

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»  
ФАКУЛЬТЕТ НАЦІОНАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ, ПРАВА  
ТА МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН

*Кафедра міжнародних  
відносин і політичного менеджменту*

**Здановська Юлія Юріївна**

## **КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

**на тему:**

**«РОЗВИТОК МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ»**

Спеціальність: 292 «Міжнародні економічні відносини»

Допускається до захисту

Протокол № \_\_\_\_\_

від \_\_\_\_\_

завідувач кафедри

міжнародних відносин

і політичного

менеджменту

д.н. держ.упр., доц.,

**Вікторія ЗАГУРСЬКА-АНТОНІЮК**

\_\_\_\_\_  
(підпис)

Науковий керівник

д.е.н. Т.О. Власюк

\_\_\_\_\_  
(підпис)

Рецензент

к.е.н., доц. І. Л. Грабчук

\_\_\_\_\_  
(підпис)

**Житомир  
2024**

**Я, Здановська Юлія Юріївна**, цим засвідчую, що представлена до захисту кваліфікаційна робота виконана на основі власних наукових досліджень. Текст не містить доробку інших дослідників без відповідних посилань на їх праці.

Я попереджений про те, що буду недопущений до захисту, а в разі отримання диплому – буду позбавлений його відповідно до чинного законодавства України.

## ЗМІСТ

|                                                                           |    |
|---------------------------------------------------------------------------|----|
| Вступ                                                                     | 4  |
| РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ<br>МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ           | 7  |
| 1.1. Поняття та роль міжнародної торгівлі                                 | 7  |
| 1.2. Регулювання міжнародної торгівлі                                     | 12 |
| 1.3. Основні етапи розвитку міжнародної торгівлі                          | 18 |
| Висновки до розділу 1                                                     | 23 |
| РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ<br>НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ | 25 |
| 2.1. Аналітичне дослідження розвитку міжнародно торгівлі                  | 25 |
| 2.2. Перспективи розвитку міжнародної торгівлі                            | 33 |
| 2.3. Інновації в міжнародній торгівлі                                     | 37 |
| Висновки до розділу 2                                                     | 42 |
| РОЗДІЛ 3. РОЗВИТОК МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ В УМОВАХ<br>ЦИФРОВІЗАЦІЇ          | 44 |
| 3.1. Роль електронної комерції в міжнародній торгівлі                     | 44 |
| 3.2. Вплив штучного інтелекту на міжнародну торгівлю                      | 48 |
| Висновки до розділу 3                                                     | 57 |
| Висновки та пропозиції                                                    | 58 |
| Список використаних літературних джерел                                   | 61 |
| Додатки                                                                   | 66 |

## ВСТУП

Міжнародна торгівля є однією з рушійних сил світової економіки та глобалізації. Вона об'єднує країни в єдину економічну систему, сприяє обміну товарами, послугами, технологіями та ідеями, стимулюючи економічне зростання та розвиток. Проте сучасні умови, в яких функціонує міжнародна торгівля, характеризуються низкою викликів та змін, що вимагають пристосування та адаптації.

Глобалізаційні процеси, інтенсифікація руху капіталів, товарів і послуг, стрімкий розвиток інформаційних технологій та цифровізація відкривають нові можливості для міжнародної торгівлі, але водночас створюють і нові виклики. Посилення конкуренції на світових ринках, торговельні війни між провідними економічними гравцями, протекціоністські тенденції та зростання економічного націоналізму – все це створює перешкоди для вільного руху товарів та послуг.

Крім того, сучасні умови міжнародної торгівлі формуються під впливом низки факторів, таких як зміни в геополітичній ситуації, виклики глобального потепління та екологічні проблеми, розвиток нових технологій та інновацій, а також непередбачувані події, такі як пандемія COVID-19, що спричинила зміни у глобальних ланцюгах постачання.

У цьому контексті важливо зрозуміти сучасні тенденції та особливості розвитку міжнародної торгівлі, проаналізувати виклики та загрози, а також визначити перспективи її розвитку. Це дозволить країнам максимально використати переваги міжнародної торгівлі для забезпечення стійкого економічного зростання.

Питання міжнародної торгівлі активно висвітлюється у вітчизняній та зарубіжній економічній літературі. Зокрема, ця тематика неодноразово піднімається в працях таких науковців, як І. Ляшко, О. Єременко, Т. Камінська, Ю. Чириченко, А. Філіпенко, Г. Михайліченко, А. Клімова, В. Хачатрян, О. Кульганік та інші.

**Мета дослідження** полягає у виявленні тенденцій розвитку міжнародної торгівлі та факторів, що визначають її перспективи. Для вирішення даної мети поставлені такі завдання:

- розкрити поняття та роль міжнародної торгівлі;
- висвітлити особливості регулювання міжнародної торгівлі;
- визначити основні етапи розвитку міжнародної торгівлі;
- провести аналітичне дослідження розвитку міжнародно торгівлі,
- визначити перспективи розвитку міжнародної торгівлі;
- обґрунтувати інновації в міжнародній торгівлі;
- розкрити роль електронної комерції в міжнародній торгівлі;
- описати вплив штучного інтелекту на міжнародну торгівлю.

**Об’єктом дослідження** є міжнародна торгівля товарами та послугами.

**Предметом дослідження** є тенденції розвитку міжнародної торгівлі.

**Методи дослідження.** При написанні кваліфікаційної роботи використовувалися методи порівняльного аналізу, синтезу, наукової абстракції, порівняння, систематизації та узагальнення, статистичних даних.

