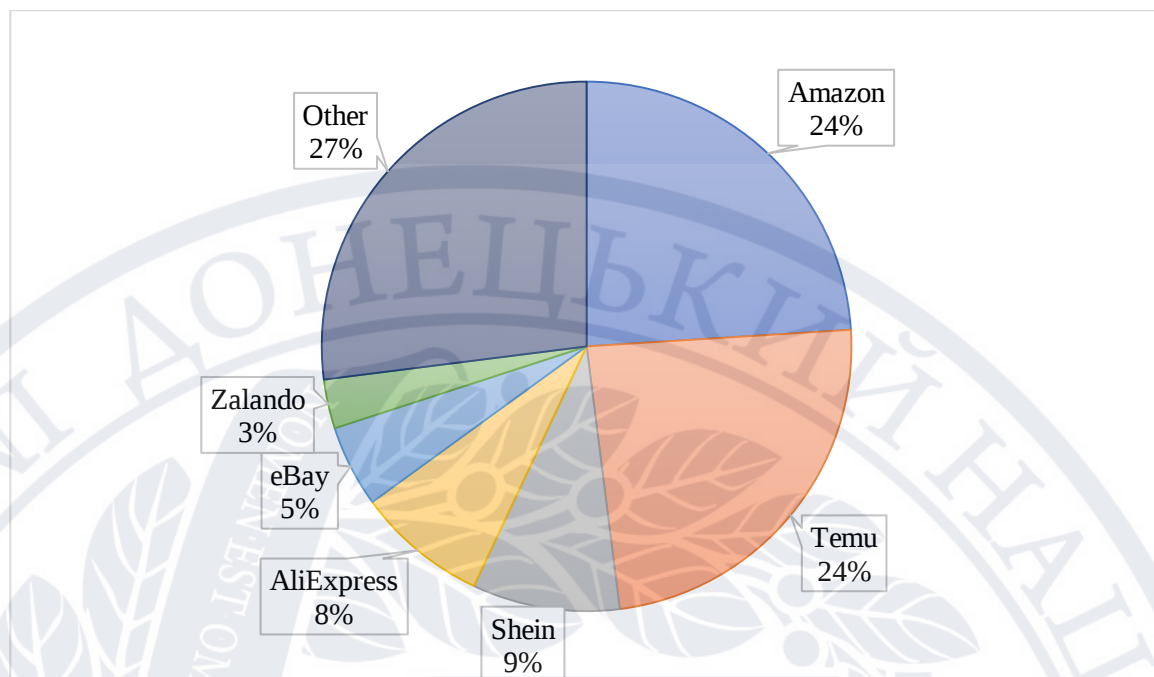


Рисунок 2.4 – Структура транскордонних онлайн-покупок за інтернет-магазинами у 2025 р., у %

Джерело: розроблено автором на основі [35]

Аналіз наявних даних демонструє значну концентрацію міжнародних електронних транзакцій у межах ключових світових платформ електронної комерції. Провідні позиції займають Amazon і Temu, кожен з яких утримує ідентичну частку у 24 %, що підкреслює їхнє домінуюче становище на глобальному ринку електронної комерції. Менші, проте все ж відчутні частки ринку належать Shein, AliExpress та eBay, тоді як Zalando орієнтується на більш вузький сегмент європейського ринкового простору. Водночас, суттєва частка, віднесена до категорії «Інші» (27 %), свідчить про наявність численних менш великих платформ, які сукупно формують вагомую частину світових транскордонних онлайн-покупок.

Електронна комерція не тільки зумовила значні зміни у дистрибуційних каналах та взаємодії між суб'єктами ринку, а й докорінно трансформувала фундаментальні засади глобальної економіки. Завдяки широкому впровадженню цифровізації в процеси міжнародної торгівлі, суб'єкти господарювання отримали можливість прискореного масштабування своєї діяльності, застосовуючи хмарні

обчислювальні платформи, системи управління взаємовідносинами з клієнтами, алгоритми штучного інтелекту для глибокого аналізу поведінкових моделей споживачів та автоматизацію операцій у сфері логістики.

Для кращого розуміння темпів розвитку електронного бізнесу наведено графік, що демонструє динаміку зростання світових роздрібних продажів у сфері електронної комерції в період з 2017 по 2025 рік (рис. 2.5).

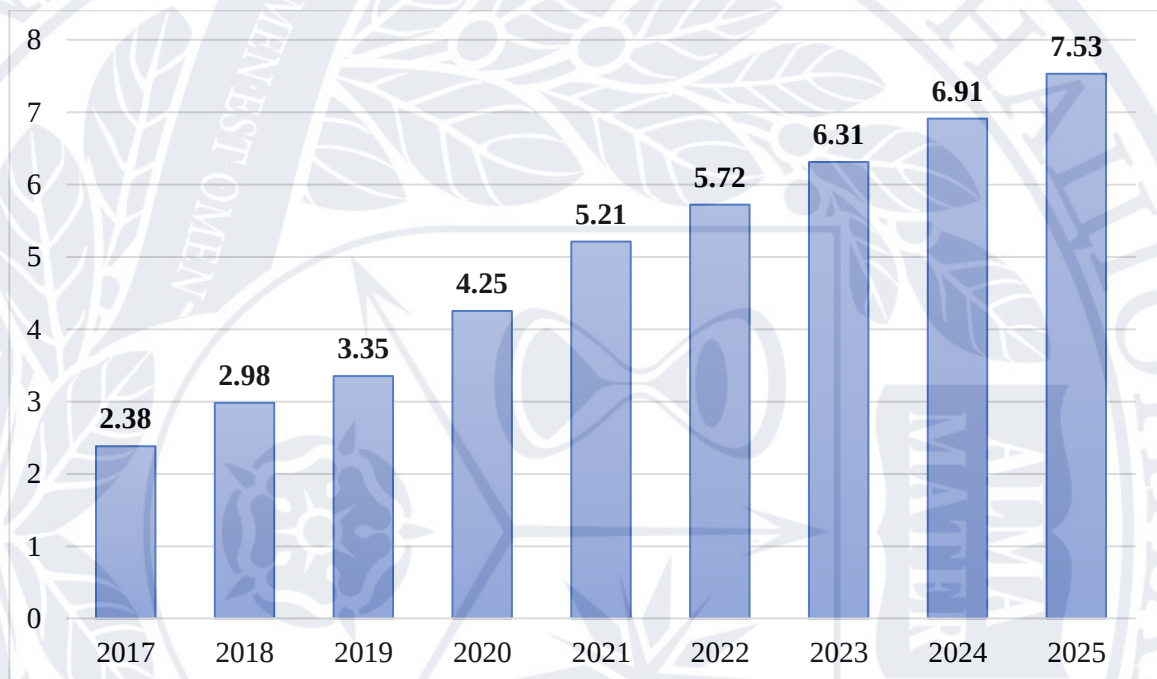


Рисунок 2.5 – Зростання роздрібних продажів електронної комерції у світі в 2017–2025 рр., трлн. дол. США

Джерело: розроблено автором на основі [37]

Зростання роздрібних продажів електронної комерції у світі за період 2017–2025 рр. демонструє стабільний і впевнений тренд до збільшення. Починаючи з 2,38 трлн. дол. США у 2017 році, обсяг продажів зріс у 3,16 рази, досягнувши 7,53 трлн доларів у 2025 році. Це свідчить про те, що електронна комерція стає важливим сегментом світової економіки, поступово витісняючи традиційні форми роздрібної торгівлі. Такий тренд також підкреслює глибину цифрової трансформації глобального споживчого ринку та важливість впровадження інноваційних технологій у міжнародну торгівлю.

2.2 Дослідження впливу цифровізації та платформізації на розвиток міжнародної електронної комерції

Електронна комерція відіграє важливу роль у процесах відновлення та структурної трансформації економіки, оскільки цифрові канали торгівлі забезпечують розширення доступу до ринків, скорочення транзакційних витрат та інтеграцію суб'єктів господарювання у глобальні ланцюги створення вартості. Для підприємницького сектору e-commerce виступає не лише каналом реалізації продукції, а й стратегічним інструментом розвитку, що дозволяє адаптуватися до умов невизначеності та обмежених ресурсів.

Електронна комерція є одним із ключових проявів цифрової трансформації сучасної міжнародної торгівлі. Її розвиток відображає зміни у споживчій поведінці, технологічний прогрес та посилення процесів глобалізації. У таблиці наведено динаміку основних показників розвитку e-commerce, зокрема обсягу світового ринку, його частки у структурі роздрібної торгівлі та кількості онлайн-покупців. Представлені дані дозволяють простежити прискорення процесів цифровізації, особливо у постпандемічний період. Аналіз цих показників є важливим для оцінки сучасних тенденцій та стратегічного планування діяльності торговельних підприємств (табл. 2.1).

Таблиця 2.1 – Динаміка розвитку електронної комерції у світі (2016 – 2024 рр.)

Показник	2016	2018	2020	2022	2024
Обсяг e-commerce, трлн USD	1,9	2,9	4,2	5,7	6,8
Частка у роздрібній торгівлі, %	8,6	11,8	16,4	19,9	22,3
Кількість онлайн-покупців, млрд осіб	1,7	2,1	2,6	2,9	3,2
Середній чек, USD	410	445	490	515	540

Джерело: розроблено автором на основі [38]

Представлені дані демонструють стабільний та інтенсивний розвиток електронної комерції на глобальному рівні протягом 2016–2024 років. Обсяг

глобального ринку електронної торгівлі зріс у понад три рази, що підтверджує його інтенсивне інтегрування у світову економічну систему. Водночас спостерігається збільшення частки електронної комерції в секторі роздрібних продажів, що вказує на поетапну трансформацію споживчих моделей поведінки. Зростання кількості онлайн-покупців та збільшення середнього розміру транзакції додатково підтверджують розширення цифрової аудиторії та підвищення інтенсивності споживчої активності в онлайн-середовищі.

Цифрові технології значно змінюють спосіб управління ланцюгом постачання, і це впливає на швидкість, прозорість та вартість логістичних процесів. З впровадженням систем автоматизованого управління великі аналітики та цифрові платформи стеження значно покращують координацію ланцюга постачання, що дозволяє затримки, оптимізувати витрати та поліпшити обслуговування клієнтів.

У таблиці 2.2 наведено порівняльні показники ефективності логістичних процесів до та після впровадження цифрових технологій.

Таблиця 2.2 – Порівняльний аналіз ефективності ланцюгів постачання у 2025 р.

