

ВПЛИВ Е-ТОРГІВЛІ НА ГЛОБАЛІЗАЦІЙНІ ПЕРЕТВОРЕННЯ У СВІТІ ТА В УКРАЇНІ

Розглянуто різні підходи науковців до впливу е-торгівлі на глобалізаційні перетворення у світі та в Україні. Проаналізовано тенденції світового економічного розвитку і виявлено прямий зв'язок між економічним зростанням та торгівлею. Досліджено динаміку частки роздрібної е-торгівлі за регіонами та визначено регіональну частку е-торгівлі в роздрібній торгівлі. Здійснено аналіз країн зі швидким зростанням е-торгівлі, рівнем проникнення інтернету та кількістю е-користувачів. Прیدілено увагу розгляду ринкової капіталізації провідних підприємств е-торгівлі з капіталізацією в усьому світі та досліджено найбільші підприємства е-торгівлі у світі та в Україні, встановлено їхній вплив на глобалізаційні перетворення. Виявлено, що найсильніші економіки світу та найбільші е-підприємства світу не завжди відкриті до глобалізаційних перетворень.

Ключові слова: е-торгівля, глобалізація, маркетинг, е-користувач, лібералізація торгівлі.

ВСТУП. Інтеграція національних економік у глобальну економічну систему була однією з найважливіших подій минулого століття. Цей процес інтеграції, який часто називають глобалізацією, матеріалізувався у надзвичайному зростанні торгівлі між країнами. Доступ до інтернету та його впровадження швидко зростають в усьому світі, а відповідно і поширення цифрових технологій щорічно збільшується. Завдяки безперервній цифровізації сучасного життя споживачі майже з усіх країн здійснюють покупки щодня. Пандемія коронавірусу (COVID-19) продовжує суттєво впливати на е-торгівлю та поведінку споживачів в інтернеті в усьому світі. Оскільки мільйони людей залишилися вдома на початку 2020 р., щоб стримувати поширення вірусу, то цифрові канали стали популярною альтернативою офлайн середовища. Поява інноваційних технічних доробок спричинила зародження нового середовища, яке містить МЕТА-всесвіт, NFT (сертифікати цифрової власності) тощо. У результаті цих перетворень відбуваються зміни глобалізаційних масштабів на всіх рівнях економічної діяльності та маркетингової зокрема.

Метою статті є визначення ступеня впливу е-торгівлі на глобалізаційні перетворення у світі та в Україні.

ОГЛЯД ЛІТЕРАТУРИ. Визначним дослідниками і авторами впливу торгівлі є Ж. Франкель та Д. Ромер. Питанням аналізу впливу е-торгівлі на глобалізаційні перетворення присвячено численні наукові праці як зарубіжних, так і вітчизняних дослідників, зокрема: Ф. Алькала, П. Джонсон, С. Дурлауф, Ж. Темпл, А. Чіконе. Розглянемо теоретичне підґрунтя впливу е-торгівлі на глобалізаційні перетворення.

Варто зазначити науковців, які займалися дослідженням впливу торгівлі на глобалізаційні перетворення. Розглянемо загальне поняття "торгівля" до 2003 р., оскільки вплив е-торгівлі (ототожнюється з терміном "електронна торгівля") на глобалізаційні перетворення до цього періоду вважається недостатньо дослідженим. Першопрохідцями у вивченні впливу торгівлі на зростання ВВП та пришвидшення глобалізаційних перетворень є Ж. Франкель та Д. Ромер (1999) [1]. Дослідники, Ж. Франкель і Д. Ромер, використовували географію як проксі для торгівлі, щоб оцінити вплив торгівлі на зростання економіки країни. Це класичний приклад так званого підходу інструментальних змінних. Ідея полягає в тому, що географія країни постійна і в основному впливає на національний дохід через торгівлю. Таким чином, помічено, що відстань країни від інших країн є потужним провісником економічного зростання (після врахування інших

характеристик), отже, торгівля впливає на економічне зростання та збільшення впливу глобалізації. Дотримуючись цієї логіки, Ж. Франкель і Д. Ромер знайшли докази сильного впливу торгівлі на економічне зростання.

Зазначимо науковців, які застосували підхід до розширеного аналізу впливу е-торгівлі на глобалізаційні перетворення, а зокрема: Ф. Алькала та А. Чіконе (2004) [2]; С. Дурлауф, П. Джонсон та Ж. Темпл (2005) [3]. Їхні роботи свідчать про те, що е-торгівля є одним із факторів, що впливають на середній національний дохід (ВВП на душу населення) і макроекономічну продуктивність (ВВП на одного працівника) у довгостроковій перспективі, посилюючи глобалізаційні зв'язки між країнами [4].

Існує також й інший погляд науковців, які були антиглобалістами, серед яких можна назвати І. Валлерстайна, Н. Чомскі, С. Амін та П. Бурдьє. Вони вважали, що міжнародна торгівля призвела до несприятливих змін в економічних і фінансових сферах країн, що розвиваються.

Ряд українських вчених присвятили свої праці вивченню впливу е-торгівлі на глобалізаційні перетворення. Зазначимо деяких з них, це: Я. Тертечний (2021) [5]; Р. Моторин (2021) [6]; О. Яценко, А. Грязина, О. Шевчик (2019) [7]; Т. Марусей (2018) [8]; У. Балик, М. Колісник (2014) [9]. Також багато вчених присвятили свої дослідження вивченню впливу лібералізації торгівлі на економічне зростання країн. Лібералізація торгівлі є однією з концепцій глобалізації. Є. Ніколаєв та В. Волощенко (2004) вважають, що розвиток сучасної світової економіки визначається такими трьома глобальними тенденціями, як регіоналізація, лібералізація та інтеграція [10].