**Теоретико-методологічну основу** дослідження склали фундаментальні та прикладні наукові дослідження вчених у галузі міжнародної торгівлі та міжнародної економічної інтеграції.

**Інформаційно-емпірична база дослідження** сформована на основі інформаційної бази та офіційних матеріалів міжнародних структур, зокрема ООН, СОТ, ЮНКТАД.

**Практична значимість дослідження** полягає у вивченні трендів у міжнародній торгівлі товарами та послугами, розкритті сутності торговельної діяльності на міжнародному ринку, аналізі проблем міжнародної торгівлі країн.

## РОЗДІЛ 1

# ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ

### 1.1. Поняття та роль міжнародної торгівлі

В умовах дедалі більшої глобалізації світової економіки господарський імідж багатьох країн визначається їхньою міжнародною спеціалізацією. Традиційною та найрозвиненішою формою міжнародних економічних відносин є міжнародна торгівля, розвиток якої сприяло посиленню участі держави у цьому процесі.

Термін «міжнародна торгівля» вперше використав у XII столітті італійський учений-економіст Антоніо Маргаретті, автор економічного трактату «Влада народних мас на Півночі Італії».

Міжнародна торгівля - це набір дій, спрямованих на обмін капіталом, товарами та послугами між зарубіжними країнами через їхні міжнародні кордони. Вона є способом зв'язку між товаровиробниками різних країн, що виникає на основі міжнародного поділу праці, та характеризує їхню взаємозалежність. У широкому значенні, торгівля між країнами представляє оплачуваний сукупний товарообіг. Однак це поняття вживається і у вузькому понятті: наприклад, сукупний товарообіг промислово розвинених країн, що розвиваються, будь-якого континенту, регіону, району тощо.

Світова торгівля – це сукупність зовнішньої торгівлі країн світу. Вона відображає процес, який передбачає переміщення товарів та послуг за межі держави. Її також можна трактувати, як відносини держав з метою вивезення (експорту) та ввезення (імпорту) товарів та послуг.

В даний час активна участь країни у світовій торгівлі пов'язана зі значними перевагами: вона дозволяє більш ефективно використовувати наявні в країні ресурси, долучитися до світових досягнень науки і техніки, у більш

стислий термін здійснити структурну перебудову своєї економіки, а також повніше та різноманітніше задовольняти потреби населення.

Міжнародна торгівля вважається складною економічною категорією, яка може розглядати декілька основних аспектів (рис. 1.1).



Рис. 1.1. Основні аспекти міжнародної торгівлі

1. Організаційно-технічний. У ньому розглядається фізичний обмін товарами, приділяючи особливу увагу проблемам їхнього переміщення між контрагентами та перетину кордонів держави. Цей аспект є об'єктом вивчення таких дисциплін, як міжнародне право та митна справа.

2. Ринковий. Він припускає, що міжнародна торгівля - це сукупність попиту та пропозиції. При цьому під попитом розуміється загальна кількість продуктів, яку споживачі готові купити за справжніми цінами, а під пропозицією - обсяг товарів, який виробники здатні запропонувати за цінами, що діють. Попит та пропозиція матеріалізуються у зустрічних потоках - імпорті та експорті.

3. Соціально-економічний аспект розуміє міжнародну торгівлю як сукупність суспільних відносин, що мають низку наступних ознак:

- носять світовий характер, тобто у них беруть участь усі держави світу та економічні угруповання;
- об'єктивні і універсальні, оскільки залежить від волі одного конкретного споживача.

Основними формами міжнародної торгівлі є експорт та імпорт товарів.

Країни імпортують ті товари, які неможливо чи не вигідно виробляти у країні. Імпорт має низку переваг для споживачів, організацій, країни загалом:

- задоволення потреб індивідуальних споживачів, підприємств, країни;
- зниження виробничих витрат;
- придбання більш якісного або дешевого товару;
- зростання конкуренції на національному ринку;
- можливість купувати товари, ресурси, сировину, які не виробляються або неможливо виготовити в країні;
- розвиток торгових відносин з іноземними партнерами.

З появою міжнародної торгівлі багато товарів імпортувалися через неможливість виробництва їх у силу природно-кліматичних умов, а також через відсутність у країні технологій виробництва певних товарів. Наприклад – спеції, вина, сири, фрукти, тканини, прикраси тощо.

Отже, передумовами виникнення міжнародної торгівлі є низка факторів:

- природно-кліматичні умови;
- рівень розвитку науки та технологій;
- досвід та традиції у виробництві продукції.

Всі ці особливості призводять до того, що витрати виробництва товарів у різних країнах відрізняються. Різниця у витратах дозволяє отримувати вигоду у торгівлі. Це і є головною причиною міжнародної торгівлі.

Розглядаючи джерела виникнення імпорту, варто звернутися до робіт учених-економістів, які вивчали основні концепції та теорії міжнародної торгівлі. Безліч століть налічує еволюція економічних знань про міжнародні торговельні відносини, а методологія теоретичних інструментів охоплює майже всі школи економічної думки. Сучасний аналіз міжнародних торговельних відносин вивчає передумови, закономірності та обмеження обміну товарами і послугами між економічними суб'єктами: країнами, фірмами.

Проте сучасні теорії міжнародної торгівлі спираються на праці вчених на початку XIX століття, які сформулювали основні теорії міжнародної торгівлі.

Отже, для того, щоб виявити роль імпорту в економіці країни та у світовій економіці загалом, слід звернутися до основних економічних теорій про міжнародну торгівлю (Додаток А).

Теоретично меркантилізму започаткувала стратегія імпортозаміщення, оскільки основною вимогою було скорочення імпорту та захист вітчизняних виробників від іноземних конкурентів.