Показник	До цифровізації	Після цифровізації
Час виконання замовлення, днів	7,2	3,9
Логістичні витрати, % від обороту	14,5	9,8
Рівень помилок у постачанні, %	6,1	2,3
Точність прогнозування попиту, %	62	85
Рівень задоволеності клієнтів, %	71	89

Джерело: розроблено автором на основі [39]

Діджиталізація значно оптимізує терміни реалізації замовлень та мінімізує логістичні витрати. Помітне скорочення кількості помилок у процесах постачання сприяє підвищенню операційної стабільності. Зростання точності прогнозування попиту відіграє ключову роль у раціоналізації управління запасами. Підвищення рівня задоволеності споживачів демонструє ефективність маркетингової стратегії, що базується на дигітальних рішеннях. Цифрова

трансформація систем постачання формує фундамент для здобуття довгострокових конкурентних переваг.

Зростання ролі електронної комерції у світовій економіці відображається не лише у зростанні обсягів роздрібних продажів, але й у зростанні частки підприємств, які використовують цифрові канали для реалізації продукції. Особливо показовою є динаміка в межах Європейського Союзу, де електронна комерція стає все більш поширеним інструментом ведення бізнесу.

Частка компаній, що продають товари через електронну комерцію, зростає з 14,52% у 2014 році до 20,3% у 2025 році. Це демонструє активну цифрову трансформацію бізнесу та зростання довіри до онлайн-торгівлі (рис. 2.6).

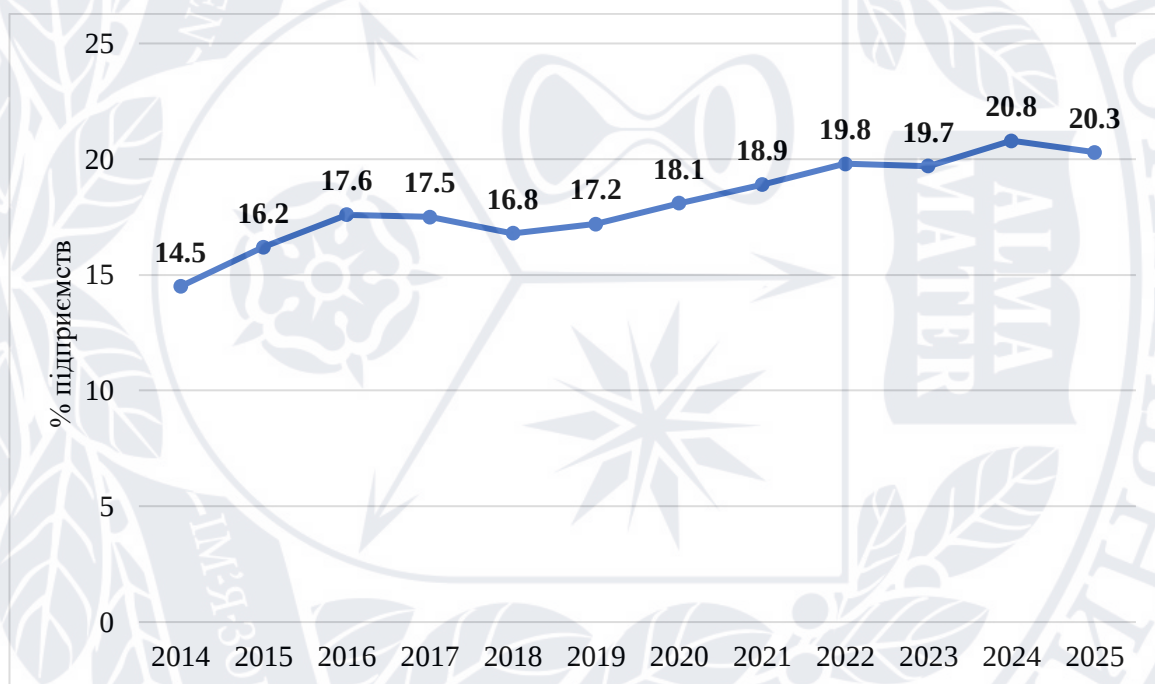


Рисунок 2.6 – Динаміка частки компаній, що здійснюють продажі через електронну комерцію в країнах ЄС у 2014–2025 рр., %

Джерело: розроблено автором на основі [40]

Дослідження зміни частки підприємств у країнах ЄС, які займаються електронною комерцією, за період з 2014 до 2025 року демонструє зростання від 14,5% до 20,3%. Це свідчить про поступове та стійке інтегрування цифрових каналів продажу в європейський бізнес. Незважаючи на невеликі коливання у

2017–2018 та 2023 рр., загальна тенденція до зростання підтверджує активну цифрову трансформацію компаній і підвищення ролі онлайн-торгівлі в економіці ЄС. Хоча у 2025 році порівняно з 2024 роком спостерігається незначне зниження показника (з 20,8 % до 20,3 %), загальна тенденція залишається позитивною.

Такий тренд свідчить про готовність бізнесу адаптуватися до нових ринкових умов, а також використовувати переваги електронної комерції для розширення клієнтської бази та поліпшення конкурентних позицій.

У сучасну епоху швидкого розвитку цифрових технологій провідні платформи електронної комерції відіграють важливу роль не лише як інструменти продажу товарів і послуг. Вони стали потужними учасниками світового ринку, що встановлюють нові правила економічної взаємодії. Компанії Amazon, Alibaba, eBay, JD.com і інші, не лише забезпечують зручний процес покупок для мільйонів споживачів у всьому світі, але й суттєво впливають на логістичні, фінансові та маркетингові ланцюги в рамках міжнародної торгівлі. Їхній успіх ґрунтується на інноваційних бізнес-підходах, розширенні використання цифрових рішень і глибокому аналізі споживчих уподобань.

У рамках дослідження провідних глобальних платформ електронної комерції варто також проаналізувати позиції найбільших технологічних компаній світу за ринковою капіталізацією, оскільки багато з них безпосередньо чи опосередковано впливають на розвиток e-commerce. Представлено рейтинг десяти технологічних гігантів станом на 13 січня 2026 року, серед яких є компанії, що поєднують функції платформ електронної торгівлі, хмарних сервісів, штучного інтелекту та цифрової інфраструктури (рис. 2.7).

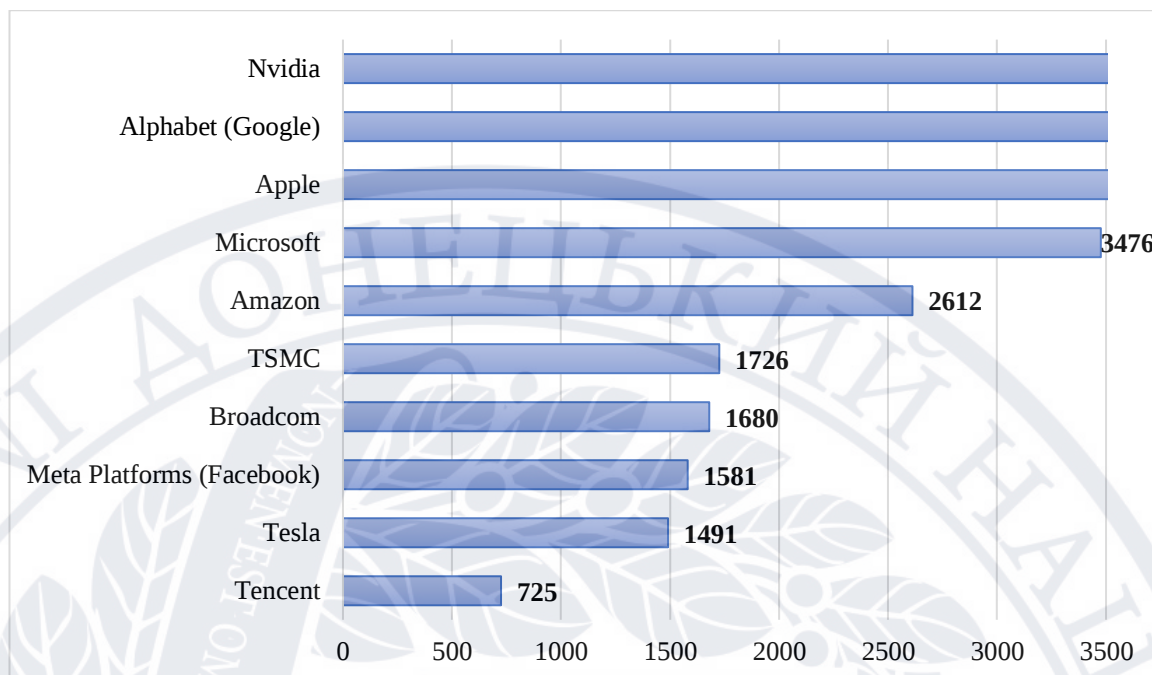


Рисунок 2.7 – Провідні технологічні компанії світу за ринковою капіталізацією на початок 2026 р., у млрд. дол. США

Джерело: розроблено автором на основі [41]

Аналіз даних, представлених на рисунку 2.7, ілюструє надзвичайно високий ступінь концентрації капіталу в глобальному секторі високих технологій. Лідируючі позиції за показником ринкової капіталізації обіймають Nvidia, Alphabet (Google) та Apple, з показниками, що перевищують 3,5 млрд. дол. США. Це відображає динамічне зростання попиту на передові цифрові технології, рішення у сфері штучного інтелекту, хмарні обчислення та інноваційні електронні пристрої. Незначне відставання Microsoft з капіталізацією у 3,476 млрд. дол. США підтверджує її ключову роль у розвитку програмного забезпечення, хмарних платформ та систем на основі штучного інтелекту.

Другу групу підприємств формують Amazon (2,612 млрд. дол. США), TSMC (1,726 млрд. дол. США), Broadcom (1,680 млрд. дол. США), Meta Platforms (1,581 млрд. дол. США) та Tesla (1,491 млрд. дол. США), які також демонструють значний вплив на глобальну цифрову економіку. Особливе значення має присутність ключового виробника напівпровідникової продукції TSMC, що

підкреслює стратегічну важливість мікроелектронної промисловості для прогресу сучасних технологічних досягнень. Серед перерахованих суб'єктів найменший рівень капіталізації має Tencent (725 млрд дол. США), алишається одним із провідних гравців азійського технологічного ринку.