У "Фінансовій енциклопедії" (2021) представлено таку тезу: "Результат лібералізації торгівлі та інтеграції між країнами – глобалізація". Отже, можна дійти висновку, що безсумнівно торгівля, у тому числі й е-торгівля, мають тісний зв'язок. Саме торгівля стала первинним чинником пришвидшення глобалізації [11]. Проте в працях зазначених авторів не визначено ступінь впливу е-торгівлі на глобалізаційні перетворення.

МЕТОДОЛОГІЯ. В основу представленого дослідження покладено принципи наукового контент-аналізу, методи зіставлення, синтезу інформації з наукових джерел, узагальнення існуючих теоретичних підходів до впливу е-торгівлі на глобалізаційні перетворення.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ. Стабільність економічної системи та глобалізаційних перетворень значною мірою визначається якістю структури експорту країни. Глобалізація уможливила та посилила розвиток міжнародної торгівлі, фінансів або міграції робочої сили, які є

зразковими сферами, де країни мають знаходити спільні рішення та співпрацювати одна з одною. Одним із наслідків глобалізації є те, що різкі зміни в одній країні впливають на інші країни. Наприклад, Brexit змінив ситуацію не лише у Великій Британії, але й в усьому Європейському Союзі. Із 2020 р. світ пережив дві кризи, які мали величезний вплив на світову економіку. По-перше, коли почав поширюватися коронавірус (COVID-19), компанії та магазини по всьому світу були змушені закритися, що призвело до глобального економічного спаду. Коли

економіка повільно почала оговтуватися від наслідків COVID-19, російське вторгнення в лютому 2022 року призвело до зростання інфляції. У 2021 р. вартість світової торгівлі товарами, експортованими по всьому світу, становила приблизно 22,3 трлн дол. США в поточних цінах. Для порівняння, у 2000 р. ця цифра становила близько 6,45 трлн дол. США [12]. Зростання вартості товарів, що експортуються та імпортуються по всьому світу, відображає розвиток міжнародної торгівлі, глобалізацію та технологічний прогрес (рис. 1).

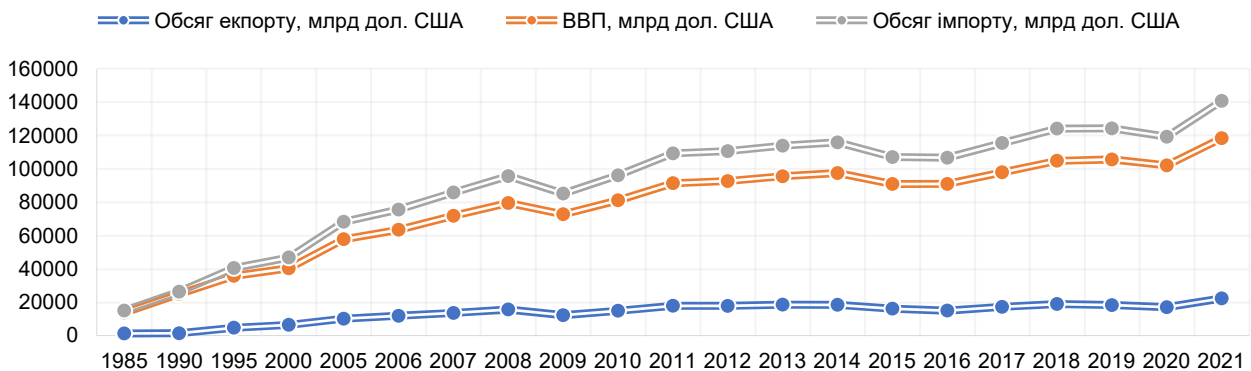


Рис. 1. Тенденції світового економічного розвитку з 1985 по 2021 роки

Джерело: складено автором за [13-14].

Незважаючи на спадання темпів світової економіки в 2020 р. після пандемії COVID-19, глобальний ВВП зріс протягом останніх десятиліть і, як очікується, продовжуватиме зростати протягом наступних років. У 2020 р. світовий ВВП становив близько 85,24 трлн дол. США, що майже на 2 трлн менше, ніж у 2019 р. До 1870 р. загальний обсяг світового експорту становив менше 10 % світового виробництва. Сьогодні вартість експортованих товарів у всьому світі наближається до 25 %. Це означає, що за останні сто років економічного зростання глобальна торгівля зросла майже пропорційно.

Сполучені Штати були країною з найбільшим валовим внутрішнім продуктом у 2021 р., випереджаючи Китай, Японію та Німеччину. Якщо дивитися на торгівлю, Китай став найбільшою країною-експортером протягом останніх десятиліть, з експортом на суму близько 3,4 трлн дол. США в 2021 р., майже вдвічі більше, ніж у Сполучених Штатах. Тим часом США були провідною країною імпорту. Глобальний валовий внутрішній продукт (ВВП) становив майже 95 трлн дол. США у 2021 р., причому в Сполучені Штати припало понад 1/5 частини. До 12 найбільших економік світу входять усі економіки Великої сімки (G7), а також чотири економіки БРИКС і Південна Корея, хоча США незмінно залишаються найбільшою економікою світу з часів Другої світової війни.