Вчені-меркантилісти обґрунтовують необхідність втручання держави в економіку з метою забезпечення зростання національної промисловості, а також забезпечення позитивного сальдо торговельного балансу. Багато економістів зазначають, що на ранніх стадіях розвитку країни слід застосовувати політику протекціонізму, адже завдяки цій політиці багаті країни стали багатшими, а бідні – бідними. Слід зазначити, що це теорія застосовувалася практично кілька століть. Оскільки меркантилізм був популярний з XIV по XVII, то здавалося, що меркантилізм - це давнє минуле. Насправді, це не так. Центральна тема меркантилізму - це співвідношення протекціонізму та вільної торгівлі. Але ця тема є актуальною і сьогодні, оскільки багато країн обирають політику протекціонізму. Таким чином, у цій теорії роль імпорту для країни суттєво знецінюється.

В основі міжнародної торгівлі лежить концепція абсолютних та порівняльних переваг, де головний принцип – це свобода торгівлі, тобто експорт та імпорт однаково важливі для економіки. Але з погляду даних теорій застосування стратегії імпортозаміщення нераціональне. Шведські економісти Еге. Хекшер і Б. Олін, ґрунтуючись на теорії Д. Рікардо про порівняльні переваги, стверджували, що експорт товарів може бути замінений рухом факторів виробництва, а імпортувати вигідно ті товари, для виробництва яких спостерігається дефіцит факторів виробництва.

Теорія життєвого циклу товару та теорія спеціалізації виробництва є новітніми теоріями торгівлі. Дані теорії також ґрунтуються на висновках своїх попередників, але важливими складовими даних теорій є спеціалізація країни та ефект масштабу. Ці теорії дозволяють раціонально експортувати та

імпортувати товари, оскільки завдяки процесам глобалізації споживачам пропонується більше продукції за низькими цінами.

Існують дві взаємопов'язані тенденції, які зберігаються протягом багатьох століть у міжнародній торговельно-економічній політиці:

- прагнення до лібералізації міжнародної торгівлі, зміцнення інтеграційних зв'язків з іншими країнами, знищення торгових бар'єрів, у зв'язку з чим відбувається поглиблення міжнародного поділу праці;

- одночасне посилення протекціонізму, заборона проникнення іноземного капіталу та товарів у країну.

Макроекономічним показником, що відбиває ступінь залежності економіки від зовнішніх ринків, є зовнішньоторговельне сальдо. Зовнішньоторгове сальдо - вартісна різниця між експортом та імпортом. Якщо експорт переважає вартісному вираженні над імпортом, то сальдо вважається позитивним (активним). Якщо імпорт перевищує експорт у вартісному вираженні, то сальдо вважається негативним (пасивним). Країни прагнуть позитивного зовнішньоторговельного сальдо, оскільки це дозволяє країні не залежати від інших і самостійно забезпечувати потреби.

Таким чином, сучасна міжнародна торгівля товарами та послугами – це центральне місце у системі міжнародних економічних відносин. Експорт та імпорт – це основні форми міжнародної торгівлі, які забезпечують конкурентоспроможність країні на світовій арені.

Існує безліч теорій міжнародної торгівлі, де представлені різні погляди вчених-економістів на роль експорту та імпорту у міжнародній торгівлі, чому країни торгують і як країні примножити своє багатство за допомогою торгівлі. Нині роль експорту та імпорту однаково важлива економіки кожної країни.

## **1.2. Регулювання міжнародної торгівлі**

Регулювання міжнародної торгівлі можна розглядати на рівні державного регулювання та регулювання з допомогою міжнародних угод.

Міжнародна торгівля здійснюється на основі принципів, які отримали своє закріплення в міжнародно-правових документах. Система загальних основних принципів міжнародної торгівлі включає 10 наступних принципів:

- 1) повагу суверенітету та невтручання у внутрішні справи держав;
- 2) рівноправність та відсутність дискримінації партнерів;
- 3) взаємна допомога у вирішенні глобальних проблем;
- 4) взаємна вигода;
- 5) спрямованість на досягнення міжнародного поділу праці;
- 6) основна мета міждержавної взаємодії: економічний розвиток та соціальний прогрес;
- 7) добровільність щодо участі у міжнародному економічному співробітництві;
- 8) спрямованість на розвиток регіональних економічних угруповань, економічного співробітництва між країнами, що розвиваються;
- 9) зосередження країн на збільшенні припливу міжнародної фінансової, технічної та економічної допомоги для прискорення свого економічного зростання;
- 10) колективна відповідальність за наслідки у міжнародній економічній діяльності.

Економічні відносини між країнами характеризуються постійним рухом та змінами. Держави, використовуючи низку заходів та інструментів, мають на меті підвищення добробуту, захисту вітчизняних споживачів та виробників. Ці заходи та інструменти включають тарифні та нетарифні методи.

Ці поняття почали використовуватися достатньо давно: «Ще з середини XX століття в термінологічний лексикон міжнародної торгівлі міцно увійшли терміни «тарифне і нетарифне регулювання зовнішньої торгівлі». Офіційного визначення терміни «тарифні» і «нетарифні» заходи не мають. Однак

встановилося їх робоче визначення. До тарифних заходів відносять всі види мит, митні збори та інші види митних платежів. Намітилася також тенденція включати податки в число квазітарифних заходів» [4].

Тарифні методи мають прямий вплив на ціну товарів, що є предметом торгівлі, та непрямий вплив на обсяги міжнародної торгівлі.