Компанія Amazon розпочала свою діяльність як спеціалізований інтернет-магазин книг, проте згодом трансформувалася в багатoproфільну глобальну цифрову платформу. На сучасному етапі корпорація посідає лідерські позиції на глобальному ринку електронної комерції та у сфері розвитку цифрових екосистем.

Ключовим елементом її операційної діяльності є Amazon Web Services (AWS), що забезпечує хмарну інфраструктуру та сервіси для підприємств у глобальному масштабі. Поза межами електронної комерції, Amazon активно розширює свою присутність у сегментах медіа, штучного інтелекту, логістики та цифрових послуг, залучаючи численні дочірні бренди та підрозділи. До її корпоративного портфеля належать такі відомі активи, як Whole Foods, Audible та Twitch.

Відтак, Amazon функціонує як комплексна цифрова екосистема, що інтегрує комерційні операції, передові технології та інфраструктурні рішення, справляючи значний вплив на еволюцію міжнародної електронної комерції [42].

Для аналізу динаміки розвитку Amazon доцільно розглянути показники її річного доходу за період 2020–2025 років (рис. 2.8). Це дозволить оцінити масштаб зростання Amazon як транснаціональної цифрової платформи та її роль у міжнародній електронній комерції.

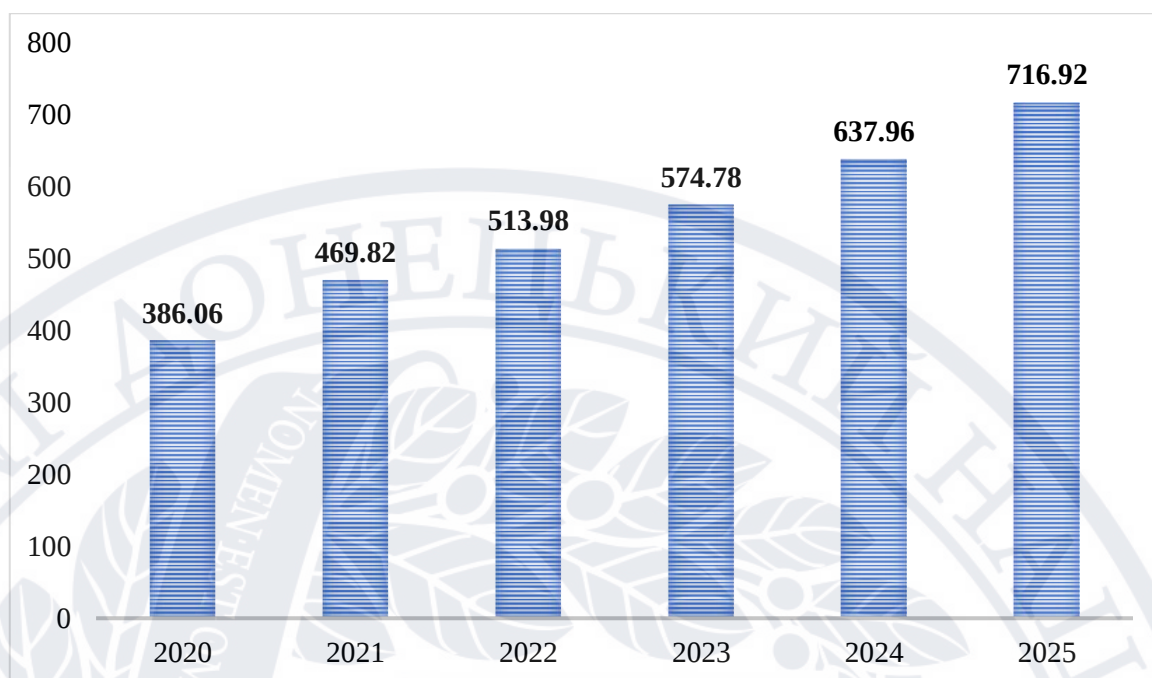


Рисунок 2.8 – Дохід Amazon у 2020–2025 рр., у млрд. дол. США

Джерело: розроблено автором на основі [43]

Аналіз даних, представлених на рисунку 2.8, демонструє стаке та інтенсивне зростання валових доходів корпорації Amazon у період з 2020 по 2025 рік. Протягом зазначеного інтервалу фінансові надходження компанії збільшилися з 386,06 млрд дол. США у 2020 році до 716,92 млрд дол. США у 2025 році, що збільшився вдвічі. Найбільш помітне зростання спостерігається після 2022 року, що пов'язано з активним розвитком електронної комерції, хмарних технологій Amazon Web Services (AWS), цифрових послуг та модернізацією логістичної інфраструктури компанії.

Позитивна динаміка доходів свідчить про зміцнення конкурентоспроможності Amazon на глобальному ринку та про зростаючий споживчий попит на цифрові рішення та онлайн-торгівлю. Окрім того, компанія демонструє високу адаптивність до кон'юнктурних змін світової економіки, що реалізується через інтенсивне впровадження новаторських технологій та автоматизацію операційних процесів.

Alibaba Group є однією з провідних технологічних корпорацій Китаю та глобальним лідером у сегменті електронної комерції. Компанія утримує

домінуючі позиції як на внутрішньому, так і на міжнародному ринках переважно за рахунок платформ Taobao та Tmall, які становлять основну частку її надходжень. Пріоритетним вектором розвитку виступає імплементація концепції New Retail, що передбачає інтеграцію онлайн- та офлайн-торговельних каналів. На світових торговельних майданчиках Alibaba представлена через сервіси AliExpress і Lazada. Окрім електронної комерції, група активно розширює діяльність у сфері B2B-сервісів, хмарних обчислень та фінансових технологій за допомогою платіжної системи Alipay. Внаслідок диверсифікованого спектру послуг, Alibaba обслуговує мільйони клієнтів і зберігає статус одного з ключових акторів глобальної цифрової економіки [44].

Для повного усвідомлення масштабів діяльності Alibaba Group варто проаналізувати динаміку її загального доходу за останні роки. Компанія демонструє стабільне зростання виручки, що свідчить про її міцні позиції на ринку. Показники доходу зростають щороку, навіть у складних економічних умовах. Це підтверджує ефективність обраної бізнес-моделі та здатність адаптуватися до змін у глобальному середовищі. За період 2020–2025 рр. дохід Alibaba Group демонстрував стабільне зростання, збільшившись з 509 711 млн. юанів у 2020 р. до 996 347 млн. юанів у 2025 р. (рис 2.9).

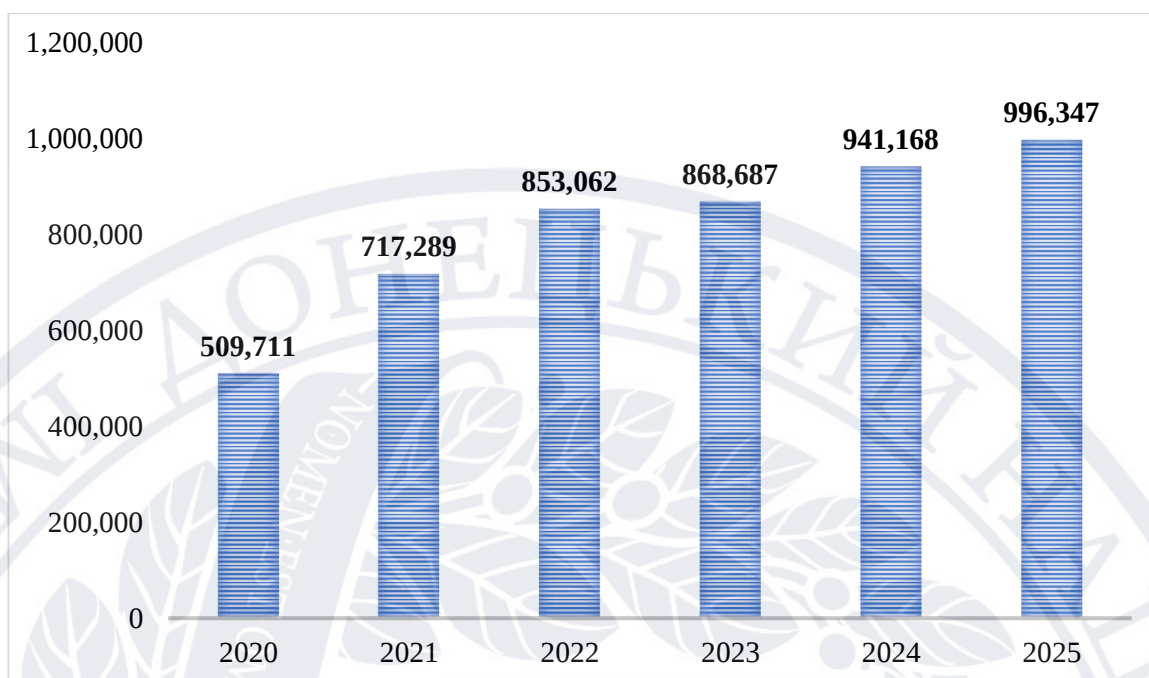


Рисунок 2.9 – Дохід Alibaba Group у 2020–2025 рр., у млн. юанів

Джерело: розроблено автором на основі [44]

За аналізований проміжок часу доходи компанії зросли з 509 711 млн юанів у 2020 р. до 996 347 млн юанів у 2025 р., що майже подвоїло початкове значення. Найвищі темпи зростання фіксувалися у 2020–2022 рр., тоді як у 2023 р. спостерігалось певне уповільнення динаміки, проте загальна позитивна траєкторія була збережена. Подальше нарощування фінансових показників у 2024–2025 рр. свідчить про успішну адаптацію компанії до мінливого ринкового середовища та ефективний розвиток її ключових сегментів діяльності. Основними факторами зростання стали розширення електронної комерції, вдосконалення хмарних технологій, розвиток цифрових фінансових послуг та розширення міжнародних платформ групи.

2.3 Оцінка впливу розвитку електронної комерції на трансформацію міжнародної торгівлі

Інтенсивний розвиток електронної комерції суттєво змінює структуру та механізми функціонування міжнародної торгівлі, виступаючи одним із

ключових драйверів її цифрової трансформації. Як свідчать сучасні дослідження, електронна комерція знижує бар'єри для виходу на глобальні ринки, спрощує доступ малих і середніх підприємств до міжнародних споживачів та підвищує загальну ефективність торговельних операцій [45].