Бачимо, що існує пряма залежність між економічним зростанням і торгівлею: країни з вищими темпами зростання ВВП зазвичай також мають і вищі темпи зростання торгівлі. Однак високий темп зростання не обов'язково призводить до всіх позитивних результатів, і часто негативно впливає на темпи інфляції. Значне зростання ВВП призводить до зниження безробіття, однак нижче безробіття часто призводить до вищих темпів інфляції через те, що попит зростає набагато вищими темпами, ніж пропозиція, і, як наслідок, відповідно зростають ціни.

За останні кілька років е-торгівля стала невід'ємною частиною глобальної системи торгівлі. Е-торгівля становить приблизно 19,6 % світових продажів станом на 2021 р. і є невід'ємною складовою економічних показників. Згідно з прогнозами Statista онлайн-сегмент становитиме близько чверті загальних світових продажів до 2026 р. У 2021 р. понад 3 млрд користувачів придбали товари чи послуги в інтернеті, і протягом того ж року світові продажі в електронній мережі перевищили 4,9 трлн дол. США. Statista прогнозує, що ці дані зростуть на 50 % протягом наступних чотирьох років і досягнуть приблизно 7,4 трлн дол. США до 2025 р.

За даними Statista населення світу становить 7,91 млрд (січень 2022 р.), при цьому річний приріст становить 1 %, а кількість користувачів інтернету за останні 10 років зросла з 2,18 до 4,95 млрд, тобто щорічний приріст у середньому дорівнює 8,6 %. Проникнення інтернету в 2022 р. становить 62,5 % від всього населення світу [15]. Кількість унікальних користувачів досягне 5,31 млрд до початку 2023 р. Дані показують, що кількість користувачів інтернету зросла на 192 млн (+4 %) за останній рік, але постійні обмеження на дослідження та перешкоди через COVID-19 спричинили істотні похибки в дослідженнях [16]. На рис 2 видно, що Азія має найвищий дохід від роздрібною е-торгівлі, другий регіон – Америка, 1,1 трлн дол. США. Аналіз, проведений за допомогою механізму прогнозування, розробленого BDO США (BDO USA's proprietary Forecast Engine) за понад 20 000 оцінками 419 публічних компаній, зосереджених у 24 галузях, показує, що роздрібна онлайн-торгівля постраждала найменше й демонструє найкращі показники зміни ЕВІТ проти показників TEV. Роздрібна торгівля онлайн також перевищила показники довгострокових прогнозів ЕВІТ за зростанням прогнозів на 26 % у період з лютого 2020 р. по січень 2021 р.



Рис. 2. Динаміка частки роздрібної е-торгівлі за регіонами, млрд дол. США

Джерело: складено автором за [17].

Недавнє дослідження показує, що в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні е-торгівля становила половину роздрібних продажів у 2020 р., що робить цей регіон лідером серед інших. Частка е-торгівлі в роздрібній торгівлі в Північній Америці та Європі слідує за Азіатсько-Тихоокеанським регіоном з 20 % і 16 %, відповідно.

Очікується, що до 2025 р. частка е-торгівлі в роздрібних продажах в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні зросте на 10 % і досягне 61 %, що є найбільш очікуваним зростанням серед інших регіонів. І навпаки, прогнозується, що частка е-торгівлі в роздрібній торгівлі зросте на 6 % у Північній Америці та на 3 % в Європі за п'ять років (рис. 3).

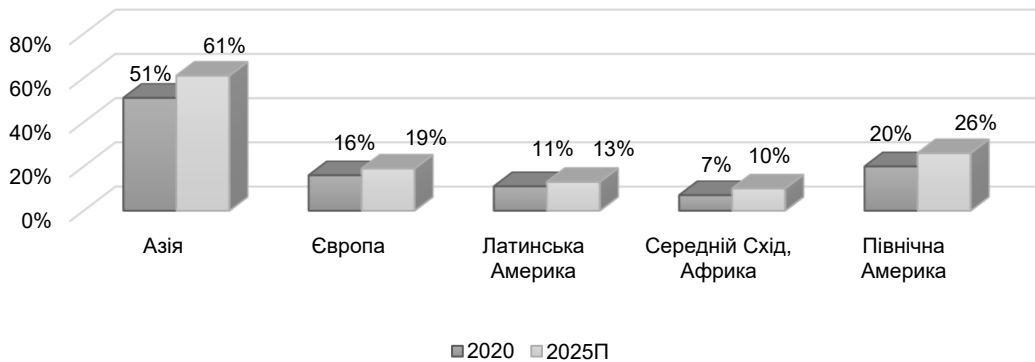


Рис. 3. Регіональна частка е-торгівлі в роздрібній торгівлі в 2020 р. з прогнозом на 2025 рік

Джерело: складено автором за [18].

Цікавим виявився той факт, що країни зі швидким зростанням е-торгівлі відрізняються від переліку країн-лідерів е-торгівлі, що свідчить про перенасичення ринків

товарами, тобто пропозиція переважає попит. Спробуємо з'ясувати залежність розвитку е-торгівлі та проникнення мережі Інтернет у світі (рис. 4).