Тарифні методи зводяться до застосування мита – податків, що сплачуються за перевезення товару через кордон. Метою встановлення мита є обмеження імпорту та зниження конкуренції з боку закордонних виробників. Експортне мито використовується набагато рідше, ніж імпортне. За способом обчислення мита поділяються на адвалорні та специфічні (що стягуються у вигляді фіксованої суми).

Нетарифні методи регулювання зовнішньої торгівлі розуміються як застосування інструментів зовнішньоторговельного регулювання, відмінних від мит. До них відносяться: розподіл квот, ліцензування, обмеження експорту, експортні субсидії, адміністративні та технічні бар'єри та ін. Таким чином, як заходи захисту внутрішнього ринку державами можуть використовуватися перелічені заходи, але найчастіше застосовуються антидемпінгові компенсаційні та спеціальні захисні заходи. Вони застосовуються у вигляді додаткових підвищених мит понад встановлений імпортний тариф, цінові та кількісні обмеження.

Реалізація ідеї глобального економічного простору ґрунтується на принципах вільної торгівлі, усунення нетарифних бар'єрів та зниження мит.

Комплекс заходів нетарифного регулювання включає: заборону імпорту та (або) експорту товарів; кількісні обмеження; виключне право; автоматичне ліцензування (спостереження) ввезення та (або) вивезення товарів; дозвільний порядок експорту чи імпорту.

Заходи нетарифного регулювання можуть використовуватися державами як в економічних, так і політичних та військових цілях.

«В останні десятиліття лібералізація міжнародної торгівлі у рамках ГАТТ/СОР сприяла переходу від використання митно-тарифного

регулювання до нетарифного, в якому значну роль відіграють стандарти» [5, с. 3].

Економічні цілі включають захист внутрішнього ринку та споживачів, забезпечення присутності вітчизняної продукції на іноземних ринках та ін.

Процес інтернаціоналізації економічного життя, що набуває рис глобалізації, залучає до себе країни, які виходять зі своїх національних економічних інтересів. Виходячи з цього, виникає необхідність узгодженого регулювання міжнародної торгівлі на багатосторонній основі. Це є причиною створення світовим співтовариством спеціальних міжнародних організацій (об'єднання міждержавного чи недержавного характеру, створене на основі угод для досягнення певних цілей), що регулюють процедури здійснення міжнародних торгових угод та контролю за їх виконанням державами — членами цих організацій.

Однією з таких організацій є Генеральна угода з тарифів та торгівлі (ГАТТ), яка заклала основні принципи регулювання світової торгівлі та сприяла створенню СОТ (Світова Торгова Організація). Основними функціями ГАТТ були: надання впливу державну торговельну політику, з допомогою вироблення комплексу правил світової торгівлі; усунення міждержавних суперечок; прагнення лібералізації торгових відносин.

Отже, головною метою ГАТТ було забезпечення безпеки та передбачуваності міжнародних торговельних відносин шляхом усунення торговельних обмежень; ліквідації всіх форм дискримінації у світовій торгівлі з метою підвищення рівня життя населення, раціоналізації використання сировини, економічного зростання виробництва та торговельного обміну. Одним із досягнень у діяльності ГАТТ стало значне зниження середнього мита країн-учасниць організації.

Принципи, сформовані ГАТТ, заклали основу для розвитку нової міжнародної організації - СОТ, яка включає 161 державу.

Розглянемо роль Світової організації торгівлі у регулюванні міжнародної торгівлі. Світова організація торгівлі (СОТ) - це міжнародна економічна

організація, що займається питаннями багатостороннього регулювання торгівлі товарами, послугами та інтелектуальною власністю.

СОТ також визначає зведення правил щодо прав та обов'язків країн, що входять до її складу, у сфері міжнародної торгівлі та послуг, які надають країни-учасниці. Ця організація бере на себе відповідальність зробити міжнародну торгівлю справедливою та передбачуваною, що має послужити поліпшенню економіки країн та покращенню добробуту народів, що живуть у країнах, що беруть участь у СОТ. Країни-учасниці зобов'язуються дотримуватися правил і угод і контролювати їх дотримання, проводити контроль за врегулюванням товарних відносин відповідно до правил СОТ. Так само при можливості допомагати країнам, що розвиваються, і спостерігати над тим, як ці держави ведуть свою економічну політику.

Створенню СОТ сприяло наявність спільних цілей країн-учасниць, а саме: бажання створити загальне зведення правил і тарифів у системі світової торгівлі, щоб товар на ринки країн міг надходити, а також імпортуватися в будь-яких бажаних кількостях і щоб ці правила не могли скасувати довільно виниклі обмеження імпорту. У СОТ також передбачено і те, що, якщо внаслідок кризових ситуацій, або хтось із членів СОТ порушив правила організації, країни-учасниці оподатковуються правом на компенсаційні та антидемпінгові заходи для обмеження доступу до їхнього ринку.

Завдання СОТ полягають у сприянні регламентації процесу торгівлі в рамках системи, що базується на певних правилах; вирішення торгових міжнародних спорів; аналіз національної торгової політики держав; проведення багатосторонніх торгових переговорів між заінтересованими країнами-членами організації. В основі діяльності цієї організації лежать 60 угод СОТ – основні правові норми політики міжнародної комерції та торгівлі.

Ці угоди засновані на двох принципах, один з яких – відсутність дискримінації (режим найбільшого сприяння: гарантія захисту експорту та забезпечення рівноцінних умов для імпорту кожній країні), а інший –

посилення вільних громадських умов торгівлі, стимулювання конкуренції та додаткові положення для найменш розвинених країн.

