

УДК 339

JEL Classification: F50, O30, O52, Q01

DOI: <https://doi.org/10.35774/visnyk2022.04.094>

Ірина ШЕВЧЕНКО,

кандидат економічних наук, доцент,
докторантка Західноукраїнського національного університету,
вул. Львівська 11, м. Тернопіль, 46020, Україна,
e-mail: irina_shev4enko@ukr.net
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-8188-3551>

Ірина ЗВАРИЧ,

доктор економічних наук, професор,
завідувачка кафедри міжнародної економіки,
Західноукраїнського національного університету,
вул. Львівська 11, м. Тернопіль, 46020, Україна,
e-mail: irazvarych@gmail.com
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5155-540X>

**ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ ЯПОНСЬКОЇ ЕКОНОМІКИ
ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ ДОСВІДУ
В РОЗВИТОК ЦИФРОВОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ**

Шевченко І., Зварич І. Цифрова трансформація японської економіки та перспективи впровадження досвіду в розвиток цифрової торгівлі України. *Вісник економіки*. 2023. № 1. С. 94–108. DOI: <https://doi.org/10.35774/visnyk2023.01.094>

Shevchenko, I., Zvarych, I. (2023). Tsyfrova transformatsiia yaponskoi ekonomiky ta perspektyvy vprovadzhennia dosvidu v rozvytok tsyvrovoi torhivli Ukrainy [Digital transformation of the Japanese economy and prospects for the implementation of experience in the development of digital trade in Ukraine]. *Visnyk ekonomiky – Herald of Economics*, 1, 94-108. DOI: <https://doi.org/10.35774/visnyk2023.01.094>

Анотація

Вступ. *Висвітлення процесів розвитку цифрової торгівлі в Україні на прикладі цифрової трансформації японської економіки – актуальна та перспективна тема для цифровізації економіки країни. Проблема дослідження розкривається за початкового аналізу цифрового розвитку Японії шляхом аналізу структури загального стандарту діджиталізації економіки.*

Короткий огляд літератури. *За останні роки багато праць приділено розвитку цифрової економіки в світі, у т. ч. діджиталізації України. Проте є невирішені питання щодо впровадження міжнародного досвіду в економіку України для забезпечення умов глобалізації цифрової торгівлі.*

© Ірина Шевченко, Ірина Зварич, 2023.

Мета дослідження полягає у розкритті стратегії цифрової трансформації Японії, яка забезпечує розвиток цифрової економіки, та пошуку шляхів впровадження досвіду в Україні з метою покращення розвитку цифрової торгівлі на глобальних ринках.

Методологічну основу дослідження становлять загальнофілософські та загальнонаукові методи.

Основні результати дослідження полягають у розроблені моделі впровадження досвіду Японії в розвиток цифрової торгівлі України. В роботі наведено ключові аспекти цифрової трансформації японської економіки через розкриття структури загального стандарту діджиталізації економіки Японії. У дослідженні проаналізовано динаміку та здійснено прогнозування попиту та кількості персоналу у сфері ІТ. Побудовано прогнозу динаміку розміру ринку «прямого споживання» (D2C) в Японії та розкрито дистрибуцію споживчих товарів у каналах закупівель за категоріями продуктів, що дало змогу виокремити основні орієнтири цифрової торгівлі Японії. За допомогою детального аналізу цифрової трансформації Японії зроблено висновок, що в Україні врегулювання деяких перешкод дасть змогу прискорити розвиток цифровізації. На основі проведеного дослідження з урахуванням визначених перешкод для розвитку цифрової торгівлі в Україні розроблено модель впровадження досвіду діджиталізації Японії в розвиток цифрової торгівлі України. Практична значущість результатів дослідження полягає у використанні їх вітчизняними підприємствами з метою діджиталізації та виходу на глобальний ринок цифрової торгівлі. Розроблена модель, на думку авторів, може бути основою для методичного підходу до визначення рівня розвитку цифрової торгівлі України.

Висновки і перспективи подальших розвідок. Наразі виявлено, що всупереч своєму іміджу високотехнологічної нації Японія відстає не лише в економічному розвитку, а й у інноваційних технологіях. Цифровізація продуктів і послуг, а також інтеграція революційних технологій, таких як цифрові платіжні послуги, є частиною циклу, пов'язаного зі збільшенням споживання цифрових медіа та здатністю людей адаптуватися до технологій. Україна розвивається ідентично в напрямку діджиталізації економіки, проте в неї відсутній досвід інноваційних технологій Японії. Подальші дослідження розробки методичного підходу до оцінювання рівня розвитку цифрової торгівлі на глобальних ринках досі актуальні.

Ключові слова: діджиталізація, бізнес-процеси, глобальні ринки, цифровізація, цифровий перехід.

Формули: 0, рис.: 5, табл.: 0, бібл.: 13.

Iryna SHEVCHENKO,

PhD (Economics), Assistant professor, Doctoral student,

West Ukrainian National University,

11 Lvivska street, Ternopil, 46020, Ukraine,

e-mail: Irina_shev4enko@ukr.net

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-8188-3551>

Iryna ZVARYCH,

Head of the Department of International Economics,
D.Sc. (Economics), Associate Professor,
West Ukrainian National University,
11 Lvivska St., Ternopil, 46020, Ukraine,
e-mail: irazvarych@gmail.com
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5155-540X>

DIGITAL TRANSFORMATION OF THE JAPANESE ECONOMY AND PROSPECTS FOR THE IMPLEMENTATION OF EXPERIENCE IN THE DEVELOPMENT OF DIGITAL TRADE IN UKRAINE

Abstract

Introduction. *The disclosure of the development of digital trade in Ukraine using the example of the digital transformation of the Japanese economy is a relevant and promising topic for the digitalization of the country's economy. The research problem is revealed as an initial analysis of Japan's digital development by revealing the structure of the general standard of digitalization of the economy.*