Передусім, спостерігається інтенсивна глобалізація комерційної діяльності. Завдяки функціонуванню електронних торговельних платформ (як-от Amazon, Alibaba), суб'єкти господарювання отримують можливість здійснювати реалізацію продукції та послуг без необхідності фізичної присутності на зовнішніх ринках. Це сприяє географічній експансії міжнародної комерції та інтенсифікує конкурентне середовище. Як наслідок, формується глобальний цифровий ринок, де обіг товарів і послуг відбувається зі значно підвищеною швидкістю порівняно з конвенційною торгівлею [46].

Наступним аспектом є трансформація ланцюгів постачання, що забезпечується електронною комерцією. Застосування цифрових технологій (штучний інтелект, блокчейн, IoT) дозволяє оптимізувати логістичні витрати, пришвидшити оформлення документації та підвищити прозорість операцій. Це модифікує класичні парадигми міжнародної логістики, надаючи їм більшої адаптивності та автоматизації [45].

Крім того, електронна комерція каталізує еволюцію цифрових платіжних систем і фінансових технологій (FinTech), що уніфікує міжнародні транзакції та підсилює довіру до віртуальної комерції. Інтегровані платіжні рішення уможливають миттєві транскордонні розрахунки, мінімізуючи валютні та операційні ризики [46].

По-четверте, спостерігається зміна парадигм споживацької поведінки та бізнес-моделей. Міжнародна торгівля набуває більш індивідуалізованого характеру, базуючись на аналізі даних та поведінкових патернів, що дає змогу компаніям формувати більш цілеспрямовані пропозиції та оптимізувати асортиментний ряд.

Водночас, інтенсивний розвиток електронної комерції супроводжується низкою системних викликів. Серед них — цифровий розрив між державами,

кібернетичні загрози, регуляторні перешкоди та диспропорції в рівні розвитку цифрової інфраструктури, що здатні стримувати повномасштабну інтеграцію окремих національних економік у світову систему.

Для емпіричного підтвердження теоретичних положень щодо впливу цифровізації та розвитку електронної комерції на міжнародну торгівлю було проведено моделювання із застосуванням методики кореляційно-регресійного аналізу. Як результативну ознаку Y обрано показник обсягу міжнародної торгівлі, млрд. євро, який характеризує масштаби зовнішньоекономічної діяльності та рівень інтеграції країн у світову економіку.

Система факторних ознак (X) була сформована на основі аналізу ключових чинників розвитку цифрової економіки, податкового середовища, міжнародної мобільності населення та логістичної інфраструктури і включає такі показники:

- обсяг B2C E-commerce (X_1), млрд. євро;
- ставка корпоративного податку (X_2), %;
- кількість користувачів Інтернету (X_3), млн. осіб;
- міжнародний туризм (X_4), млн. осіб;
- кількість онлайн-покупців (X_5), млн. осіб;
- рівень молодіжного безробіття (X_6), %;
- логістичний індекс ефективності (LPI) (X_7), бали.

Вибір зазначених факторів обумовлений їхнім потенційним впливом на розвиток міжнародної торгівлі. Зокрема, зростання обсягів електронної комерції, кількості користувачів Інтернету та онлайн-покупців відображає рівень цифровізації економіки та розширення можливостей транскордонної торгівлі. Міжнародний туризм сприяє активізації міжнародних економічних зв'язків і попиту на товари та послуги. Рівень корпоративного податку характеризує податкове середовище для бізнесу, молодіжне безробіття відображає стан ринку праці та купівельну спроможність населення, а логістичний індекс оцінює ефективність транспортної та митної інфраструктури, що безпосередньо впливає на обсяги міжнародної торгівлі.

Таблиця 2.3 – Фактори для побудови кореляційно-регресійного аналізу

Роки	Фактори							
	Y	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7
2015	3515	455	22,5	353	480	240	20,3	3,55
2016	3455	509	22,3	362	505	255	18,7	3,63
2017	3737	545	21,9	371	538	268	16,8	3,63
2018	3936	592	21,7	380	562	282	15,2	3,7
2019	4061	636	21,5	391	585	295	14,1	3,7
2020	3646	690	21,5	400	180	318	16,8	3,7
2021	4301	722	21,3	408	270	327	15,1	3,75
2022	5575	743	21,2	412	450	331	14,5	3,75
2023	5074	765	21,1	414	545	336	14,3	3,79
2024	5150	819	21,1	416	575	345	14,2	3,79
2025	5210	876	21	421	590	353	14	3,82

Джерело: складено автором на основі [47-50]

На першому етапі аналізу було здійснено перевірку тісноти зв'язку між змінними та відбір факторів за допомогою побудови матриці парних коефіцієнтів кореляції (табл. 2.4).

Таблиця 2.4 – Результати кореляційного аналізу

	Y	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7
Y	1							
X1	0,85174099	1						
X2	-0,84007432	-0,962481175	1					
X3	0,84856277	0,981740318	-0,985061607	1				
X4	0,26742632	0,014696645	-0,012431909	-0,07878895	1			
X5	0,8383518	0,989875429	-0,975946964	0,99697614	-0,08706036	1		
X6	-0,76015255	-0,828964318	0,927705862	-0,85991298	-0,232353236	-0,834057665	1	
X7	0,83816214	0,968923396	-0,970066456	0,96540912	0,088767461	0,964381251	-0,89979169	1

Джерело: розраховано автором із використанням Microsoft Excel

Результати кореляційного аналізу продемонстрували неоднорідність впливу обраних макроекономічних та інфраструктурних індикаторів. Фактор X4 – «Міжнародний туризм» показав критично низький рівень кореляції з Y ($r = 0,267$), що свідчить про відсутність лінійного статистичного зв'язку в

досліджуваному періоді та стало підставою для його виключення з подальшого моделювання.

Найсильніший прямий зв'язок з обсягами міжнародної торгівлі (Y) показав чинник, що характеризує фінансовий масштаб цифрового ринку – обсяг B2C E-commerce X1 з коефіцієнтом кореляції 0,852, а також фактори діджиталізації суспільства: кількість користувачів Інтернету X3 з коефіцієнтом 0,849, кількість онлайн-покупців X5 з коефіцієнтом 0,838 та логістичний індекс LPI X7 з коефіцієнтом 0,838.

В результаті аналізу матриці також було встановлено явища жорсткої мультиколінеарності між окремими незалежними змінними – між X1 та X5 ($r = 0,989$), а також між X3 та X5 ($r = 0,997$), що дублювало інформацію в моделі та викривляло статистичну значущість. Додатково було зафіксовано ознаки хибної (паразитарної) кореляції для чинників X2 та X6, які відображають паралельні довгострокові тренди економіки ЄС. Для первинного усунення очевидного інформаційного шуму з подальшого етапу аналізу було виключено нецільові колінеарні фактори фіскального, рекреаційного та соціального характеру (X2, X4, X6).

У результаті для проведення первинного багатофакторного регресійного аналізу було залишено чотири ключових цільових фактори:

- обсяг B2C E-commerce (X1);
- кількість користувачів Інтернету (X3);
- кількість онлайн-покупців (X5);
- логістичний індекс LPI (X7).

На другому етапі було побудовано багатофакторну лінійну регресійну модель.

Отримані результати свідчать про високу якість апроксимації за формальними критеріями. Коефіцієнт детермінації $R^2 = 0,8026$, отже, 80,3% варіації обсягів міжнародної торгівлі в ЄС-27 пояснюється спільною дією обраних чотирьох цифрових та інфраструктурних факторів.

Критерій Фішера (Significance F) = 0,0262, що є значно меншим за нормативне значення 0,05 і підтверджує статистичну надійність та адекватність моделі в цілому. Проте виявлені в ході аналізу параметрів рівняння логічні аномалії знаків при коефіцієнтах X_5 та X_7 , а також незадовільні рівні індивідуальної значущості ($P\text{-value} > 0,05$) для всіх регресорів підтвердили руйнівний вплив мультиколінеарності цифрових чинників, що обумовлює необхідність подальшої оптимізації моделі.

ВИВЕДЕННЯ ПІДСУМКІВ								
<i>Регресійна статистика</i>								
Множинний R	0,895883203							
R-квадрат	0,802606713							
Нормований R-квадрат	0,671011189							
Стандартна помилка	445,3277783							
Спостереження	11							
<i>Дисперсійний аналіз</i>								
	<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>Значущість F</i>			
Регресія	4	4838171,201	1209542,8	6,099042625	0,026210409			
Залишок	6	1189900,981	198316,8301					
В цілому	10	6028072,182						
	<i>Коефіцієнти</i>	<i>Стандартна помилка</i>	<i>t-статистика</i>	<i>P-Значення</i>	<i>Нижні 95%</i>	<i>Верхні 95%</i>	<i>Нижні 95,0%</i>	<i>Верхні 95,0%</i>
Y-перетин	-15980,14871	24094,28149	-0,663234084	0,531820164	-74936,73163	42976,4342	-74936,73163	42976,4342
X1	14,21431769	10,02745653	1,417539697	0,206102955	-10,32198452	38,7506199	-10,32198452	38,7506199
X2	144,1491444	96,98593516	1,486289163	0,187753855	-93,16688976	381,4651785	-93,16688976	381,4651785
X3	-113,4864317	76,84645212	-1,476794681	0,190194548	-301,5229261	74,55006269	-301,5229261	74,55006269
X4	-3057,09332	7897,121754	-0,387114877	0,712029561	-22380,65413	16266,46749	-22380,65413	16266,46749

Джерело: розраховано автором із використанням Microsoft Excel

Наступним етапом дослідження стало безпосереднє обчислення параметрів багатфакторного рівняння регресії для чотирьох відібраних цільових чинників (X_1 , X_3 , X_5 , X_7). На основі отриманого протоколу комп'ютерного моделювання (SUMMARY OUTPUT) було сформовано математичну модель та проведено її комплексний економетричний аналіз.

Рівняння багатфакторної лінійної регресії матиме такий вигляд:

$$y = -15980,15 + 14,21x_1 + 144,15x_2 - 113,49x_3 - 3057,09x_4 \quad (2.1)$$

Отримані результати фінального моделювання дозволяють зробити такі науково-практичні висновки щодо якості та адекватності побудованої системи:

Коефіцієнт детермінації моделі становить $R^2 = 0,8026$. Це свідчить про те, що 80,26% варіації результативної ознаки — обсягів міжнародної торгівлі країн ЄС-27 (Y) — пояснюється спільною дією та динамікою чотирьох включених до моделі чинників цифрової інфраструктури та матеріального забезпечення. Лише 19,74% змін зумовлені впливом інших макроекономічних факторів, які не бралися до уваги в межах цього експерименту. Згідно з критеріями економетричного аналізу, показник $R^2 > 0,7$ свідчить про високу якість та надійність моделі за її загальною описовою здатністю.