Створенню СОТ сприяло наявність спільних цілей країн-учасниць, а саме: бажання створити загальне зведення правил і тарифів у системі світової торгівлі, щоб товар на ринки країн міг надходити, а також імпортуватися в будь-яких бажаних кількостях і щоб ці правила не могли скасувати довільно виниклі обмеження імпорту. У СОТ також передбачено і те, що, якщо внаслідок кризових ситуацій, або хтось із членів СОТ порушив правила організації, країни-учасниці оподатковуються правом на компенсаційні та антидемпінгові заходи для обмеження доступу до їхнього ринку.

Так само метою створення СОТ було прагнення надати світовій торгівлі більше ліберальності за коштами встановлення певних тарифів, яким повинні наслідувати країни-учасниці, скорочення імпорتنих мит, а в тому числі позбавлення від усіляких перешкод, що не входять у рамки тарифів, та позбавлення від обмежень на кількість товару.

Світова організація торгівлі займається публікацією матреїалів за своєю діяльністю у таких виданнях як:

- World Trade Report – щорічне видання, що містить важливу інформацію про зміну торгових напрямків на світових ринках, торгових політик різних країн;

- International Trade Statistics - щорічне видання, що містить докладну статистику торгових операцій за регіонами, видами продукції, формами товарообміну;

- Annual Report - щорічне інформаційне зведення діяльності Світової організації торгівлі, містить плани щодо розвитку, структури та персоналу [14].

У процесі свого розвитку СОТ стикається з різними проблемами, крім процедурних складнощів при прийнятті в організацію нових держав, особливо у зв'язку з інтеграційними процесами, що спостерігаються сьогодні в усьому

світі, які призводять до необхідності зміни завдань та коригування ролі СОТ в інтернаціоналізації міжнародних економічних зв'язків.

Регулювання торгового обміну послугами на глобальному рівні здійснюється відповідно до Генеральної угоди з торгівлі послугами (ГАТС). Воно ґрунтується на раніше закладених принципах ГАТТ стосовно товарів: недискримінації, національного режиму, невикористання національних законів на шкоду іноземним виробникам. Однак деякі особливості послуг ускладнюють реалізацію цих правил.

Послуги, на які поширюється дія ГАТС, згруповані Секретаріатом СОТ на 12 основних розділів: ділові, інжинірингові, освітні, туристичні, транспортні, фінансові та інші послуги. Через специфіку (нематеріальність, неможливість зберігання) торгівлі послугами режим сприяння застосовується кожної країни окремо. Країни-учасниці СОТ відповідно до правил Угоди визначають конкретні розділи послуг та ступінь їхньої відкритості для іноземної конкуренції.

З ініціативи соціалістичних і ряду країн, що розвиваються, було прийнято рішення про створення органу в системі ООН, який би регулював міжнародну торгівлю за більш справедливими принципами. Головна ідея Конференції ООН з торгівлі та розвитку (ЮНКТАД) полягає у зосередженні механізму регулювання на користь країн, що розвиваються.

Діяльність ЮНКТАД реалізується на основі принципів рівності держав у міжнародних економічних відносинах; ліквідація дискримінації та економічного тиску; поширення режиму найбільшого сприяння міжнародної торгівлі; надання привілеїв країнам, що розвиваються; сприяння розширенню експорту у країнах. Отже, основною метою ЮНКТАД є підтримка та сприяння подальшому розвитку світової торгівлі для прискорення міжнародного розвитку, особливо країн, що розвиваються.

Головними експортними товарами для країн є сировинні ресурси. Тому й доцільно здійснювати міжнародне регулювання торгівлі у цьому сегменті. Одним із ефективних методів реалізації регулювання міждержавних

сировинних товарних потоків є міжурядові товарні угоди. Найбільші з них - Міжнародна організація з кави (МОК), Міжнародна організація з тропічної деревини (МОТД), Міжнародна організація з натурального каучуку (МОНК) та інші на правовій основі виробляють та реалізують загальну політику щодо їх купівлі-продажу.

Важливу роль розробці механізмів міждержавного регулювання світового ринку грають інтеграційні об'єднання. На даний момент існує понад 80 регіональних торгових економічних об'єднань – ЄС (Європейський Союз), АСЕАН (Асоціація держав Південно-Східної Азії), ШОС (Шанхайська організація співробітництва), ОПЕК (Організація країн-експортерів нафти) та інші, що охоплюють понад 60% світової торгівлі.

Глобалізація міжнародної господарської діяльності та зростаюча взаємозалежність держав об'єктивно зумовлюють підвищення ролі багатосторонньої координації торговельно-економічних відносин та статусу відповідних міжнародних організацій у системі регулювання міжнародної торгівлі. Багатостороннє регулювання сприяє більш повному використанню переваг сучасного міжнародного поділу праці.

### **1.3. Основні етапи розвитку міжнародної торгівлі**

Термін міжнародної торгівлі був використаний вперше в XII столітті італійським вченим-економістом Антоніо Маргаретті, автором економічного трактату «Влада народних мас на Півночі Італії».

Кожна країна світу намагається зайняти лідируючі позиції на світовому ринку, пов'язано це в основному з багатьма перевагами, такими як:

- 1) інтенсифікація відтворювального процесу в національних господарствах є наслідком посилення спеціалізації, створення можливостей для зародження та розвитку масового виробництва, підвищення ступеня

завантаженості обладнання, зростання ефективності впровадження нових технологій;

2) збільшення міжнародної торгівлі дозволяє зайняти населення випуском нових товарів, тим самим дозволяючи скоротити безробіття;

3) світова торгівля дає змогу значно збільшувати розвиток підприємства країн. Це спричинено щорічним збільшенням міжнародної конкуренції;

4) виручка від продажу сировини на світовому ринку є джерелом накопичення капіталу.