A brief review of the literature. *In recent years, a lot of work has been devoted to the development of the digital economy in the world, including the digitization of Ukraine. However, there are unresolved issues regarding the introduction of international experience into the economy of Ukraine to ensure the conditions for the globalization of digital trade.*

The purpose of the study *is to reveal Japan's digital transformation strategy, which ensures the development of the digital economy and to find ways to implement experience in Ukraine in order to improve the development of digital trade in global markets*

The methodological basis *of the research is general philosophical and general scientific methods.*

The main results of the study *consist in the developed models of implementation of Japan's experience in the development of digital trade of Ukraine. The paper presents the key aspects of the digital transformation of the Japanese economy by revealing the structure of the general standard of digitization of the Japanese economy. The study analyzed the dynamics and built a forecast of demand and the number of personnel in the field of IT. The projected dynamics of the size of the «direct consumption» (D2C) market in Japan were constructed and the distribution of consumer goods in procurement channels by product categories was revealed, which made it possible to identify the main orientations of Japan's digital trade. With the help of a detailed analysis of the digital transformation of Japan, the author concluded, however, that for Ukraine there are some regulatory violations that allow accelerating the development of digitalization. On the basis of the conducted research on the evaluation of Ukraine's author's obstacles to the development of digital trade, a model of the implementation of Japan's digitalization experience in the development of digital trade of Ukraine was developed. The practical significance of the research results arises from their use by Ukrainian enterprises for placental digitalization and entry into the global market of digital trade. The developed model, according to the author, can be the basis for a methodical approach to determining the level of development of digital trade in Ukraine.*

Conclusions and prospects for further investigations. *Currently, it has been found that, contrary to its image as a high-tech nation, Japan lags behind not only in economic development, but also in innovative technologies. The digitization of products and services, as well as the integration of revolutionary technologies such as digital payment services, are part of a cycle related to increased consumption of digital media and people's ability to adapt to technology. Ukraine is following an identical path of digitization of the economy, but it lacks the experience of Japan's innovative technologies. Further research into the development of a methodical approach to assessing the level of development of digital trade in global markets is still relevant.*

Keywords: *digitalization, business processes, global markets, digitalization, digital transition.*

Formulas: 0 , fig.: 5 , tabl.:0, bibl.:13.

JEL Classification: F50, O30, O52, Q01

Постановка проблеми. Цифрова трансформація економіки Японії відбувається вже давно, проте рушійних змін вона зазнала, коли відбулась зміна глави уряду. У вересні 2020 р. Йосіхіде Суга змінив багаторічного лідера Сіндзо Абе на посаді нового глави уряду Японії. Зміна прем'єр-міністра стала першою в країні Східної Азії за вісім років. Активне просування цифровізації в Японії – це основна політика нового уряду. Для ефективного радикального перетворення уряд має на меті створити цифрове агентство, яке займатиметься впровадженням регуляторних реформ і заходів цифровізації. Підсилила актуальність зазначених реформ пандемія коронавірусу (COVID-19), під час якої збільшився обсяг браку цифрових інвестицій в Японії.

Багато років імідж Японії поєднували з високотехнологічною нацією, де сервісні та промислові роботи мають заповнити прогалини в робочій силі, спричинені старінням суспільства. Однак після оголошення свого бачення суперрозумного суспільства – Суспільство 5.0 – Японія все ще намагається реалізувати стратегії цифрової трансформації в державному та приватному секторах. Скуті застарілими методами роботи та неохочими рішеннями державні установи та підприємства стикаються з внутрішньою опозицією. Водночас впровадження проривних технологій і бізнес-моделей, які змушують традиційні системи адаптуватися до нових викликів, може перетворитися на можливість стимулювати цифрову трансформацію в приватному секторі та, відповідно, у країні. Досвід цифровізації економіки в Японії корисний для України, яка саме зараз спрямована на розвиток цифрової торгівлі та цифровізації економіки.

Аналіз останніх публікацій з проблеми. Діджиталізація України зумовила виникнення досліджень, які пов'язані із впровадження міжнародного досвіду. У контексті цифрової торгівлі та впровадженні технологічних процесів Україна є новою країною. Саме тому в дослідженні розкрито основи діджиталізації економіки Японії, які ґрунтовно розглянуто в таких працях: В. Блер [1], Р. Sodsriwiboon, Р. Khera & R. Xu [7], Дж. Вест [9]. В умовах глобалізаційних викликів багато уваги приділяється трансформації цифрової економіки. Останні фундаментальні дослідження з трансформації та інтеграції цифрової економіки розкрито в працях: G. Huang & G. Binhua [2], M. Meeterenab, F. Trincado-Munozac, H. R. Tzameret & T. Vorley [3], В. Ні

[4], O. Okorieac, J. Russellb, R. Cherringtonc, O. Fisherd & F. Charnleye [5], Y. Penga & T. Changqi [6], K. Вулгарідіса, Т. Лаггаса, К. М. Ангелопулосб і Е. Н. Сотіріс [8]. Для України актуальний міжнародний досвід діджиталізації. Розвитку цифрової економіки приділили багато уваги такі вчені, як Г. Жосан [10], О. Пищуліна [11], А. Ю. Семеног [12]. Вони розкрили стан розвитку діджиталізації України та акцентували увагу на детермінантах цифрової економіки. Проте, на думку авторів, для забезпечення умов глобалізації цифрової торгівлі недостатньо розкрито шляхи впровадження міжнародного досвіду в економіку України.

Мета дослідження – розкрити стратегію цифрової трансформації Японії, яка забезпечує розвиток цифрової економіки та пошуку шляхів впровадження досвіду в Україні з метою покращення розвитку цифрової торгівлі на глобальних ринках.