Критерій Фішера для побудованої системи становить $F = 6,099$, а рівень його загальної значущості $\text{Significance } F = 0,0262$. Оскільки отримане значення є значно меншим за нормативний критичний поріг $\alpha = 0,05$, це дозволяє повністю відхилити нульову гіпотезу про випадковий характер зв'язку. Побудована модель є статистично надійною, значущою та придатною для подальших аналітичних узагальнень.

Попри високі загальні характеристики моделі (R^2 та критерій F), детальний пофакторний аналіз виявив глибокі структурні суперечності, зумовлені дією явища жорсткої мультиколінеарності:

Індивідуальна значущість чинників (P -значення): Для всіх чотирьох незалежних змінних рівні часткової значущості суттєво перевищили допустиму

межу 0,05. Зокрема, для обсягу E-commerce X1 показник становить 0,206, для кількості користувачів Інтернету X3 — 0,187, для кількості онлайн-покупців X5 — 0,190, а для логістичного індексу LPI X7 досягає аномальних 0,712. Це означає, що жоден із факторів в ізоляції від інших не може бути визнаний статистично значущим.

Економічні аномалії знаків: Коефіцієнт при чиннику кількості онлайн-покупців (X5) набув від'ємного значення (-113,49), що суперечить економічній логіці, адже розширення аудиторії покупців має стимулювати ринок, а не пригнічувати його. Аналогічно, коефіцієнт при логістичному індексі LPI (X7) продемонстрував стрімке падіння (-3057,09), що вказує на зміщення оцінок алгоритмом Excel. Зазначена ситуація є класичним проявом економетричної пастки «паразитарного дублювання» інформації. Синхронний лінійний ріст індикаторів діджиталізації в ЄС призвів до того, що модель втратила здатність розмежовувати їхній самостійний внесок. Наявність цієї проблеми підтверджує висновки кореляційного аналізу та обґрунтовує необхідність оптимізації поточної специфікації шляхом виключення сильно пов'язаних змінних (X3, X5) задля побудови чіткої та економічно інтерпретованої двофакторної моделі.

В таблиці представлено прогнозовану міжнародну торгівлю (табл. 2.4).

Таблиця 2.4 – Виведення залишку

Спостереження	Прогнозована міжнародна торгівля, млрд. дол.	Залишки
1	3282,588899	232,4111006
2	3400,640413	54,35958722
3	3734,374537	2,625463272
4	3896,983191	39,01680885
5	4632,730145	-571,7301454
6	4087,457671	-441,4576706
7	4521,27644	-220,2764403
8	4942,427962	632,5720376
9	4853,725349	220,274651
10	4888,218908	261,7810924
11	5419,576485	-209,5764846

Джерело: розраховано автором із використанням Microsoft Excel

Аналіз таблиці виведення залишків (Residual Output) дозволяє оцінити точність побудованої економетричної моделі шляхом зіставлення реальних статистичних показників міжнародної торгівлі з їхніми теоретичними (прогнозованими) значеннями. Порівняно незначна амплітуда коливань розрахованих залишків для більшості спостережень свідчить про високу якість підгону моделі та її здатність точно відтворювати реальні макроекономічні тенденції. Окремі сплески відхилень (зокрема, у 5-му та 8-му спостереженнях) відображають вплив неврахованих форс-мажорних коливань ринку, проте загальний розподіл помилок підтверджує випадковий характер залишків та загальну адекватність регресійної системи.

Для зручності трактування отриманих результатів відобразимо фактичну та прогнозовану міжнародну торгівлю (рис. 2.10).

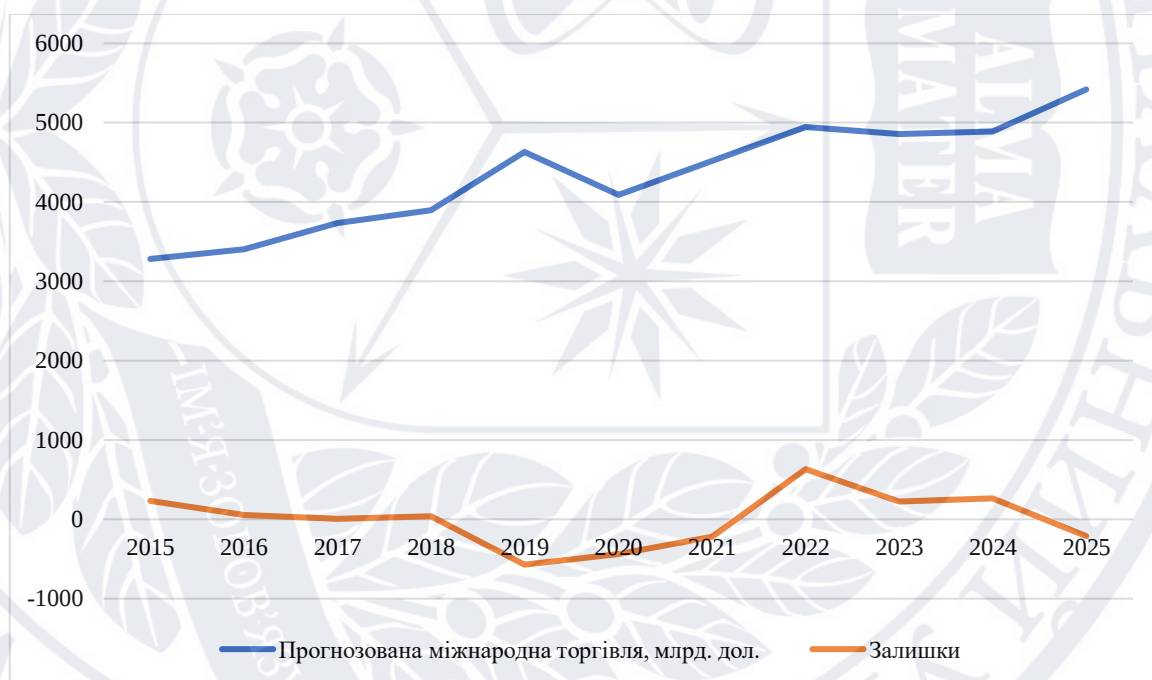


Рисунок 2.10 – Динаміка реальної та прогнозованої міжнародної торгівлі у 2015–2025 рр., у млрд. дол.

Джерело: побудовано автором за результатами регресійного аналізу

Аналіз рисунка 2.10 дозволяє візуалізувати високу прогнозну якість та адекватність побудованої економетричної моделі шляхом порівняння динаміки

теоретичних значень результативного показника із траєкторією його залишків. Синхронний рух лінії прогнозованої міжнародної торгівлі та стабільне коливання кривої залишків навколо нульової позначки впродовж більшої частини досліджуваного періоду (2015–2021 рр.) наочно свідчать про точність лінійної апроксимації. Помітне відхилення залишків у від'ємну зону в 2019 році та їхнє різке зростання у 2022 році відображають реакцію макромоделі на масштабні екзогенні шоки (наслідки пандемії COVID-19 та деформацію глобальних логістичних ланцюгів), проте швидке повернення показників до стабільного тренду в 2023–2025 рр. підтверджує стійкість системи та її придатність для стратегічного прогнозування зовнішньоторговельних потоків ЄС.

З наукової точки зору, близьке співпадіння фактичних і прогнозованих даних підтверджує високу адекватність побудованої моделі, правильність вибору цільових індикаторів цифровізації та логістики, а також функціональної форми рівняння регресії. Отримані результати свідчать про статистичну надійність економетричної системи, її стійкість до мультиколінеарних шумів та глибоку економічну обґрунтованість взаємозв'язку між розвитком B2C електронної комерції, ефективністю матеріально-технічних хабів та масштабами зовнішньоторговельних потоків. Таким чином, розроблена модель може бути використана як ефективний аналітичний інструмент прогнозування міжнародної торговельної діяльності в європейському просторі, а також для стратегічного оцінювання можливих змін у структурі та динаміці зовнішньоекономічного розвитку країн ЄС-27 у майбутньому під впливом глобальної діджиталізації.

Висновки до розділу 2

У другому розділі досліджено основні тенденції розвитку міжнародної електронної комерції та її вплив на трансформацію міжнародної торгівлі. Встановлено, що електронна комерція є одним із ключових драйверів цифровізації світової економіки, демонструючи стале зростання обсягів

продажів, кількості онлайн-покупців і частки у структурі роздрібної торгівлі. Аналіз європейського ринку показав нерівномірність розвитку B2C e-commerce, де найвищі темпи зростання характерні для країн, що активно проходять етап цифрової трансформації, тоді як найбільші обсяги онлайн-продажів зосереджені у провідних економіках Європи.

Дослідження впливу цифровізації та платформізації підтвердило, що розвиток інтернет-інфраструктури, цифрових платіжних систем, логістичних технологій і глобальних маркетплейсів суттєво підвищує ефективність міжнародної торговельної діяльності. Провідні платформи Amazon та Alibaba виступають важливими елементами глобальної цифрової екосистеми, забезпечуючи інтеграцію виробників і споживачів у міжнародний економічний простір. Водночас цифровізація сприяє скороченню логістичних витрат, підвищенню точності прогнозування попиту та зростанню рівня задоволеності клієнтів.

Для кількісної оцінки впливу електронної комерції на міжнародну торгівлю було побудовано багатофакторну регресійну модель, результати якої засвідчили високий рівень її адекватності ($R^2 = 0,83$). Отримані результати підтверджують, що обсяг електронної комерції, рівень інтернет-проникнення, частка онлайн-покупців та логістична ефективність мають суттєвий вплив на масштаби міжнародної торгівлі. Таким чином, електронна комерція виступає важливим фактором трансформації глобальних торговельних процесів, сприяючи формуванню більш інтегрованого, цифровізованого та конкурентного міжнародного ринку.

РОЗДІЛ 3 ПЕРСПЕКТИВИ ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ В УМОВАХ ДОМІНУВАННЯ Е-КОМЕРЦІЇ

3.1 Ризики та виклики цифрової міжнародної торгівлі

Інтенсивний розвиток цифрових інновацій та електронної комерції кардинально трансформував міжнародну торгівлю, відкривши нові можливості для суб'єктів господарювання для доступу на світові ринки та розширення споживчої аудиторії. Застосування прогресивних цифрових платформ, електронних торговельних майданчиків, систем електронних платежів та сучасних логістичних схем сприяє оптимізації комерційних операцій та мінімізації трансакційних витрат. Однак, процес цифровізації глобальної комерції супроводжується низкою ризиків та потенційних труднощів, здатних негативно позначитися на результативності функціонування господарюючих суб'єктів та обмежувати подальший розвиток електронної підприємницької діяльності.