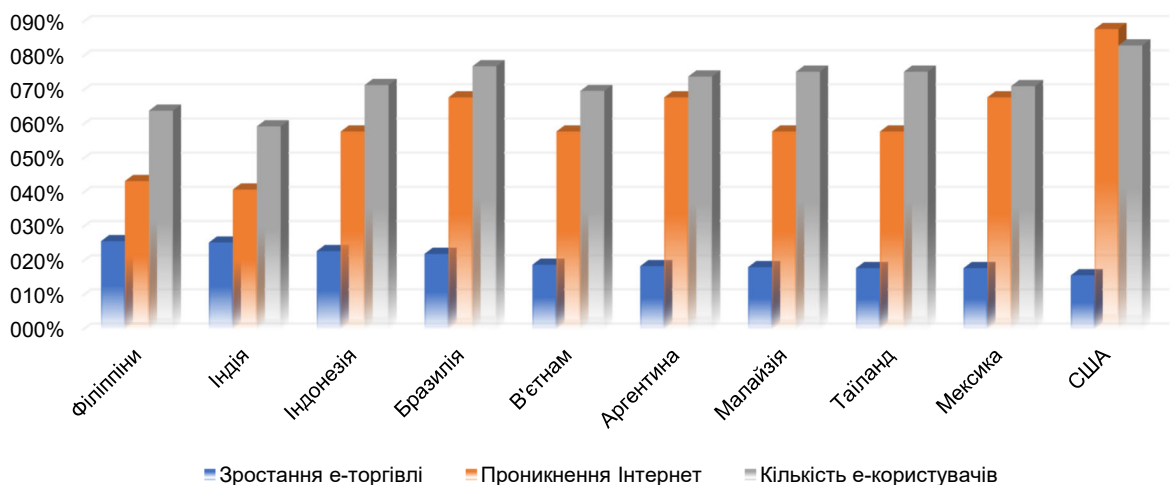


Рис. 4. Країни зі швидким зростанням е-торгівлі, рівнем проникнення інтернету та кількістю е-користувачів у 2022 р.

Джерело: складено автором за [19].

Отже, можна зробити висновки, що проникнення мережі Інтернет від 40 % та позитивна динаміка зростання е-користувачів від 60 % є головним моментом розвитку е-торгівлі. Також зауважимо, що середньосвітовий рівень проникнення мережі Інтернет становить 53 %, а середні показники кількості е-користувачів – 63 % у 2022 р. У 2022 р. продажі е-торгівлі найбільше зростуть у Філіппінах та в Індії, понад 25 %. Частково завдяки стрімкому збільшенню кількості е-користувачів в усьому світі за останні 15 років і через обмеження мобільності та закриття головних вулиць під час пандемії COVID-19 глобальний ринок роздрібною е-торгівлі збільшився вчетверо в період між 2014 і 2021 роками. Мобільна торгівля (онлайн-шопінг за допомогою смартфонів) ще більше сприяла зростанню ринку е-торгівлі в таких країнах, як Індонезія та Аргентина, причому до 2025 р. продажі мобільної торгівлі в Аргентині зростуть втричі.

Понад 1 млрд населення в Південній Азії залишаються офлайн, тоді як майже 840 млн осіб ще не підключені до мережі Інтернет в Африці. Тим часом, незважаючи на те, що в Китаї приблизно 1 із 5 жителів країни підключені до мережі Інтернет. Дані GWI показують, що майже 6 із 10 користувачів інтернету працездатного віку (58,4 %) щотижня купують щось онлайн, і ці дані продовжуватимуть зростати протягом 2022 р. [20].

Щодо маркетплейсів (*marketplace*), то в 2021 р. середній місячний трафік Amazon.com становив майже 3,68 млрд відвідувачів (2022 р. – 5,7 млрд відвідувачів), eBay.com – 1,01 млрд відвідувань. Amazon є найбільшим підприємством в інтернеті та онлайн-сервісом у світі з ринковою капіталізацією приблизно 1 трлн 80 млрд дол. США станом на червень 2022 р. Друге місце посіла платформа е-торгівлі Alibaba.com з ринковою капіталізацією 304,1 млрд дол. США.

Якщо розглядати провідні підприємства е-торгівлі в усьому світі, на відміну від провідних країн, Amazon є

явним лідером ринку, істотний відрив від Alibaba Group становить 72 %. Згідно з даними Statista станом на 2022 р. Alibaba Group була найбільшим роздрібним продавцем е-торгівлі в усьому світі, маючи приблизно 780 млрд дол. США річних онлайн-продажів. Частка роздрібних е-продажів Alibaba Group від усіх роздрібних продажів США становить 61 %, а від загального експорту майже 40 %. Одержані результати можуть містити похибку, оскільки роздрібні продажі е-торгівлі містять як зовнішні, так і внутрішні продажі. У цей період Amazon був другим за величиною роздрібним продавцем е-торгівлі з обсягом онлайн-продажів близько 691 млрд дол. США. Частка роздрібних е-продажів Amazon від усіх роздрібних продажів США становить 52 %, а від загального експорту майже 24 %. Тому можна стверджувати, що Amazon є лідером на американському ринку з найбільшою ринковою часткою та товарооборотом. Якщо розглядати дане підприємство з точки зору глобалізації, то воно є одним із лідерів глобалізаційних перетворень у світі, але поки що не на всіх ринках [21].

Можна дійти висновку, що найбільші роздрібні інтернет-магазини у світі відповідно і впливають на розвиток роздрібною е-торгівлі. Хоча гіганти роздрібною е-торгівлі Alibaba Group і Amazon домінують на світовому ринку онлайн-покупок, але вони не є найбільшими гравцями на багатьох ринках е-торгівлі, що швидко розвиваються. З точки зору місячного трафіку вебсайту, сингапурський інтернет-магазин Shopee є провідним сайтом е-торгівлі в Сінгапурі зі значним відривом. Ця тенденція ще більш помітна в Аргентині, де Mercado Libre отримує майже в 10 разів більше трафіку, ніж його найближчий конкурент Amazon. Однак прогнози передбачають, що до 2027 р. Amazon випередить Alibaba, а річний обсяг онлайн-продажів перевищить 1,2 трлн дол. США (рис. 5).