Методологія. Методологічну основу дослідження становлять загальнофілософські та загальнонаукові методи. Для виконання поставленої мети складено програму, яка містить теоретико-методологічну обґрунтованість, взаємопов'язані елементи, їх логічну послідовність та зв'язок. У дослідженні проаналізовано динаміку та побудовано прогноз попиту та кількості персоналу у сфері ІТ. Визначено прогнозну динаміку розміру ринку «прямого споживання» (D2C) в Японії та розкрито дистрибуцію споживчих товарів у каналах закупівель за категоріями продуктів, що дало змогу виокремити основні орієнтири цифрової торгівлі Японії. На основі проведеного дослідження з огляду на визначені перешкоди розвитку цифрової торгівлі в Україні розроблено модель впровадження досвіду діджиталізації Японії в розвиток цифрової торгівлі України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Японія – це технологічно розвинена країна, що на сьогодні не відповідає очікуванням суспільства та знаходиться на шляху реформування цифрової економіки. Це одна з провідних країн у дослідженні технологічних інновацій та інтелектуальних рішень. Східноазіатська країна, де розташовані основні корпорації автомобільної, електронної, робототехнічної та телекомунікаційної промисловості, є головним кандидатом на реалізацію мрії про розумне суспільство. Проте наразі країна не виправдовує очікувань у повному обсязі. За останнє десятиліття кількість внутрішніх патентних заявок, поданих до Японського патентного відомства, зменшилася, на відміну від поданих заявок у США та Китаї. Під час пандемії коронавірусу з'ясувалось, що впровадження цифрових технологій – це повільний процес. Щоби підтримати домогосподарства, уряд оголосив програму роздачі готівки для мешканців. Проте влада намагалася виконати пакет допомоги (оскільки виснажлива підготовка та розсилка форм заявок) переважно поштою, що значно затримує процес. Боротьба державних інституцій у час, коли потрібні швидкі та ефективні дії, стала ще одним нагадуванням про непідготовленість державного сектору до цифрової ери.

У приватному секторі підприємства зіткнулися з проблемами, спричиненими проханням зменшити фізичний контакт. Хоча на національному рівні наказ про карантин не був виконаний, компаніям рекомендували закритись або дозволити своїм працівникам працювати з дому. Однак, за даними Міністерства внутрішніх справ і зв'язку, на кінець 2019 р. лише близько 20% підприємств вжили заходів для дозволу дистанційної роботи, ще 10% розглядали можливість впровадження дистанційної

роботи. Проте відомо стримувальні аспекти, серед яких культура особистих печаток на паперових документах, натискання штампу на друкованих формах все ще вимагає фізичної присутності в офісі. Внаслідок пандемії виявлено, наскільки далеко Японія ще від реалізації своїх амбітних планів щодо перетворення нації на розумне суспільство, оскільки концепція «Суспільство 5.0» вперше представлена в 2016 р. Суспільство 5.0, яке уряд Японії описав як надрозумне суспільство, що є відповіддю на соціальні та економічні виклики, є розумною утопією, що зосереджена на людях. Запропонована Кабінетом міністрів у 5-му Базовому плані розвитку науки і технологій у 2016 р, концепція представлена як наступник інформаційного суспільства (Суспільство 4.0). У той час як інформаційні технології були в центрі суспільства 4.0, суспільство майбутнього використовуватиме потенціал цифрових даних, зібраних технологічними винаходами попередніх етапів. Великі дані, Інтернет речей, штучний інтелект і загальнонаціональне покриття 5G будуть фундаментальними технологіями для збору, аналізу та створення цінності цифрових даних. У результаті з'єднання кіберпростору із фізичним світом люди опиняться в центрі кіберфізичних систем. Надання товарів і послуг буде адаптовано до їхніх потреб без часових і просторових обмежень. Соціальні виклики, що виникають через орієнтоване на споживання та старіння суспільство, будуть узгоджені з економічним зростанням. Для досягнення цього глобального завдання уряд Японії наполягає на цифровій трансформації державного та приватного секторів. Водночас бачення спирається на дослідження та розробку платформи, що здатна обробляти велику кількість цифрових даних, ефективну інтеграцію автономної технології та формулювання загального стандарту цифрових даних для забезпечення зв'язку та взаємодії усіх інтерфейсів у повсякденному житті. Однак, всупереч урядовому баченню цифрового суспільства, приватний сектор, який буде основним виробником і користувачем цифрових даних, вагається щодо переходу на цифрову бізнес-модель. Задоволені успіхом традиційних моделей люди, які не схильні до ризику, виступають проти радикальних змін.

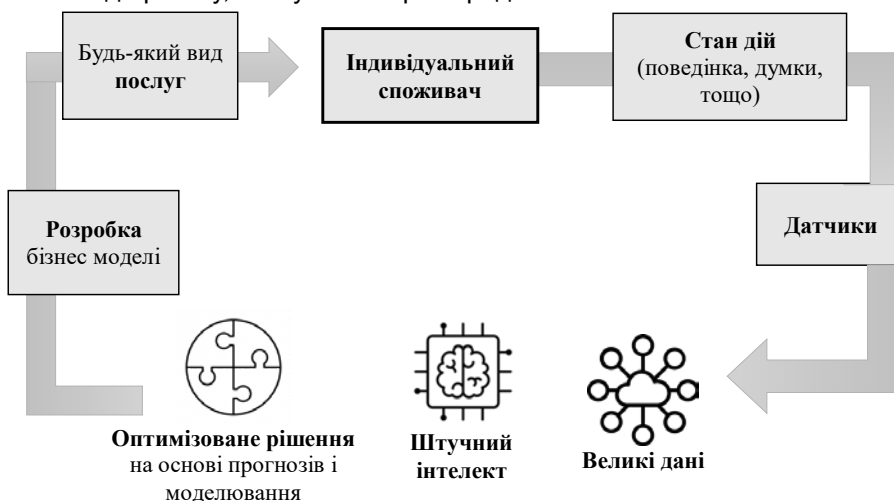


Рис.1. Структура загального стандарту діджиталізації економіки Японії
Джерело: розроблено авторами на основі [1; 7; 9].