В даний час лідируючі позиції на міжнародному ринку серед усіх країн світу займає Китай, США, Німеччина та Японія.

Еволюція класичних теорій міжнародної торгівлі в суттєвій мірі визначалася тим економічним контекстом, який переважав у глобальній економіці на відповідний період розвитку. Так, Степанов О.М. визначає такі етапи розвитку світової економіки: «етап міжнародної торгівлі (кінець XV – перша половина XIX ст.), міжнародних інвестицій ( друга половина XIX – перша половина XX ст.), міжнародної інтеграції (50-ті – 80-ті роки XX ст.) і глобалізації (з кінця 80-х років XX ст.)» [20]. «Така періодизація передбачає послідовне виділення етапів в залежності від домінування форми міжнародних економічних відносин. В той же час, ця періодизація не означає, що з другої половини XIX століття міжнародна торгівля втратила своє значення, навпаки вона почала розвиватися на основі нових домінуючих факторів» [12].

Старт розвитку світової торгівлі і формування світового ринку прийнято пов'язувати з епохою Великих географічних відкриттів у XV - XVI ст., які у свою чергу сприяли виникненню морських торгових шляхів на постійній основі між Європою та іншими континентами. Раніше уявлялося можливим лише сухопутне сполучення між Європою та Азією з одного боку, і Африкою, з іншого, яке було в змозі забезпечувати лише невелику кількість перевезень, але за межами все ще залишалися острівні країни Азії та південної Африки, особливо американський континент. Дослідження, проведені раніше, показують, що в епоху доколумбових часів велику роль у розвитку торгівлі

відігравала Азія, особливо Китай та Індія, але мала можливість співпрацювати лише з сусідніми країнами. З погляду розвитку економіки цей регіон мало поступався феодальній Європі, але у чомусь навіть перевершував її.

У XVI столітті міжнародна торгівля мала колоніальний характер, тобто в основному забезпечувала доставку сировини та сільськогосподарської продукції (спеції, чай, бавовна, кава), а також екзотичних див та предметів розкоші з далеких країн. З Європи до колонії поверталася продукція мануфактур, переважно тканини. Колоніальні володіння стали основою розширення міжнародного обміну.

Тоді розвивалася політекономічна школа пізнього меркантилізму в європейській економіці, основним пунктом якої виступала система активного торговельного балансу. У той же час вважалося, що чим більша позитивна різниця між вартістю експорту та імпорту, тим країна стає багатшою. Тому європейські уряди запровадили обмежувальні правила на імпорт, ввівши мита на іноземні товари та стимулюючи експорт, зокрема, шляхом надання премій виробникам продукції, яка мала попит на зовнішньому ринку. Представники пізнього меркантилізму більше не піднімали багатство із золотом і сріблом, а сприймали його як надлишок, який незабаром мають перетворитися на гроші на зовнішньому ринку. Гроші їм служили як засобом накопичення, а й засіб звернення, чого не можна сказати про ранніх меркантилістів.

Справжній розквіт міжнародної торгівлі настав пізніше, разом з першою промисловою революцією, винаходом парової машини та переходом від мануфактур до фабричної системи виробництва у XVII столітті. Масштаби зовнішньоторговельного обміну значно зросли у зв'язку з розширенням колоніальної системи, перетворенням багатьох країн Азії, Африки та Латинської Америки на сільськогосподарські придатки розвинених країн, у сфери застосування капіталу, експлуатації дешевої робочої сили та, нарешті, на дуже ємні ринки збуту. Промислова революція призвела до радикальних змін у сфері господарських відносин. Основне місце у суспільстві зайняв промисловий капітал. Виникли національні ринки. Використання машин у

виробництві вивів розподіл праці за національні рамки, велика промисловість стала значною мірою залежати від міжнародних ринків.

Нова революція у шляхах сполучення відбулася трохи пізніше. Почали будувати залізниці, вітрильні судна замінювати пароплавами, все це сприяло розширенню можливості та підвищенню надійності вантажоперевезень, що вплинуло на розвиток світового економічного обміну втягувати нові континенти та країни та освоювати нові території.

Технічний прогрес, безумовно, сприяв стрімкому розвитку міжнародної торгівлі, а й розвиток капіталізму виявився не маловажним чинником. Розвиток спочатку відбувся в Європі, а потім у міру його поширення на інші континенти, в Північній Америці, Японії, Південній Америці та Австралії.

Завдяки цим двом факторам відбувається зародження індустріалізації, що сприяло підвищенню технічної оснащеності та продуктивності праці, переважання промислового виробництва в економіці, зростанню міст великих промислових центрів. Індустріалізація вплинула як на промисловість, а й інші галузі народного господарства, насамперед сільське господарство і транспорт, спричинила прогресивні зміни у громадському розподілі праці. Це викликало значне розширення внутрішніх ринків.

Ще однією рушійною силою розвитку торгівлі в цілому, і світової торгівлі зокрема, стало потужне піднесення ресурсодобувного та обробного секторів економіки, включаючи електроенергетику, електротехніку та автомобільну промисловість під час другої промислової революції першої половини XX століття.

У другій половині XX століття основними факторами зростання виробництва та торгівлі стали нова науково-технічна революція, перетворення колишніх колоній на незалежні держави та міжнародні інтеграційні процеси. Також вплинуло і те, що ці десятиліття були вільні від світових воєн та руйнівних економічних криз.