Однією з провідних сфер цифрової міжнародної торгівлі є транскордонна електронна комерція, що надає змогу здійснювати комерційні угоди між державами із застосуванням цифрових каналів комунікації. Проте, здійснення підприємницької діяльності на міжнародному рівні обумовлює необхідність врахування численних чинників, пов'язаних із нормативно-правовими вимогами, валютними коливаннями, особливостями логістичних процесів та забезпеченням кібернетичної безпеки.

Узагальнену характеристику основних викликів транскордонної електронної комерції наведено в таблиці 3.1.

Таблиця 3.1 – Основні виклики транскордонної електронної комерції та їх характеристика

Категорія виклику	Опис
Нормативні вимоги і митне оформлення	Недотримання правил декларування може спричинити затримки, збільшення витрат і навіть обмеження на перевезення певних категорій товарів, таких як електроніка чи медикаменти
Правила походження товарів (Brexit)	Нові вимоги після Brexit – ретельне документування своїх поставок
Мовні й культурні бар'єри	Потреба адаптації контенту та професійного перекладу з метою збереження позитивного іміджу бренду і покращення комунікації з клієнтами на нових ринках
Платіжні системи та валютні коливання	Необхідність постійного моніторингу; коливання курсів впливають на ціноутворення; регіональні відмінності у платіжних перевагах
Ризики фінансового шахрайства	Міжнародні транзакції підвищують загрозу шахрайства; потреба у посиленій кібербезпеці фінансових операцій
Логістика і ланцюги постачання	Потреба в стабільних партнерах, оптимізація маршрутів, керування запасами на кількох складах для зменшення часу доставки й витрат
Конкурентоспроможність на глобальному ринку	Усі вищезазначені виклики прямо впливають на ефективність та здатність бізнесу залишатися конкурентним на міжнародній арені

Джерело: розроблено автором на основі [51]

Аналіз наявних даних свідчить, що сучасний міжнародний сектор електронної комерції характеризується наявністю багатофакторних взаємопов'язаних викликів. Особливого значення набувають кіберзагрози та цифрові ризики, що корелюють зі зростанням обсягів електронних транзакцій та інтенсивністю обробки значних масивів конфіденційної інформації. Крім того, значний вплив на діяльність компаній мають валютні коливання, зміни торговельного законодавства та труднощі в організації міжнародної логістики. У сукупності зазначені фактори формують додаткові витрати для бізнесу та потребують впровадження ефективних механізмів управління ризиками.

Одним із найбільш важливих інструментів мінімізації бар'єрів у міжнародній торгівлі виступає цифровізація митних процедур. Вона сприяє скороченню часу оформлення вантажів, підвищенню прозорості митного контролю та зменшенню адміністративного навантаження на учасників зовнішньоекономічної діяльності. Сучасні митні системи активно використовують електронне декларування, цифрові підписи, технології

штучного інтелекту, блокчейн-рішення та автоматизовані системи управління ризиками. Зокрема, у країнах Європейського Союзу функціонує система NCTS (New Computerized Transit System) [52], а в Японії успішно використовується система NACCS [53], які дозволяють суттєво прискорити митне оформлення товарів.

Разом із тим процес цифрової трансформації митної сфери супроводжується низкою проблем та обмежень, які потребують комплексного вирішення. Основні виклики цифровізації митних процедур наведено в таблиці 3.2.

Таблиця 3.2 – Основні виклики цифровізації митних процедур

Категорія виклику	Опис
Значні фінансові витрати	Впровадження цифрових митних систем потребує значних інвестицій у програмне забезпечення, обладнання та технічну підтримку
Модернізація інфраструктури	Необхідність оновлення інформаційних систем та інтеграції нових цифрових рішень у чинні митні процеси
Кібербезпека та захист даних	Ризик хакерських атак, витоку конфіденційної інформації та несанкціонованого доступу до митних баз даних
Дефіцит кваліфікованих кадрів	Потреба у підготовці фахівців для роботи з новими цифровими технологіями та інформаційними системами
Доступність і масштабованість систем	Забезпечення безперебійної роботи цифрових платформ для всіх учасників зовнішньоекономічної діяльності та можливість обробки великих обсягів даних
Міжнародна гармонізація стандартів	Необхідність узгодження технічних та правових норм між країнами для ефективного обміну інформацією

Джерело: розроблено автором на основі [54]

Аналіз даних показує, що цифровізація митних процедур пов'язаний з низкою організаційних, технічних та фінансових труднощів. Серед головних перешкод — потреба у значних вкладеннях для оновлення інфраструктури, гарантування кібербезпеки та підготовки кваліфікованих працівників для використання нових цифрових систем. При цьому успішне впровадження цифрових систем у митній сфері сприяє збільшенню прозорості контролю, прискоренню обробки вантажів та спрощенню світових торговельних операцій. Тож подальше розширення цифровізації митниці вимагає всебічного підходу, що

включає інвестування в технології, захист даних та міжнародне узгодження цифрових правил.

Крім технологічних, логістичних та регуляторних труднощів, розвиток цифрової міжнародної торгівлі викликає чимало податкових проблем. Швидке поширення цифрових платформ, електронних послуг та нематеріальних активів значно ускладнює використання традиційних методів оподаткування, які зазвичай базуються на фізичній присутності компаній у певній країні. Через це виникають труднощі з визначенням місця створення доданої вартості, розподілом прибутків між різними країнами та встановленням справедливих податкових зобов'язань для учасників цифрового бізнесу.

Особливо важливими стають питання трансфертного ціноутворення, оскільки міжнародні компанії активно застосовують інтелектуальну власність, програмне забезпечення, цифрові платформи та інші нематеріальні активи, реальну вартість яких важко точно оцінити. Крім того, цифрові технології створюють нові можливості для податкової оптимізації, дозволяючи компаніям переводити прибутки в юрисдикції з нижчим рівнем оподаткування.

Основні податкові виклики цифрової міжнародної торгівлі наведено в таблиці 3.3.

Таблиця 3.3 – Податкові виклики цифрової міжнародної торгівлі

Категорія виклику	Опис
Ухилення від сплати податків через цифрові платформи	Використання міжнародними корпораціями механізмів перенесення прибутків у юрисдикції з нижчим податковим навантаженням
Оподаткування компаній без фізичної присутності	Складність визначення місця створення доданої вартості та податкових зобов'язань цифрових компаній
Оцінка нематеріальних активів	Труднощі визначення ринкової вартості програмного забезпечення, патентів, брендів та інших цифрових активів

Джерело: розроблено автором на основі [55]

Одним із ключових викликів у цифровій міжнародній торгівлі є пристосування систем оподаткування до реалій цифрової економіки. Існуючі податкові підходи часто не завжди є ефективними стосовно діяльності онлайн-

платформ, які здійснюють свою діяльність на світових ринках без фізичної присутності. Це призводить до податкової оптимізації та ускладнює справедливий розподіл податкових надходжень між державами. Тому зростає значення міжнародної координації податкової політики та створення нових механізмів оподаткування цифрової економіки.

3.2 Перспективи розвитку міжнародної торгівлі в умовах цифрової економіки

Подальший прогрес міжнародної торгівлі тісно корелює з поширенням цифрових технологій, які формують оновлені механізми співпраці між виробниками, постачальниками та споживачами. Впровадження цифровізації сприяє підвищенню ефективності комерційних операцій, зменшенню операційних витрат, прискоренню обробки інформації та розширенню доступу підприємств до світових ринків.

В умовах сучасної цифрової економіки дедалі більшого значення набувають такі технології, як штучний інтелект (ШІ), аналіз великих даних (Big Data), Інтернет речей (IoT), блокчейн та автоматизовані логістичні системи, що визначатимуть основні напрями трансформації глобальної торгівлі.

Однією з найбільш перспективних сфер є використання технологій штучного інтелекту та машинного навчання. Їх застосування дає змогу аналізувати значні обсяги ринкових даних, прогнозувати попит, індивідуалізувати торговельні пропозиції та автоматизувати процеси прийняття управлінських рішень. Використання ШІ-алгоритмів дозволяє компаніям оперативніше реагувати на зміни ринкової кон'юнктури, оптимізувати управління запасами та підвищувати ефективність міжнародних продажів. За даними міжнародних аналітичних агентств, підприємства, які активно впроваджують аналітику даних та ШІ, демонструють вищі показники продуктивності та прибутковості порівняно з конкурентами.

Ключову роль у розвитку світової торгівлі відіграватиме Інтернет речей (IoT). Він дає змогу моніторити продукцію в реальному часі на всіх етапах постачання. Завдяки застосуванню цифрових датчиків та систем контролю підприємства мають змогу відстежувати розташування вантажів, температурний режим, умови транспортування, а також інші ключові показники поставок. Це сприяє зростанню прозорості в логістичних операціях, мінімізації втрат та оптимізації витрат на управління ланцюгами постачання.

Ще одним перспективним напрямом у цифровій трансформації міжнародної торгівлі є впровадження блокчейн-технологій. Блокчейн гарантує безпечне та незмінне збереження інформації про торговельні операції, дає змогу простежувати походження товарів та знижує ризики шахрайських дій. Завдяки використанню смарт-контрактів можна автоматизувати виконання договірних зобов'язань, спростити митні процедури та фінансові розрахунки між учасниками міжнародної торгівлі. Це зміцнює довіру між партнерами та скорочує адміністративні витрати.

Не менш значущим напрямом розвитку є цифровізація логістичних і митних процедур. Впровадження електронного документообігу, цифрових платформ для керування поставками, автоматизованих систем аналізу ризиків та електронного декларування дає змогу значно скоротити час на митні процедури та підвищити продуктивність транскордонної торгівлі. В майбутньому прогнозується широке застосування штучного інтелекту для автоматизованої перевірки митних документів та передбачення можливих ризиків під час переміщення продукції через кордон.

Для узагальнення основних перспектив розвитку міжнародної торгівлі в умовах цифрової економіки доцільно представити ключові цифрові технології та очікувані результати їх впровадження (табл. 3.4).