Згідно з рис. 1 структура складається з головного елементу – споживача цифрової економіки та основних діджиталізаційних елементів: оптимізованих рішень, штучного інтелекту й даних. Ефективна робота стандарту забезпечуватиме цифровізацію, проте виникатимуть певні проблеми. Дефіцит ІТ-персоналу та вплив старіння суспільства на дефіцит робочої сили зумовить зниження показників розвитку діджиталізації.

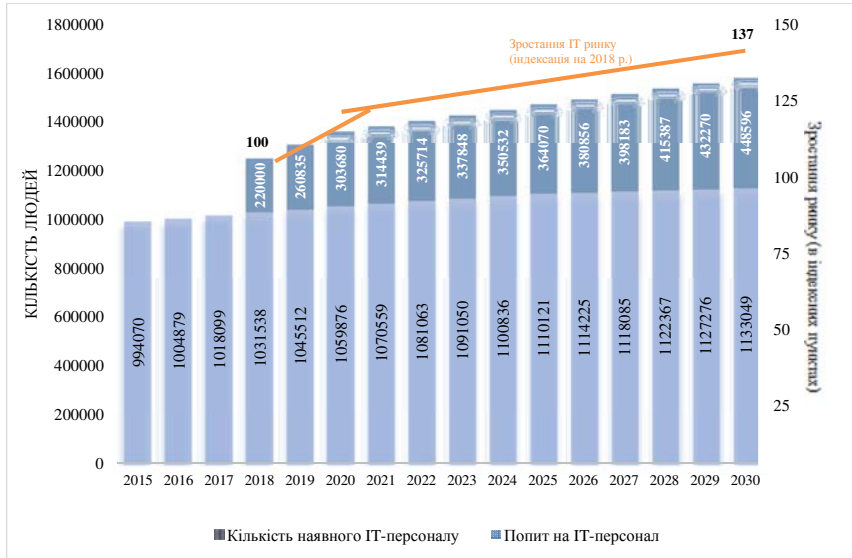


Рис. 2. Динаміка та прогноз попиту й кількості персоналу у сфері ІТ
Джерело: розроблено авторами на основі [7; 9].

Як видно з рис. 2, головну роль у здійсненні радикальних змін у приватному секторі відіграють ІТ-фахівці, які долають розрив між технологічними знаннями та корпоративним баченням. Незважаючи на те, що зосередження освітнього сектору на наукових, технологічних, інженерних та математичних дисциплінах (STEM) сприяє зростанню висококваліфікованих експертів із галузі технологій, підприємства повідомляють про постійну нестачу ІТ-персоналу. Проблеми з підбором персоналу особливо очевидні для не-ІТ-підприємств, які є користувачами ІТ-послуг. Очікується, що наслідки старіння суспільства в Японії будуть ще більше перешкоджати зусиллям, оскільки в 2030 р. дефіцит ІТ-персоналу становитиме майже 450 000 осіб. Цифровізація внутрішніх операцій, а також продуктів і послуг – це паралельні процеси в приватному секторі. Згідно з опитуванням, яке проводила Японська асоціація користувачів інформаційних систем у 2019 р. серед виробничих і невиробничих підприємств, більшість компаній у приватному секторі Японії розглядали цифровізацію процесів і своїх продуктів і послуг як одночасну справу. Хоча 22% вже впроваджували заходи в обох аспектах, ще 13% досліджували можливість одночасного впровадження заходів цифровізації. Варто зазначити, що небагато компаній мають спеціальну команду цифрової трансформації. Опитування серед ІТ-спеціалістів у Японії показало, що 27% компаній мають команду, призначену для внутрішнього поширення цифрової трансформації. Однак більшість компаній повідомили, що їм не вистачає

окремої структури для виконання процесів цифровізації. Через високі витрати та невизначеність внеску цифрових технологій у розвиток компанії керівники неохоче виділяють ресурси на додатковий відділ для непередбачуваної корпоративної моделі.

Порівняно зі зрілими ринками (США, Китай і Великобританія), японський ринок електронної комерції лише зароджується. Саме тому автори дослідження вважають за доцільне розглянути досвід Японії, щоб використати його в Україні, тому що наша держава розвивається ідентично. Фізична роздрібна торгівля – це все ще домінуючий канал збуту на ринку споживчих товарів. Незважаючи на те, що високий рівень проникнення широкосмугового Інтернету та мобільних пристроїв у домогосподарствах сприяє збільшенню споживання цифрових медіа, споживачі лише нещодавно звикли до ідеї замовляти продукти та послуги онлайн. Розвиток внутрішньої електронної комерції викликає зацікавленість підприємств онлайн-ринком для задоволення попиту і збільшення своїх прибутків. Перехід до онлайн-продажів дає можливість місцевим постачальникам пройти цифрову трансформацію. Зміна – це руйнівний процес, який вимагає як від новачків, так і від звичайних магазинів адаптувати свої бізнес-моделі до нового ринку. У процесі онлайн-продажів чи застосування багатоканальної моделі роздрібні торговці мають застосовувати цифрові технології для реалізації своїх продуктів та послуг, щоб зробити їх доступними для онлайн-покупців. Крім того, революційні технології, зокрема цифрові платіжні послуги, впроваджуються та інтегруються в процеси дистрибуції компаній. Використання відомих онлайн-ринків – це один із способів наближення до діджиталізації, але деякі постачальники відкривають можливості прямих продажів споживачам, створивши інтернет-магазин. Незважаючи на те, що охоплення нижче, ніж у великих онлайн-торгових центрах і ринках, які мають велику клієнтську базу, компанії залишаються під контролем презентації продукту та взаємодії з клієнтами. Крім того, оператори інтернет-магазинів отримують цінні дані про клієнтів щодо демографічних характеристик, купівельної поведінки та ефективності маркетингових заходів. На відміну від роздрібною торгівлі в магазині через посередників, роздрібні продавці повністю контролюють процес продажів і водночас відповідають за задовільне надання клієнтам послуг щодо покупки. В Японії цифрові дані відіграватимуть важливу роль для розвитку інновацій у галузі роздрібною торгівлі, що дасть змогу реагувати на зміни споживчих тенденцій, а компанії електронної комерції будуть попередниками у впровадженні цифрових рішень (рис. 3).