За п'ять десятиліть, починаючи з 1950 р., всесвітній валовий продукт зріс у 6,9 рази, а обсяг міжнародної торгівлі – у 18,6 рази. За всю свою історію світова економіка ніколи не зазнавала такого стрімкого зростання.

Початок XXI століття характеризується стратегічною невизначеністю сучасного світового розвитку, загострення соціально-економічних протиріч.

Тому для бізнесу важливо враховувати як тенденції розвитку міжнародної торгівлі, так і геополітичні виклики.

За останні 20 років експортна квота у світовому ВВП збільшилася більш ніж у 1,5 раза. Дані свідчать про високий рівень економічної взаємозалежності країн світу. Міжнародні експерти встановили позитивну кореляцію - чим більше фірми і країни мають доступ до ресурсів, що імпортуються, тим більше економіка інтегрується в міжнародні ланцюжки поставок і тим більше зростає експорт.

Активними учасниками міжнародної торгівлі виступають як розвинені, і країни, що розвиваються. У 2020 році до першої п'ятірки країн-експортерів увійшли Китай, США, Німеччина, Японія, Нідерланди. За ними слідують Південна Корея, Франція, Гонконг, Італія.

Дослідження показало, що за останні кілька років не відбувалося суттєвих зрушень у розвитку міжнародної торгівлі. За даними експертів СОТ, обсяг світової торгівлі товарами скоротився навіть на 0,1 % у 2019 році, вперше після фінансової кризи 2008-2009 років, що було викликано зростанням напруженості в торгівлі та ослабленням економічного зростання, а також більш слабким зростанням світового ВВП, який сповільнився до 2,3% у 2019 році. Світовий експорт товарів скоротився на 3%. Світовий експорт комерційних послуг збільшився на 2 %, але темпи зростання різко знизилися на 9 % порівняно із зафіксованими показниками у 2018 році [41].

Міжнародні організації пояснюють уповільнення зростання світової торгівлі насамперед низьким рівнем економічної активності в розвинених країнах. Тому однією з ключових проблем для бізнесу країн, в експорті яких переважає частка продукції обробної промисловості.

В найближчі роки буде повільне зростання обсягів кінцевого споживання в розвинених країнах.

Пандемія COVID-19 призвела до ще більшого скорочення світової торгівлі 2020 року. Нові експортні замовлення на виробництво та послуги різко впали у першому та другому кварталах 2020 року. Пандемія вплинула на глобальну торгівлю послугами, оскільки багато найбільших постачальників і споживачів послуг ввели обмеження на поїздки. Однією з категорій, яка може отримати вигоду з пандемії, є ІТ-послуги, попит на які збільшився через збільшення числа людей, що працюють вдома [41].

Розвиток міжнародної торгівлі в сучасних умовах здійснюється під впливом різних складних та суперечливих за своїм впливом чинників. Серед них можна виділити:

- збільшення складності глобального ланцюжка поставок (сучасний кінцевий продукт є результатом виробництва багатьох підприємств з різних країн світу);
- розвиток економічних та митних спілок, що передбачають відсутність митних кордонів (тобто саме дані форми економічної інтеграції, по суті, і передбачають повну економічну лібералізацію всередині інтеграційних об'єднань);
- дія міжнародних угод, конвенцій та стандартів, таких як пакет угод ГАТТ/СОТ, спрямований на зниження митних тарифів та зняття бар'єрів на шляху переміщення товарів та послуг на світовому ринку, конвенції та стандарти Всесвітньої митної організації, що забезпечують безпеку та полегшення митного контролю тощо.

## **Висновки до розділу 1**

Розкрито сутність, аспекти та основні засади міжнародної торгівлі. Розглядаються методи міжнародного регулювання міжнародної

торгівлі у вигляді діяльності основних міжнародних організацій: їх структура, цілі, завдання, способи впливу тощо.

Сучасна світова економіка значною мірою схильна до тенденцій до глобалізації та інтеграції, що характеризується серйозними протиріччями, які спричиняють необхідність цілеспрямованого регулювання. Високу значущість для міжнародної торгівлі мають міжнародні угоди, що визначають основні правила та принципи міжнародної торгівлі. Найбільш відомі такі угоди, як: 1) Генеральна угода з тарифів і торгівлі (ГАТТ), пункти якої гарантують учасникам міжнародної торгівлі рівність та відсутність дискримінації; 2) Світова організація торгівлі (СОТ) є «наступницею» ГАТТ. Вона зберегла всі положення ГАТТ, доповнивши їх умовами забезпечення свободи торгівлі з допомогою лібералізації. СОТ не входить до ООН, що дозволяє їй реалізовувати незалежну політику. Визначальну роль формуванні чітких правил ведення бізнесу на міжнародній арені відіграє СОТ. У роботі розглянуто роль СОТ у регулюванні міжнародної торгівлі, її основні напрямки та участь в інтеграційних процесах зовнішньої торгівлі.

Детально розглянуто та проаналізовано процес еволюційного формування та розвитку світового ринку в цілому, а також сфери міжнародної торгівлі, зокрема. Вивченням різних аспектів у розвитку міжнародної торгівлі займається значна кількість вчених у різних країнах світу. Однак розвиток міжнародної торгівлі не стоїть на місці, це сфера економіки, що постійно розширюється і дуже динамічно змінюється, яка вимагає своєчасного і постійного аналізу та моніторингу. Особливе місце займають значення щодо цієї теми офіційні публікації міжнародних організацій: Світової організації торгівлі, Світового банку та інші.