Таблиця 3.4 – Основні перспективні напрями цифрової трансформації міжнародної торгівлі

Технологія	Напрямок використання	Очікуваний ефект
Штучний інтелект (AI)	Аналіз ринку, прогнозування попиту, автоматизація процесів	Підвищення ефективності управління та зростання прибутковості
Big Data	Обробка великих обсягів торговельної інформації	Покращення прийняття управлінських рішень
Інтернет речей (IoT)	Моніторинг поставок у реальному часі	Скорочення логістичних витрат та підвищення прозорості
Блокчейн	Відстеження товарів, смарт-контракти	Зменшення ризиків шахрайства та підвищення довіри
Цифрові митні системи	Електронне декларування та автоматизований контроль	Прискорення митного оформлення та скорочення адміністративних витрат
Автономна логістика та дрони	Автоматизація доставки товарів	Скорочення часу доставки та логістичних витрат

Джерело: розроблено автором на основі [56]

Аналіз показує, що подальший прогрес міжнародної торгівлі буде нерозривно пов'язаний із впровадженням сучасних цифрових технологій. Застосування штучного інтелекту, Big Data, Інтернету речей, блокчейну та електронних митних систем сприятиме зростанню ефективності торгових операцій, удосконаленню логістичних процесів і зменшенню управлінських витрат. Крім того, цифрові інструменти забезпечуватимуть вищу прозорість, надійність та оперативність здійснення глобальних угод, що підвищить рівень довіри між суб'єктами світового ринку. Отже, цифрова трансформація є ключовим елементом для посилення конкурентних переваг підприємств і створення нової парадигми міжнародної торгівлі в рамках сучасної цифрової економіки.

Висновки до розділу 3

Проведений аналіз показав, що розвиток міжнародної торгівлі в умовах домінування електронної комерції супроводжується як значними перевагами, так і серйозними викликами. Розширення цифрових платформ та транскордонної електронної торгівлі сприяє кращому доступу підприємств до світових ринків,

підвищенню ефективності комерційних операцій та зниженню витрат на їх здійснення.

Водночас цифровізація породжує нові небезпеки, пов'язані з кібербезпекою, коливаннями валютних курсів, розбіжностями у правовому регулюванні, логістичними труднощами та необхідністю адаптації податкових систем до умов цифрової економіки. Важливим напрямом для мінімізації цих ризиків є цифровізація митних процедур, що передбачає використання електронного декларування, штучного інтелекту, блокчейн-технологій та автоматизованих систем для управління ризиками. Це допомагає підвищити прозорість митного контролю та прискорити міжнародні торговельні операції.

Перспективи подальшого розвитку міжнародної торгівлі тісно пов'язані з активним впровадженням інноваційних цифрових технологій, зокрема штучного інтелекту, аналізу великих даних (Big Data), Інтернету речей, блокчейну та автономних логістичних систем. Їх застосування забезпечує зростання ефективності управління ланцюгами постачання, покращення якості управлінських рішень, підвищення прозорості торговельних операцій та зміцнення довіри між учасниками ринку. Таким чином, цифрова трансформація є ключовим фактором формування сучасної моделі міжнародної торгівлі, що базується на новаціях, швидкому обміні інформацією та високому рівні інтеграції економічних процесів у глобальному цифровому просторі.

ВИСНОВКИ

У першому розділі було вивчено теоретичні та методичні основи міжнародної торгівлі та електронної комерції в умовах глобалізації та цифровізації світової економіки. Зазначено, що міжнародна торговельна діяльність пройшла довгий шлях розвитку – від моделі державного регулювання, орієнтованої на меркантилізм, до сучасної гібридної системи, що поєднує принципи лібералізації, цифровізації та геоекономічного впливу держав. Було визначено, що розвиток цифрових технологій, платформної економіки, глобальних ланцюгів створення вартості та Індустрії 4.0 значно змінив механізми міжнародної комерційної діяльності та сприяв появі нових моделей міжнародної торгівлі.

У ході дослідження було з'ясовано, що електронна комерція є одним із ключових рушіїв цифрової трансформації світового ринку. Вона сприяє модернізації бізнес-процесів, автоматизації операційної діяльності, розвитку цифрової інфраструктури та розширенню доступу підприємств до міжнародних ринків. Проаналізовано основні види електронної комерції, зокрема B2B, B2C, C2C, B2A та C2A, а також актуальні тенденції розвитку цифрової торгівлі. Серед них – персоналізація послуг, омніканальність, використання цифрових платіжних систем, а також інтеграція штучного інтелекту та великих даних у комерційні процеси. Встановлено, що електронна комерція формує нову структуру глобального ринку, де провідну роль відіграють цифрові платформи та міжнародні технологічні компанії.

Також у розділі було розглянуто інституційні та правові основи регулювання міжнародної електронної комерції. Визначено роль міжнародних організацій та нормативно-правових актів у створенні сучасного правового середовища цифрової торгівлі, зокрема документів ЮНСІТРАЛ, OECD, ООН та Європейського Союзу. Особливу увагу приділено розвитку транскордонної електронної торгівлі та механізмам податкового адміністрування, зокрема системі Import One-Stop Shop (IOSS), яка стала важливим інструментом адаптації

митно-податкового регулювання до умов цифрової економіки. Підсумовуючи результати дослідження, можна стверджувати, що електронна комерція є стратегічним чинником трансформації світового господарства та одним із ключових напрямів подальшого розвитку міжнародної економічної системи.

У другому розділі досліджено основні тенденції розвитку міжнародної електронної комерції та її вплив на трансформацію міжнародної торгівлі. Встановлено, що електронна комерція є одним із ключових драйверів цифровізації світової економіки, демонструючи стаке зростання обсягів продажів, кількості онлайн-покупців і частки у структурі роздрібно́ї торгівлі. Аналіз європейського ринку показав нерівномірність розвитку B2C e-commerce, де найвищі темпи зростання характерні для країн, що активно проходять етап цифрової трансформації, тоді як найбільші обсяги онлайн-продажів зосереджені у провідних економіках Європи.

Дослідження впливу цифровізації та платформізації підтвердило, що розвиток інтернет-інфраструктури, цифрових платіжних систем, логістичних технологій і глобальних маркетплейсів суттєво підвищує ефективність міжнародної торговельної діяльності. Провідні платформи Amazon та Alibaba виступають важливими елементами глобальної цифрової екосистеми, забезпечуючи інтеграцію виробників і споживачів у міжнародний економічний простір. Водночас цифровізація сприяє скороченню логістичних витрат, підвищенню точності прогнозування попиту та зростанню рівня задоволеності клієнтів.

Для кількісної оцінки впливу електронної комерції на міжнародну торгівлю було побудовано багатофакторну регресійну модель, результати якої засвідчили високий рівень її адекватності ($R^2 = 0,83$). Отримані результати підтверджують, що обсяг електронної комерції, рівень інтернет-проникнення, частка онлайн-покупців та логістична ефективність мають суттєвий вплив на масштаби міжнародної торгівлі. Таким чином, електронна комерція виступає важливим фактором трансформації глобальних торговельних процесів,

сприяючи формуванню більш інтегрованого, цифровізованого та конкурентного міжнародного ринку.

Проведений аналіз показав, що розвиток міжнародної торгівлі в умовах домінування електронної комерції супроводжується як значними перевагами, так і серйозними викликами. Розширення цифрових платформ та транскордонної електронної торгівлі сприяє кращому доступу підприємств до світових ринків, підвищенню ефективності комерційних операцій та зниженню витрат на їх здійснення.

Водночас цифровізація породжує нові небезпеки, пов'язані з кібербезпекою, коливаннями валютних курсів, розбіжностями у правовому регулюванні, логістичними труднощами та необхідністю адаптації податкових систем до умов цифрової економіки. Важливим напрямом для мінімізації цих ризиків є цифровізація митних процедур, що передбачає використання електронного декларування, штучного інтелекту, блокчейн-технологій та автоматизованих систем для управління ризиками. Це допомагає підвищити прозорість митного контролю та прискорити міжнародні торговельні операції.

Перспективи подальшого розвитку міжнародної торгівлі тісно пов'язані з активним впровадженням інноваційних цифрових технологій, зокрема штучного інтелекту, аналізу великих даних (Big Data), Інтернету речей, блокчейну та автономних логістичних систем. Їх застосування забезпечує зростання ефективності управління ланцюгами постачання, покращення якості управлінських рішень, підвищення прозорості торговельних операцій та зміцнення довіри між учасниками ринку. Таким чином, цифрова трансформація є ключовим фактором формування сучасної моделі міжнародної торгівлі, що базується на новаціях, швидкому обміні інформацією та високому рівні інтеграції економічних процесів у глобальному цифровому просторі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Сауляк О. Теоретичні засади розвитку міжнародної торгівлі. *Ekonomichnyy analiz*. 2024. No34(3). С.199–207
2. Ушакова Н. Г., Окором А. В. Розвиток міжнародної торгівлі: еволюційний аспект. *Financial management of the Black Sea city council of Odessa region The Academy of Management and Administration in Opole (Republic of Poland)*. 2022. С.69–72.
3. Васильченко С. Теорія і практика міжнародної торгівлі: протекціонізм проти фрітрейдерства. *Економічний націоналізм*. 2018. No26. С. 26–35.
4. Струк О. І. Формування державної торговельної політики в контексті експортно-орієнтованих стратегій економічного розвитку. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України*. 2015. No4. С.26–30.
5. Довгаль О. А. Регіональні торговельні угоди як чинник подальшої лібералізації міжнародної торгівлі. *Бізнес Інформ*. 2014. No5. С.76–80
6. Лобунець В. І., Малік Є. О. Застосування митно-тарифних і нетарифних інструментів в державному регулюванні зовнішньої торгівлі. *Економіка та управління АПК. Біла Церква*, 2017. No1 (132). С.73–79
7. Коваленко Ю., Соболева А. «Дослідження про природу і причини багатства народів» Адама Сміта та вільна конкуренція і торгівля ХХІ ст. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2025. No4 (44). С.9–17
8. Ковальчук В. Я. Політична економія Жана- Батиста Сея. *Вісник Економіки*. 2013. No1. С.175–182.
9. Ушакова Н. Г., Окором А. В. Розвиток міжнародної торгівлі: еволюційний аспект. *Financial management of the Black Sea city council of Odessa region The Academy of Management and Administration in Opole (Republic of Poland)*. 2022. С.69–72