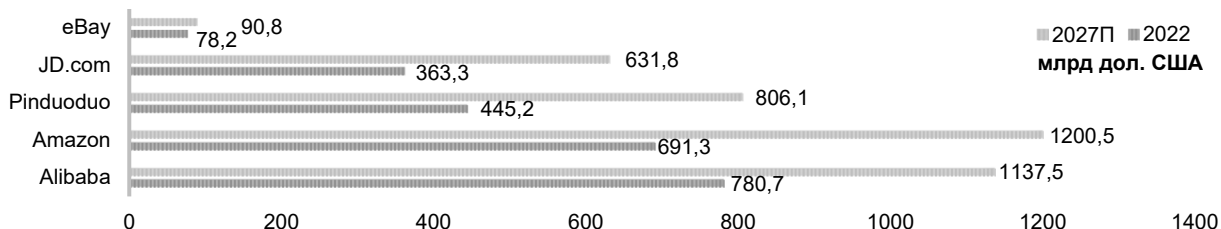


Рис. 5. Провідні роздрібні підприємства е-торгівлі у світі у 2022 р. та прогнозами на 2027 р.

Джерело: складено автором за [22].

До бенчмаркінгу (*benchmarking*) належать такі інтернет-магазини: Alibaba, Amazon, Pinduoduo, JD.com, eBay. У 2022 р. китайський ринок е-торгівлі став найбільшим у світі, а продажі в інтернеті становлять майже половину роздрібних продажів країни. Велика Британія посідає друге місце з найвищим відсотком роздрібних продажів онлайн – 36 %, третє місце – Південна Корея (32 %) і Данія (20 %). У 2022 р. перспективні ринки е-торгівлі будуть зосереджені в Азії [23].

Україна є 65-м за величиною ринком е-торгівлі з доходом у 1,1 млрд дол. США у 2021 р., випереджаючи Литву та поступаючись Алжиру. У 2021 р. український ринок е-торгівлі збільшився на 27 % і призвів до зростання світових темпів е-торгівлі на 15 %. Як і в Україні, очікується, що глобальні продажі е-торгівлі збільшаться

протягом наступних років. Із появою нових ринків глобальне зростання продовжуватиме збільшуватись протягом наступних років. Цьому розвитку сприятимуть Східна та Південно-Східна Азія з їхнім зростаючим середнім класом і офлайн-інфраструктурою, що відстає. Із річним темпом зростання в 9 % між 2021 і 2025 роками очікується, що Україна навіть перевершить середній світовий показник у 6 %. Загалом зовнішня торгівля товарами та послугами як частка ВВП становила 82,62 % у 2021 р. Цьому зростанню передувало зниження зовнішньої торгівлі товарами та послугами як частки ВВП.

В Україні налічується 19 млн е-користувачів, станом на 2021 р., із них активних користувачів – 44 %, 66 % становить проникнення мережі Інтернет. Чистий обсяг продажів е-торгівлі 100 найкращих українських інтернет-

магазинів у 2020 р. становив близько 985 млн дол. США. На 5 найкращих онлайн-магазинів в Україні припало 30 % (294,1 млн дол. США) чистих продажів у 2022 р. До групи українського бенчмаркінгу належать такі інтернет-магазини: Rozetka, Comfy, Allo, Fotos, Prom. Найбільшим гравцем на українському ринку е-торгівлі є rozetka.com.ua. У 2022 р. дохід магазину був 246 млн дол. США, що становить 24 % від усіх роздрібних продажів в Україні та 11 % від експортної активності країни. Отже, вітчизняний ринок е-торгівлі не має істотного впливу на глобалізаційні перетворення та зовнішньоекономічну діяльність. Вітчизняні інтернет-магазини працюють в основному на задоволення внутрішнього попиту е-користувачів, що зумовлено асортиментом світових брендів, які можна придбати в кожній країні, та проблемами з доставкою товарів за кордон. Хоча зовнішня торгівля товарами та послугами як частка ВВП в Україні в 2021 р. зросла на 3,5 % порівняно з попереднім роком [24].

Очікується, що ринок е-торгівлі в Україні зросте протягом наступних кількох років, як зазначено в прогнозі Statista Digital Market Outlook. Передбачається, що сукупний річний темп зростання протягом наступних

чотирьох років (CAGR 21-25) і становитиме 9 %. Порівняно з річним зростанням на 27 % між 2020 і 2021 роками. Це зниження річного зростання свідчить про помірне переповнення ринку, 35 % населення України купили принаймні один товар онлайн у 2021 р. За даними EcommerceDB популярними категоріями серед е-користувачів є "Електроніка та медіа", на який припадає 27 % доходу від е-торгівлі в Україні; друге місце – "Мода" з 26 %; третє місце – "Меблі та побутова техніка" (20 %), іграшки, "хобі та DIY" – 15 %, а "Продукти харчування та засоби особистої гігієни" – решта 12 % [25].

Серед найбільш вагомих показників інтеграції країни в міжнародний економічний простір є індекс глобалізації. Індекс глобалізації показує ступінь глобальних зв'язків країни, рівень її інтеграції та незалежності в різних сферах – економічній, соціальній, технологічній, культурній, політичній та екологічній. За допомогою цих трьох показників загальний індекс глобалізації оцінює поточні економічні потоки, економічні обмеження, дані про потоки інформації, дані про особисті контакти та дані про культурну близькість у досліджуваних країнах (табл. 1).