Згідно з рис. 3 у 2019 р. обсяг цифрового ринку прямого споживання (D2C) в Японії перевищив два трильйони японських ієн. Оскільки все більше виробників створюють онлайн-магазини для розповсюдження своїх продуктів безпосередньо споживачам, очікується, що ринок буде розширюватися, і згідно з показниками до 2025 р. збільшення досягне приблизно трьох трильйонів японських ієн.



Рис. 3. Прогнозна динаміка обсягу ринку «прямого споживання» (D2C) в Японії з 2016 по 2025 рр.

Джерело: розроблено авторами.

Торгові майданчики все ще будуть провідними платформами ринку електронної комерції в Японії, але такі підприємства, як виробники приватних торгових марок, вивчають нові можливості продажу своїх продуктів без необхідності звертатися до посередників. Хоча онлайн-магазини є простим варіантом, виникає проблема пошуку місця на глобальному ринку поряд із такими гігантами продуктів і послуг, як Rakuten Ichiba та Amazon Japan.

Користувачі Інтернету вагаються між споживанням цифрового контенту та ризиком втратити контроль над своєю конфіденційністю. Японські споживачі висловлюють високу готовність інтегрувати технологічні інновації у повсякденне життя. Інформаційні технології проникли майже в кожне приватне домогосподарство в країні через мобільні телефони. Хоча підприємства неохоче включають пристрої ІКТ у свою діяльність, доступ до Інтернету для отримання інформації та використання цифрового контенту – це вже звичайне явище для людей.

Незважаючи на ентузіазм щодо цифровізації, виникає занепокоєння щодо можливості витоку персональних даних користувачів. Закон про конфіденційність даних спрямований на захист особистої інформації окремих осіб, але майже половина цифрових споживачів вважають ймовірним витік їхніх даних в Інтернеті. Водночас користувачі готові розкривати загальну особисту інформацію в Інтернеті (стать, префектура, хобі та дата народження) для доступу до онлайн-сервісів. Подібна тенденція також простежується у використанні безготівкових розрахунків. Споживачі в Японії давно надають перевагу оплаті готівкою, де вони мають прозорість і повний

контроль над транзакціями. З іншого боку, електронні варіанти оплати передбачають переказ грошей, зареєстрованих як цифрові дані, а транзакції залежать від заходів безпеки постачальників платіжних послуг. Втрата контролю над особистими даними – це реальний ризик, відповідно споживачі у Японії з недовірою ставляться до безготівкових платежів. Кібербезпека та захист даних також часто повторюються в електронній комерції, але онлайн-покупці більше хвилюються за процес покупки та досвід користувача. Незважаючи на те, що роздрібні торговці мають доступ до персональних даних (адреси доставки, платіжні відомості, записи про продажі та вподобання споживачів), троє з чотирьох осіб довіряють компаніям щодо зберігання конфіденційної інформації.

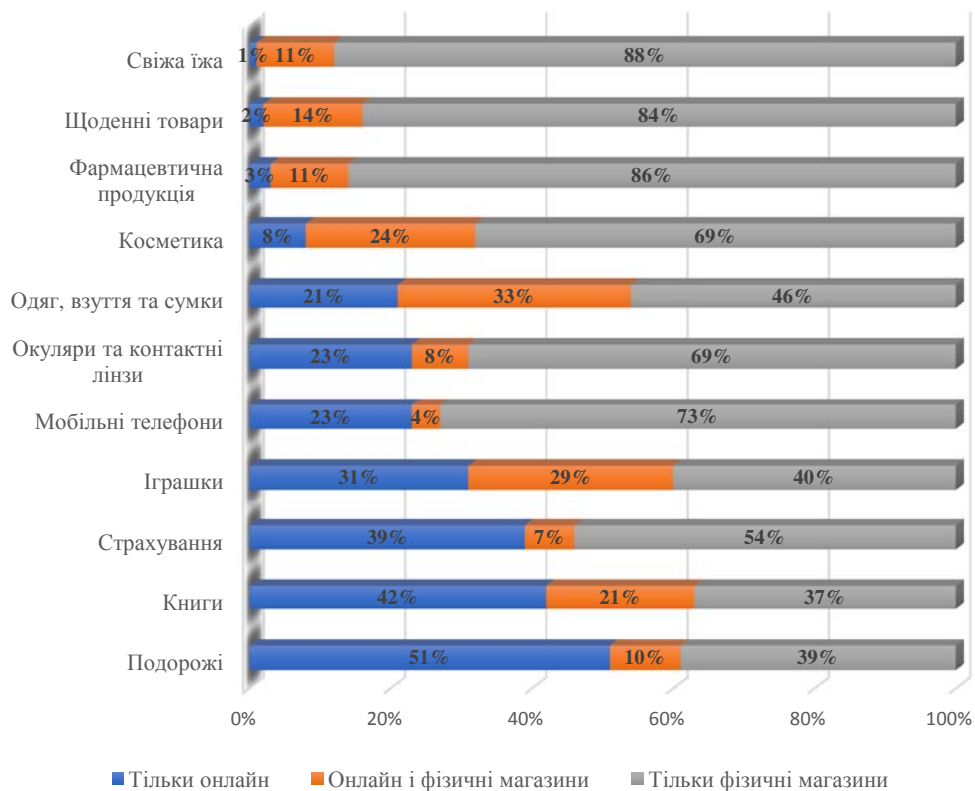


Рис. 4. Дистрибуція споживчих товарів у каналах закупівель у Японії станом на 2019 р. за категоріями продуктів

Джерело: розроблено авторами на основі [1; 7].