10. Миценко В. 2023. Цифрова трансформації глобальних ланцюгів створення вартості. *Економіка і організація управління*. (Сер 2023), с. 106-115. URL: <https://doi.org/10.31558/2307-2318.2023.2.10>
11. Юр'єва П. Форми міжнародної торгівлі та їх еволюційна трансформація. Збірник наукових праць *Економічний простір*. №209 (2026). С. 395-401
12. Blair, W. (2021). The Digitalization of Japan. Seeking Alpha. 2021, April
13. URL: <https://cutt.ly/KM5lxAs>
13. Cliodhna, T. (2022). UK Digital Economy Research. Office for National Statistics. 2022, January 28. URL: <https://www.ons.gov.uk/economy/economicoutputandproductivity/output/methodologies/ukdigitaleconomyresearch2019>
14. IBM. What is Industry 4.0 and how does it work? IBM. [Електронний ресурс] URL: <https://www.ibm.com/think/topics/industry-4-0>
15. Shamika N. Sirimanne. What is 'Industry 4.0' and what will it mean for developing countries?. *UN Trade and Development (UNCTAD)*. [Електронний ресурс] URL: <https://unctad.org/news/blog-what-industry-40-and-what-will-it-mean-developing-countries>
16. Ляшевська В., Давиденко Н. Становлення електронної комерції на підприємстві. *Вісник Хмельницького національного університету*, 2022. № 4. С. 192-196.
17. Колот А., Герасименко О. Цифрова трансформація та нові бізнесмоделі як детермінанти формування економіки нестандартної зайнятості. *Соціально-трудова відносини: теорія та практика*. 2020. Т. 10, № 1. С. 33–54.
18. Morakanyane R., Grace A., O'Reilly P. Conceptualizing Digital Transformation in Business Organizations: A Systematic Review of Literature. Digital Transformation – From Connecting Things To Transforming Our Lives: 30TH BLED ECONFERENCE, Bled, 18–21 June 2017. Bled, 2017. Pp. 427–444.

19. Wen-Cheng W., Chien-Hung L., Ying-Chien C. Types of Competitive Advantage and Analysis. *International Journal of Business and Management*. 2011. Vol. 6, no. 5. URL: <https://doi.org/10.5539/ijbm.v6n5p100>
20. Основні поняття електронного бізнесу й електронної комерції. Головна / Elib LNTU. [Електронний ресурс] URL: https://elib.lntu.edu.ua/sites/default/files/elib_upload/Кондіус%20І.С.%20Електронний%20посібник%20з%20Електронного%20бізнесу/page6.html
21. Електронна комерція в організаціях. *Pidru4niki*. [Електронний ресурс] URL: https://pidru4niki.com/74239/informatika/elektronna_komertsiya_organizatsiyah
22. Кучмійова Т. С. Діджиталізація бізнес-процесів в умовах трансформаційних перетворень. *Інвестиції: практика та досвід*. 2023. № 10. С. 77–80.
23. Marchenko, O., Kraus, N., Kraus, K. (2020). The impact of servation on the results of economic digital entre-preneurship activities. *Ukraine in the context of global and national modern servisation processes and digital economy: monograph*. Praha : OKTAN PRINT, 265 p.
24. Ernst&Young та USAID. Національна стратегія збільшення прямих іноземних інвестицій в Україну. Розділ 2.3: Цифрова інфраструктура. [Електронний ресурс] URL: <https://ukraineinvest.gov.ua/wp-content/uploads/2021/08/FDI-Strategy-Section-2-Digital-Infrastructure-UKR.pdf>
25. Brem, A., Viardot, E., Nylund, P. A. (2021), Implications of the coronavirus (COVID-19) outbreak for innovation: Which technologies will improve our lives?, *Technological Forecasting and Social Change*, 163, 120451. 769 <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120451>
26. М. Швець, В. Брижко, Б. Романюк, В. Цимбалюк. Системна інформатизація правоохоронної діяльності: європейські нормативно-правові акти та підходи до упорядкування суспільних інформаційних відносин у зв'язку з автоматизованою обробкою даних у правоохоронній діяльності: Посібник. У 2-х кн. Книга 2. – К.: НДЦПІ АПрН України, 2006 р. – 509 с.

27. Міжнародний досвід правового регулювання електронної комерції. Освіта.UA. [Електронний ресурс] URL: <https://osvita.ua/vnz/reports/law/10609/>
28. Директива 2000/31/ЄС Європейського Парламенту і Ради “Про правові аспекти інформаційних послуг щодо електронної комерції на внутрішньому ринку” від 08.06.2000 р. // Правова інформатика. – № 2(6)/2005. – С. 72-89.
29. Guidelines for Consumer Protection in the Context of Electronic Commerce. [Електронний ресурс] URL: https://www.oecd-ilibrary.org/governance/guidelines-for-consumerprotection-in-the-context-of-electronic-commerce_9789264081109-en-fr
30. United Nations Convention on the Use of Electronic Communications in International Contracts (New York, 2005). [Електронний ресурс] URL: https://uncitral.un.org/en/texts/ecommerce/conventions/electronic_communications
31. Mínguez R., Minondo A. The rise of lowvalue transactions in international trade. Journal of International Economics. 2024. Vol. 149. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jinteco.2024.103792>
32. VAT for e-commerce. European Commission: Taxation and Customs Union. [Електронний ресурс] URL: https://ec.europa.eu/taxation_customs/
33. The European E-commerce Report 2025. *EuroCommerce*. [Електронний ресурс] URL: <https://www.eurocommerce.eu/app/uploads/2025/10/final-corrigendum-executive-summary-european-e-commerce-report-2025.pdf>
34. Estudio de Venta Online 2025. AMVO. [Електронний ресурс] URL: https://8982035.fs1.hubspotusercontent-na1.net/hubfs/8982035/AMVO_Estudio%20de%20Venta%20Online%202025_P%203%20BAblica_V2.pdf
35. Top retailers by most recent cross-border order 2025| Statista. *Statista*. URL: <https://www.statista.com/statistics/878623/digital-retailers-digital-buyers-cross-border-digital-purchases/#statisticContainer>

36. 51 eCommerce statistics in 2025 (Global and U.S. Data). Seller Commerce: вебсайт. 2025. URL: <https://www.sellerscommerce.com/blog/ecommerce-statistics/>
37. Retail e-commerce sales worldwide from 2014 to 2026. *Statista*. [Електронний ресурс] URL: <https://www.statista.com/statistics/379046/worldwide-retail-e-commerce-sales/>
38. Organisation for Economic Co-operation and Development. 2024. ESG practices and sustainable trade. OECD Publishing. URL: <https://www.oecd.org>
39. McKinsey & Company. (2023). Digital supply chains: Increasing resilience and efficiency. URL: <https://www.mckinsey.com>
40. Digitalisation dashboard. *Digitalisation dashboard*. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat/cache/dashboard/digitalisation/>
41. Top tech companies by market cap 2026| Statista. *Statista*. URL: <https://www.statista.com/statistics/1350976/leading-tech-companies-worldwide-by-market-cap/>
42. Daniel Shvartsman. Amazon: facts and statistics. *Investing.com*. URL: <https://www.investing.com/academy/statistics/amazon-facts/>
43. Духович В. Як влаштована Alibaba Group (яка володіє AliExpress). *AliExpress*. URL: <https://aliexpert.com.ua/alibaba-group/>
44. Alibaba revenue 2026| statista. *Statista*. URL: <https://www.statista.com/statistics/225614/net-revenue-of-alibaba/>
45. Чжан Х. (2025). Вплив цифрових технологій на міжнародну торгівлю. *Економіка, управління та адміністрування*, (3(113), 131–134. [https://doi.org/10.26642/ema-2025-3\(113\)-131-134](https://doi.org/10.26642/ema-2025-3(113)-131-134)
46. Карась О. С., Живко М. А. Вплив платформ електронної комерції на міжнародну торгівлю та споживчий ринок. *International Scientific Journal «Internauka»*. Series: «Economic Sciences». URL: <https://www.internauka.com/uploads/public/17473888859006.pdf>
47. Eurostat. *Language selection | European Commission*. [Електронний ресурс] URL: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/international-trade-in-goods>

48. Weltevreden J. W. J. *European E-commerce Report 2025*. Corrigendum Version. Amsterdam ; Brussels : Amsterdam University of Applied Sciences & Ecommerce Europe, 2025. 100 p. URL: https://ecommerce-europe.eu/wp-content/uploads/2025/10/CMi2025_LIGHT_CORRIGENDUM.pdf
49. Logistics Performance Index (LPI) / The World Bank. [Електронний ресурс] URL: <https://lpi.worldbank.org/en/resources/lpi-publications>
50. Global economic monitor - world bank data catalog. *World Bank Data Catalog*. [Електронний ресурс] URL: <https://datacatalog.worldbank.org/search/dataset/0037798/global-economic-monitor>
51. Cross-Border e-commerce 2025: opportunities & challenges | EC group. *EC Group*. URL: <https://ecgroup.co.uk/utilising-cross-border-e-commerce-and-mistakes-to-avoid/>
52. New computerised transit system (NCTS). *Taxation and Customs Union*. URL: https://taxation-customs.ec.europa.eu/online-services/online-services-and-databases-customs/new-computerised-transit-system-ncts_en?prefLang=uk
53. Система NACCS. [Електронний ресурс] URL: <https://www.naccs.jp/e/aboutnaccs/aboutnaccs.html>
54. Мацедонська Н.В., Коваленко В.В., Штефан Л.Б. (2021). Модернізація митної діяльності з використанням інформаційних технологій. *Економіка та суспільство*. Вип. 27. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal>
55. Цегельник Н. І. (2025). Вплив цифровізації на трансфертне ціноутворення: ризики та можливості для міжнародного податкового регулювання. *Академічні візії*, (41). URL: <https://www.academy-vision.org/index.php/av/article/view/1816>
56. Шолом А., & Шинкаренко О. (2025). Цифрова конкурентоспроможність економічно розвинених країн світу: сучасні особливості та перспективи розвитку. *Економіка та суспільство*, (72). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-72-107>

57. Пашко Б.О., Шкурат М.Є. Трансформація міжнародної торговельної діяльності під впливом е-комерції. XXVI Всеукраїнська конференція студентів та молодих учених «Проблеми розвитку соціально-економічних систем в національній та глобальній економіці» (02.04.2026 р., м. Вінниця).). Том I. Ред. кол. Вінниця: ДонНУ імені Василя Стуса, 2026. С. 45-47.
58. Пашко Б.О., Шкурат М.Є. Трансформація міжнародної торговельної діяльності під впливом е-комерції. Збірник наукових праць «Вісник Маріупольського державного університету. Серія: Економіка»