Таблиця 1. П'ять провідних країн за індексом глобалізації

№	Країна	Індекс	Країна	Індекс економ. глоб.	Країна	Індекс соц. глоб.	Країна	Індекс пол. глоб.
1	Швейцарія	91	Сінгапур	94	Люксембург	90	Італія	98
2	Нідерланди	90	Нідерланди	90	Гонконг	90	Франція	98
3	Бельгія	90	Бельгія	89	Монако	90	Німеччина	98
4	Швеція	89	Ірландія	88	Швейцарія	90	Британія	97
5	Британія	89	ОАЕ	87	Макао	90	Іспанія	97

Джерело: складено автором за [26].

Світовим лідером за індексом глобалізації у 2022 р. є Швейцарія – 91, хоча Сінгапур є провідною країною в Globalization Index 2021 у сфері глобалізації економіки. Значення індексу для Сінгапуру визначено на рівні 94,28і. Далі йдуть Нідерланди з результатом 90,12і. Індекс соціальної глобалізації очолює Люксембург – 90і та індекс політичної глобалізації відкриває Італія – 98і. Таким чином, у лідерах немає жодної країни, яка б лідирувала за всіма показниками глобалізаційних перетворень. Наприклад, лідер світової е-торгівлі Китай займає 77 позицію (65і) в індексі глобалізації, 137 місце (46і) – індекс економічної глобалізації, 128 місце (59і) – індекс соціальної глобалізації та 25 місце (90і) – індекс політичної глобалізації. США займає 24 позицію (81і) в індексі глобалізації, 56 місце (67і) – індекс економічної глобалізації, 24 місце (85і) – індекс соціальної глобалізації та 16 місце (92і) – індекс політичної глобалізації. Економіка США адаптована більше до глобалізаційних впроваджень, на відміну від Китаю. Згідно з даними показників можна дійти висновку, що найсильніші економіки світу та найбільші е-торговці світу не завжди відкриті до повномасштабних глобалізаційних перетворень.

Щодо України, то вона в загальному індексі глобалізації займає 44 сходинку (73і), 71 місце (62і) – індекс економічної глобалізації, 87 місце (69і) – індекс соціальної глобалізації та 33 місце (88і) – індекс політичної глобалізації. США, Китай та Україна мають найвищі показники у політичній готовності до глобалізаційних перетворень. Слабкими місцями у США та Китаї є готовність економіки до глобалізації, а в Україні проблемним аспектом є соціальна сфера.

ВИСНОВКИ. Отже, е-торгівля подальші 10 років буде розвиватись не дуже інтенсивними темпами. Е-торгівля – складова глобалізаційної економіки. Для середньострокової перспективи стає зрозумілим, що уповільнення темпів економічного зростання (світової економіки) означає зменшення попиту на імпорт товарів і послуг (з відповідним зменшенням експорту в країнах-експортерах), а також послаблення пропозиції капіталів. Водночас слід зазначити, що збільшення темпів чи обсягів міжнародної торгівлі, у тому числі е-торгівлі, провокуватиме і збільшення інвестицій в основний капітал (і послаблення потоків капіталів загалом), що є стримуючим чинником для прискорення глобального зростання, тобто в макроекономічному сенсі "торгівля – інвестиції – економічне зростання" нерозривні.

Автори проаналізували пряму залежність між економічним зростанням та торгівлею, що впливає на пришвидшення глобалізаційних перетворень, і з'ясували, що країни зі швидким зростанням е-торгівлі відрізняються від переліку країн-лідерів е-торгівлі. Встановлено, що проникнення мережі Інтернет від 40 % та позитивна динаміка зростання е-користувачів від 60 % є головним фактором розвитку е-торгівлі.

ДИСКУСІЯ. Перспективним напрямом подальших досліджень є передбачення розвитку е-торгівлі як фактора соціально-економічного розвитку України, ураховуючи глобалізаційні перетворення.

Список використаних джерел

1. Frankel J. A., Romer D. H. Does trade cause growth? // American economic review, 1999. № 89(3). P. 379–399.
2. Alcalá F., Ciccone A. Trade and productivity // The Quarterly J. of Economics, 2004. № 119(2). P. 613–646.