Згідно з рис. 4, ландшафт японської роздрібної торгівлі визначається фізичними каналами роздрібної торгівлі. Незважаючи на те, що ринок електронної комерції надає майже всі продукти та послуги, доступні у звичайних магазинах, японські споживачі, як правило, надають перевагу офлайн-каналам роздрібної торгівлі. Опитування 2019 р. показало, що споживачі більш охоче переходили на покупки товарів, пов'язаних із відпочинком і подорожами, лише в Інтернеті. Незважаючи на те, що мережі

супермаркетів у Японії наблизилися до багатоканальної моделі, створивши продуктові онлайн-магазини, значна більшість громадян не бажали користуватися цією послугою.

Прем'єр-міністр Йошіхіде Суга, якому доручено розвивати цифрові технології в Японії, окреслив плани створити цифрове агентство до осені 2021 р. Однак уряд ще має вжити багато заходів, щоб досягти свого бачення повністю цифровізованого суспільства, оскільки розвивати цифрові технології в організаціях і домогосподарствах дуже проблематично.

Основною перешкодою в державному секторі буде оптимізація адміністративних систем і стандартизація обміну даними між адміністративними рівнями. Оскільки кожна місцева влада в Японії використовує різні комп'ютерні системи для адміністративних процедур, мережі несумісні одна з іншою. Отже, зв'язок між агентствами через цифрові канали ускладнюється через політику безпеки кожної мережі та комп'ютерної системи. Щодо приватного сектору, то відсутність стимулів з боку уряду перешкоджатиме зусиллям цифрової трансформації. Міністерство економіки, торгівлі та промисловості зазначило, що головна слабкість бізнесу – небажання ризикувати та впроваджувати інновації. Тому більш ймовірно, що бізнес братиме за основу своєї діяльності попередні успіхи замість того, щоб вивчати інновації з вищим ризиком. З точки зору споживача, впровадження пристроїв ІКТ і цифрових технологій обумовлено зростанням кількості швидких і зручних послуг, що надаються через Інтернет. Хоча споживачі відкриті для вивчення інноваційних технологій, головною проблемою у цьому контексті буде гарантування безпеки персональних даних. Занепокоєння щодо конфіденційності залишиться в пропозиції суперрозумного суспільства, в якому цифрові дані збираються від кожної людини та машини. Незважаючи на те, що уряд сприяє цифровізації японського суспільства, пандемія COVID-19 змусила багато компаній і приватних домогосподарств перейти в Інтернет. Добровільне відключення та самоізоляція призвели до швидкого переходу до віддаленої роботи та зростання ринку електронної комерції в країні. Японському уряду доведеться переконати громадян у перевагах суперрозумного суспільства, оскільки через кілька років після оголошення концепції громадяни все ще стримані щодо безпеки платформного суспільства. Згідно з опитуванням Національного інституту наукової та технологічної політики, лише приблизно кожен третій респондент був оптимістично налаштований щодо покращень, зумовлених «Суспільством 5.0». Основні занепокоєння були пов'язані з уразливістю великомасштабного збору даних і колективного зберігання персональних даних, даних про діяльність і безпеку. Спалах пандемії COVID-19 відкрив можливість для онлайн-платформ, оскільки все більше споживачів використовують цифрові технології.

Досвіду Японії в сфері цифрової торгівлі достатньо для впровадження його у розвиток цифрової торгівлі інших країн. Протягом останніх років Україна та Японія плідно співпрацюють, зокрема у таких сферах, як: торговельна політика, науково-технічний прогрес, наукові інституції та продовольча підтримка. Саме тому досвід діджиталізації Японії для України вкрай важливий, доречний та доцільний. В умовах глобалізаційного прагнення України одним із головних аспектів діджиталізації економіки є цифрова торгівля на глобальних ринках. Проте необхідно подолати деякі перешкоди, що дасть змогу прискорити розвиток цифровізації. Головна перешкода –

побоювання щодо витоку даних або неналежного використання особистої інформації, знижує рівень застосування безготівкових розрахунків.

Страх щодо втрати або крадіжки кредитних карток, нераціонального витрачання коштів також зумовлює уповільнення розвитку цифровізації.

Компанії отримують особисту інформацію клієнтів (історію покупок / розрахунків тощо), але незрозумілий принцип конфіденційності. Часто виникають питання щодо необхідності комісії або членства залежно від методу оплати або обраної послуги. В Україні деяким споживачам важче зрозуміти суть безготівкового розрахунку, ніж, наприклад в Європі, тому що це зумовлено наслідком застарілості економіки СРСР.

На основі проведеного дослідження та, з огляду на визначені перешкоди для розвитку цифрової торгівлі, розроблено модель впровадження досвіду діджиталізації Японії в розвиток цифрової торгівлі України.