3. Durlauf S. N., Johnson P. A., Temple J. R. Growth econometrics // Handbook of economic growth, 2005. № 1. P. 555–677.
4. Ortiz-Ospina E., Beltekian D., Roser M. Trade and Globalization // Our World in Data, 2018. URL: <https://ourworldindata.org/trade-and-globalization> (дата звернення 21.01.2023).
5. Тертичний Я. С. Детермінанти розвитку електронної комерції в умовах глобальної дигіталізації: дис. ... канд. екон. наук; 08.00.02 – світове господарство і міжнародні економічні відносини. Вінниця: Донецьк. нац. ун-т ім. Василя Стуса, 2021. 197 с. URL: <https://abstracts.donnu.edu.ua/issue/view/340> (дата звернення 21.01.2023).
6. Моторин Р., Шлюсарчик В., Жеглен Р. Електронна комерція епохи глобалізації // Herald Knute, (2021). № 136. С. 67–78. URL: [https://doi.org/10.31617/visnik.knute.2021\(136\)05](https://doi.org/10.31617/visnik.knute.2021(136)05) (дата звернення 21.01.2023).
7. Яценко О., Грязіна А., Шевчик О. Електронна комерція як елемент глобальної торговельної системи // Актуальні проблеми економіки, 2019. № 8(218). С. 4–15.
8. Марусей Т. В. Основні тенденції розвитку ринку електронної комерції в Україні // Економіка і суспільство, 2018. № 14. С. 1011–1015.
9. Балик У. О., Колісник М. В. Електронна комерція як елемент системи світового господарства. Львів: Львів. політехн. нац. ун-т, 2014. № 1. С. 11–19.
10. Николаев В., Волощенко В. Торговельна лібералізація: конкуренція інститутів // Політичний менеджмент, 2004. № 4. С. 148–160.
11. Лібералізація торгівлі. URL: <https://ua.nesrakonk.ru/trade-liberalization>. (дата звернення 12.01.2023).
12. Global economy – Statistics & Facts. 2022. URL: https://www.statista.com/topics/1467/global-economy/#topicHeader_wrapper (дата звернення 21.01.2023).
13. Trends in global export value of trade in goods from 1950 to 2021. 2022. URL: <https://www.statista.com/statistics/264682/worldwide-export-volume-in-the-trade-since-1950> (дата звернення 21.01.2023).
14. Global gross domestic product (GDP) at current prices from 1985 to 2022. 2022. URL: <https://www.statista.com/statistics/268750/global-gross-domestic-product-gdp> (дата звернення 21.01.2023).
15. Algorithms: the future of everything. 2022. URL: <https://kepios.com/blog/2022/7/4/algorithms-the-future-of-everything?rq=social%20media> (дата звернення 21.01.2023).
16. Simon Kemp. Digital 2022: global overview report. 2022. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-global-overview-report> (дата звернення 21.01.2023).
17. Розвиток нових технологій стимулює інвестиції і зростання електронної комерції. 2021. URL: <https://www.bdo.ua/uk-ua/insights-2/information-materials/2021/new-technology-developments-stimulate-e-commerce-investment-and-growth> (дата звернення 21.01.2023).
18. Regional e-commerce share of retail in 2020, with a forecast for 2025. 2021. URL: <https://www.statista.com/statistics/1192717/ecommerce-share-of-retail-by-region> (дата звернення 21.01.2023).
19. Leading countries based on retail e-commerce sales growth in 2022. 2022. URL: <https://www.statista.com/statistics/266064/revenue-growth-in-e-commerce-for-selected-countries> (дата звернення 21.01.2023).
20. The biggest US social media trends for 2022. URL: <https://www.gwi.com/reports/us-social-media-trends> (дата звернення 21.01.2023).
21. Digital Market Outlook. URL: https://www.statista.com/outlook/digital-markets?utm_source=kepios_analysis&utm_medium=articles&utm_campaign=accounts&utm_id=kepios (дата звернення 21.01.2023).
22. Annual net sales of Amazon in selected leading markets from 2014 to 2021. URL: <https://www.statista.com/statistics/672782/net-sales-of-amazon-leading-markets> (дата звернення 21.01.2023).
23. Retail e-commerce sales worldwide from 2014 to 2026. URL: <https://www.statista.com/statistics/379046/worldwide-retail-e-commerce-sales> (дата звернення 21.01.2023).
24. E-commerce in Ukraine. 2022. URL: <https://ecommercedb.com/reports/ecommerce-in-ukraine-2022/339> (дата звернення 21.01.2023).
25. Держстат України. URL: https://ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/spr.htm (дата звернення 21.01.2023).
26. KOF Swiss Economic Institute. URL: <https://kof.ethz.ch/en/forecasts-and-indicators/indicators/kof-globalisation-index.html> (дата звернення 21.01.2023).

Received: 27/01/2023

1st Revision: 26/02/2023

Accepted: 30/03/2023

Author's declaration on the sources of funding of research presented in the scientific article or of the preparation of the scientific article: budget of university's scientific project.

I. Gamova, PhD (Econ.), Associate Prof.
ORCID ID: 0000-0002-2032-8578
State University of Trade and Economics of Kyiv, Kyiv, Ukraine

IMPACT OF E-TRADE ON GLOBALIZATION CHANGES IN THE WORLD AND UKRAINE

The article examines different approaches of scientists to the impact of e-commerce on globalization transformations in the world and in Ukraine. E-commerce has become a primary factor in accelerating the process of globalization. The increase in the value of goods exported and imported around the world reflects the development of international trade, globalization, and technological progress. The trends of world economic development were analyzed and the correlation between economic growth and trade was revealed. The author studied the dynamics of the share of retail e-commerce by region and analyzed the regional share of e-commerce in retail. Countries with fast growth in e-commerce differ from the list of e-commerce leaders, which indicates that the markets are oversaturated with goods, that is, supply outweighs demand. An analysis of countries with rapid growth in e-commerce, the level of Internet penetration, and the number of e-users was carried out. Attention is paid to the examination of the market capitalization of the leading e-commerce enterprises with capitalization around the world, and the largest e-commerce enterprises in the world and Ukraine are studied, and their influence on globalization transformations is established. It was revealed that the world's strongest economies and the world's largest e-enterprises are not always open to globalization transformations. A slowdown in economic growth means a decrease in the demand for imports of goods and services, as well as a weakening of the supply of capital. E-commerce will develop in the future according to two alternatives: the closeness of countries and stagnation of global economic institutions and unions with weakening of balanced economic growth and development; the regulation and expansion of free trade with increased competitiveness and the formation of a new structure of the world economy, which will ensure stable, balanced development.