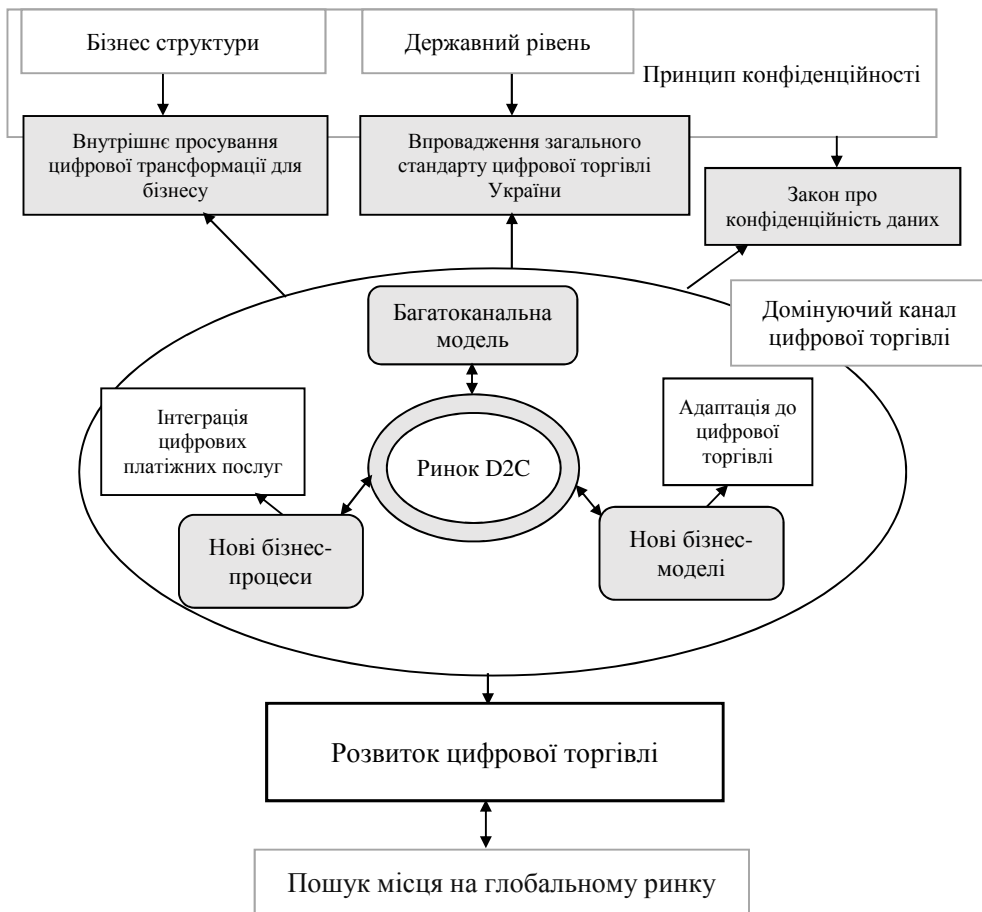


Рис. 5. Модель впровадження досвіду Японії в розвиток цифрової торгівлі України
Джерело: розроблено авторами.

Згідно з рис. 5 основу для моделі становить ринок D2C як домінуючий канал цифрової торгівлі, саме він, на думку науковців, сприятиме швидкій трансформації

цифрової торгівлі в Україні. Ринок D2C – нове явище в торгівлі. З поширенням інтернету, бізнес зміг переключитися на D2C. У XXI ст. такий захід став вимушеним для безлічі нішевих гравців. D2C, на думку авторів, має бути домінантним каналом, бо він розвивається відповідно до технологічних можливостей, а отже, з урахуванням сегментації споживчого попиту. D2C надає необмежений простір для зростання. Цифрова трансформація торгівлі України спонукає до адаптації нових бізнес-моделей відповідно до вимог цифрової торгівлі. Цифрові платіжні послуги мають інтегруватися в бізнес-процеси. Впровадження внутрішнього відділу просування цифрової трансформації для розвитку бізнесу та розробка загального стандарту цифрової торгівлі в країні – це два аспекти, які мають базуватись на принципі конфіденційності. Розроблена модель, на думку авторів, може становити основу для методичного підходу до визначення рівня розвитку цифрової торгівлі України.

Висновки і перспективи подальших розвідок. Незважаючи на імідж високотехнологічної нації, Японія сьогодні поступається іншим країнам за рівнем цифровізації. Колись це була друга найбільша економіка у світі після США, проте її випередив Китай. Так, Японія відстає не лише за рівнем економічного розвитку, а й за впровадженням інноваційних технологій, оскільки задоволені своїми фінансовими операціями установи та підприємства уникають проривних технологій.

Хоча електронна комерція існує в Японії вже понад 20 років, проте покупки в Інтернеті активно розвиваються лише протягом останніх років. Цифровізація продуктів і послуг, а також інтеграція революційних технологій, зокрема цифрових платіжних послуг, є частиною циклу, пов'язаного зі збільшенням споживання цифрових медіа та здатністю людей адаптуватися до технологій. Ця петля додатково сприяє цифровізації державного сектору. Споживчий та приватний сектори звикають до онлайн-сервісів і цифрових методів оплати, що стимулюватиме попит на цифрові транзакції та послуги в державних установах. Україна ідентично впроваджує діджиталізацію економіки, проте вона ще не має досвіду Японії щодо застосування інноваційних технологій.

Як напрям подальших досліджень, варто вказати розробку методичного підходу до оцінювання рівня розвитку цифрової торгівлі на глобальних ринках.

Література

1. Blair, W. (2021, April 13). The Digitalization of Japan. *Seeking Alpha*. URL: <https://cutt.ly/KM5lxAs>
2. Huaping, G., & Binhua, G. (2022, September). Digital economy and demand structure of skilled talents – analysis based on the perspective of vertical technological innovation. *Telematics and Informatics Reports*, 7. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2772503022000081>
3. Meeterenab, M., Trincado-Munozac, F., Tzameret, H. R., & Vorleye, T. (2022, June). Rethinking the digital transformation in knowledge-intensive services: A technology space analysis. *Technological Forecasting and Social Change*, 179. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0040162522001639>
4. Ni, W. (2022). Online and Offline Integration Development of Yiwu Cross-border E-commerce in Digital Economy Era. *Procedia Computer Science*, 202, 307–312. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877050922005750>

-
5. Okorieac, O., Russellb, J., Cherringtonc, R., Fisherd, O., & Charnley F. (2022, February). Digital transformation and the circular economy: Creating a competitive advantage from the transition towards Net Zero Manufacturing. *Resources, Conservation and Recycling*, 189. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0921344922005882#preview-section-snippets>
 6. Penga, Y., & Changqi, T. (2022, July–September). Can digital transformation promote enterprise performance? – From the perspective of public policy and innovation. *Journal of Innovation & Knowledge*, 7 (3). URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2444569X22000385>
 7. Sodsriwiboon, P., Khera, P., & Xu R. (2021, June 1). Japan's Digitalization Can Add Momentum for Economic Rebound. *International monetary fund*. URL: <https://www.imf.org/en/News/Articles/2022/05/31/CF-Japan-Digitalization-Can-Add-Momentum-for-Economic-Rebound>
 8. Voulgaridisa, K., Lagkasa, Th., Angelopoulosb, C. M., & Sotiris E. N. (2022, December 24). IoT and digital circular economy: Principles, applications, and challenges. *Computer Networks*, 219. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S138912862200490X>
 9. West, J. (2022, November 15). Digitization Could Finally Transform Japan's Economy. *Brink*. URL: <https://www.brinknews.com/digitization-could-finally-transform-japans-economy/>
 10. Жосан Г. (2020). Стан розвитку діджиталізації в Україні. Економічний аналіз, 30 (1)-2, 44–52. URL: <https://doi.org/10.35774/econa2020.01.02.044>
 11. Пищуліна, О. (2020, Жовтень). Цифрова економіка: тренди, ризики та соціальні детермінанти. Центр Разумкова. Заповіт. URL: https://razumkov.org.ua/uploads/article/2020_digitalization.pdf
 12. Семенов А. Ю. (2020). Стан розвитку та формування цифрової економіки в Україні. Гельветика. Проблеми системного підходу в економіці, 3 (77)-1. URL: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2020-3-10>
 13. Шевченко І. О. (2022). Смарт-контракти як концепція технології блокчейн в цифровій торгівлі. *The IV International Scientific and Practical Conference «The latest implementation of technologies in education»*, Munich, Germany. P. 116–120 p.

References

1. Blair, W. (2021, April 13). The Digitalization of Japan. *Seeking Alpha*. Retrieved from: <https://cutt.ly/KM5lxAs> [in English].
2. Huaping, G., & Binhua, G. (2022, September). Digital economy and demand structure of skilled talents - analysis based on the perspective of vertical technological innovation. *Telematics and Informatics Reports*, 7. Retrieved from: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2772503022000081> [in English].
3. Meeterenab, M., Trincado-Munozac, F., Tzameret, H. R., & Vorleye, T. (2022, June). Rethinking the digital transformation in knowledge-intensive services: A technology space analysis. *Technological Forecasting and Social Change*, 179. Retrieved from: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0040162522001639> [in English].

4. Ni, W. (2022). Online and Offline Integration Development of Yiwu Cross-border E-commerce in Digital Economy Era. *Procedia Computer Science*, 202, 307-312. Retrieved from: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877050922005750> [in English].
5. Okorieac, O., Russellb, J., Cherringtonc, R., Fisherd, O., & Charnleye F. (2022, February). Digital transformation and the circular economy: Creating a competitive advantage from the transition towards Net Zero Manufacturing. *Resources, Conservation and Recycling*, 189. Retrieved from: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0921344922005882#preview-section-snippets> [in English].
6. Penga, Y., & Changqi, T. (2022, July–September). Can digital transformation promote enterprise performance? - From the perspective of public policy and innovation. *Journal of Innovation & Knowledge*, 7 (3). Retrieved from: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2444569X22000385> [in English].
7. Sodsriwiboon, P., Khera, P., & Xu R. (2021, June 1). Japan's Digitalization Can Add Momentum for Economic Rebound. *International monetary fund*. Retrieved from: Retrieved from: Retrieved from: <https://www.imf.org/en/News/Articles/2022/05/31/CF-Japan-Digitalization-Can-Add-Momentum-for-Economic-Rebound>
8. Voulgaridisa, K., Lagkasa, Th., Angelopoulozb, C. M., & Sotiris E. N. (2022, December 24). IoT and digital circular economy: Principles, applications, and challenges. *Computer Networks*, 219. Retrieved from: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S138912862200490X>
9. West, J. (2022, November 15). Digitization Could Finally Transform Japan's Economy. *Brink*. Retrieved from: <https://www.brinknews.com/digitization-could-finally-transform-japans-economy/> [in English].
10. Zhosan, H. (2020). Stan rozvytku didzhytalizatsii v Ukraini. [The state of development of digitalization in Ukraine]. *Ekonomichnyi analiz*, 30(1)-2, 44-52. Retrieved from: <https://doi.org/10.35774/econa2020.01.02.044> [in Ukrainian].
11. Pyshchulina, O. (2020, October). Tsyfrova ekonomika: trendy, ryzyky ta sotsialni determinanty. [Digital economy: trends, risks and social determinants]. *Tsentr Razumkova. Zapovit*. Retrieved from: https://razumkov.org.ua/uploads/article/2020_digitalization.pdf [in Ukrainian].
12. Semenog, A.Yu. (2020). Stan rozvytku ta formuvannia tsyvrovoi ekonomiky v Ukraini. [The state of development and formation of the digital economy in Ukraine]. *Helvetyka. Problemy systemnoho pidkhodu v ekonomitsi*. 3(77)-1. Retrieved from: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2020-3-10> [in Ukrainian].
13. Shevchenko, I. O. (2022). Smart contracts as a concept of blockchain technology in digital trade *The IV International Scientific and Practical Conference «The latest implementation of technologies in education», Munich, Germany*. 116-120 p. [in Ukrainian].

Статтю отримано 11 січня 2023 р.

Article received January 11, 2023.