Keywords: e-commerce, globalization, marketplace, e-user, trade liberalization.

References (in Latin): Translation / Transliteration / Transcription

- Frankel J. A., Romer, D. H. (1999). Does trade cause growth? American economic review, 89(3), P. 379-399.
- Alcalá F., Ciccone A. (2004). Trade and productivity. The Quarterly Journal of Economics, 119(2), P. 613-646.
- Durlauf S. N., Johnson P. A., Temple J. R. (2005). Growth econometrics. Handbook of economic growth, 1, P. 555-677.
- Ortiz-Ospina E., Beltekian D., Roser M. (2018). Trade and Globalization. Our World in Data. URL: <https://ourworldindata.org/trade-and-globalization> (accessed 21.01.2023).
- Tertychnyi Ya. S. (2021). Determinanty rozvytku elektronnoi komertsii v umovakh hlobalnoi dyhitalizatsii: dys. kand. ekon. nauk. / Tertychnyi Ya. S.; 08.00.02 – svitove gospodarstvo i mizhnarodni ekonomichni vidnosyny. Vinnytsia: Donetskyi natsionalnyi universytet im. Vasylia Stusa, 197 s. Retrived from: <https://abstracts.donnu.edu.ua/issue/view/340> (accessed 21.01.2023).
- Motoryn P., Shliusarchyk B., Zehlen P. (2021). Elektronna komertsiiia epokhu hlobalizatsii. HERALD KNUTE, 136, S. 67-78. [https://doi.org/10.31617/visnik.knute.2021\(136\)05](https://doi.org/10.31617/visnik.knute.2021(136)05) (accessed 21.01.2023).
- Iatsenko O., Hriazina A., Shevchuk O. (2019). Elektronna komertsiiia yak element hlobalnoi torhovelnoi systemy. Aktualni problemy ekonomiky. 8 (218), S. 4-15.
- Marusei T. V. (2018). Osnovni tendentsii rozvytku rynku elektronnoi komertsii v Ukraini. Ekonomika i suspilstvo. 14, S. 1011-1015.
- Balyk U. O., Kolisnyk M. V. (2014). Elektronna komertsiiia yak element systemy svitovoho gospodarstva. Lvivskiyi politychnykh natsionalnyi universytet. 1, S. 11-19.
- Nikolaiev V., Voloshchenko V. (2004). Torhovelna liberalizatsiia: konkurentsiiia instytutiv. Politychny menezhment. 4, S. 148-160.
- Liberalizatsiia torhivli. Retrieved from: <https://ua.nesrakonk.ru/trade-liberalization>. (accessed 12.01.2023).

12. Global economy – Statistics & Facts (2022). URL: https://www.statista.com/topics/1467/global-economy/#topicHeader__wrapper (accessed 21.01.2023).
13. Trends in global export value of trade in goods from 1950 to 2021. (2022). URL: <https://www.statista.com/statistics/264682/worldwide-export-volume-in-the-trade-since-1950> (accessed 21.01.2023).
14. Global gross domestic product (GDP) at current prices from 1985 to 2027. (2022). URL: <https://www.statista.com/statistics/268750/global-gross-domestic-product-gdp> (accessed 21.01.2023).
15. Algorithms: the future of everything. (2022). URL: <https://kepios.com/blog/2022/7/4/algorithms-the-future-of-everything?rq=social%20media> (accessed 21.01.2023).
16. Simon Kemp. Digital 2022: global overview report. (2022). URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-global-overview-report> (accessed 21.01.2023).
17. Rozvytok novykh tekhnolohii stymuliuiue investytsii i zrostantnia elektronnoi komertsii. (2021). Retrived from: <https://www.bdo.ua/uk-ua/insights-2/information-materials/2021/new-technology-developments-stimulate-e-commerce-investment-and-growth> (accessed 21.01.2023).
18. Regional e-commerce share of retail in 2020, with a forecast for 2025. (2021). URL: <https://www.statista.com/statistics/1192717/ecommerce-share-of-retail-by-region> (accessed 21.01.2023).
19. Leading countries based on retail e-commerce sales growth in 2022. (2022). URL: <https://www.statista.com/statistics/266064/revenue-growth-in-e-commerce-for-selected-countries> (accessed 21.01.2023).
20. The biggest US social media trends for 2022. URL: <https://www.gwi.com/reports/us-social-media-trends> (accessed 21.01.2023).
21. Digital Market Outlook. URL: https://www.statista.com/outlook/digital-markets?utm_source=kepios_analysis&utm_medium=articles&utm_campaign=accounts&utm_id=kepios (accessed 21.01.2023).
22. Annual net sales of Amazon in selected leading markets from 2014 to 2021. URL: <https://www.statista.com/statistics/672782/net-sales-of-amazon-leading-markets> (accessed 21.01.2023).
23. Retail e-commerce sales worldwide from 2014 to 2026. URL: <https://www.statista.com/statistics/379046/worldwide-retail-e-commerce-sales> (accessed 21.01.2023).
24. Ecommerce in Ukraine, 2022. URL: <https://ecommercedb.com/reports/ecommerce-in-ukraine-2022/339> (accessed 21.01.2023).
25. Derzhstat Ukrainy. Retrieved from: https://ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/spr.htm (accessed 21.01.2023).
26. KOF Swiss Economic Institute. URL: <https://kof.ethz.ch/en/forecasts-and-indicators/indicators/kof-globalisation-index.html> (accessed 21.01.2023).