## РОЗДІЛ 2

### ДОСЛІДЖЕННЯ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ

#### 2.1. Аналітичне дослідження розвитку міжнародно торгівлі

Динаміка міжнародної товарної торгівлі у XXI ст. демонструвала різні (як позитивні, і негативні) тренди окремих етапах світогосподарської еволюції. Проте вартісні обсяги світового товарного експорту у початковий період (2001-2013 рр.) зросли у 3,1 разу, а протягом новітнього часу (2014-2021 рр.) - лише на 14,0 %. При цьому виражена синусоїдна траєкторія вартісних показників вивезення на останньому 8-річному відрізку не змогла б досягти навіть цього рівня, якщо після млявих флуктуацій, а потім і кризового падіння в 2020 р. у зв'язку з поширенням у світі нової вірусної інфекції не сталося б суттєвий «відскоку» даного індикатора у 2021 р. [37; 38% 40].

Протягом останніх трьох років пандемія COVID-19 сильно вплинула на світову торгівлю. Наслідки економічних збоїв для світової торгівлі заслуговують на увагу завдяки своїй швидкості та інтенсивності, особливо під час відновлення (рис. 2.1).

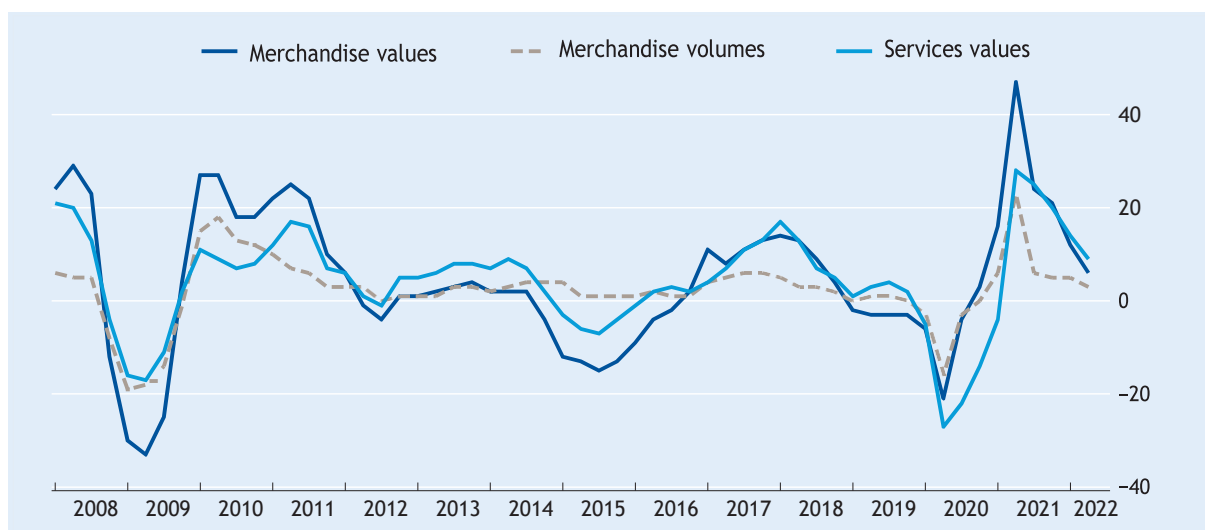


Рис. 2.1. Глобальні тренди в торгівлі [36]

Справді, після зниження вартості світового товарного експорту на 2,95 % у 2019 р. та 6,74 % внаслідок введених локдаунів у 2020 р. цей показник продемонстрував різке піднесення – на феноменальні для найновішого періоду 22,94 %. Таким чином, в абсолютному обчисленні вартісні обсяги глобального вивезення товарів зросли з 17,499 трлн дол. США у 2020 р. до 21,513 трлн дол. США у 2021 р. (таблиця 2.1). Подібна динаміка склалася на тлі відповідних зрушень у світовому виробництві валового продукту, які знайшли відображення у статистичних даних Міжнародного валютного фонду (МВФ) за періодом 2019-2021 рр. - відповідно 2,9%, - 3,1% та 6,1% [29; 33; 35; 26]. До речі, раніше МВФ публікував свої попередні оцінки зростання міжнародного товарного експорту у 2021 р. на дещо оптимістичнішому рівні +26,30 %.

Таблиця 2.1

Динаміка географічного розподілу світового експорту, 2014–2021 рр.  
(млрд дол. США, %)

| Показник/роки            | 2014    | 2015    | 2016    | 2017    | 2018    | 2019    | 2020    | 2021    |
|--------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 1                        | 2       | 3       | 4       | 5       | 6       | 7       | 8       | 9       |
| Експорт світ, всього     | 18858,9 | 16413,1 | 15926,9 | 17568,1 | 19332,3 | 18763,1 | 17499,0 | 21513,1 |
| Темпи зростання, %       | 0,01    | -12,97  | -2,96   | 10,31   | 10,04   | -2,95   | -6,74   | 22,94   |
| Експорт світ, всього (%) | 100,0   | 100,0   | 100,0   | 100,0   | 100,0   | 100,0   | 100,0   | 100,0   |
| В тому числі:            |         |         |         |         |         |         |         |         |
| 1. Китай                 | 12,4    | 13,9    | 13,3    | 12,9    | 12,9    | 13,3    | 14,8    | 14,1    |
| 2. США                   | 8,6     | 9,2     | 9,1     | 8,8     | 8,6     | 8,8     | 8,1     | 8,2     |
| 3. Німеччина             | 7,9     | 8,1     | 8,4     | 8,2     | 8,1     | 7,9     | 7,9     | 7,6     |
| 4. Японія                | 3,7     | 3,8     | 4,1     | 4,0     | 3,8     | 3,8     | 3,7     | 3,5     |
| 5. Нідерланди            | 3,1     | 2,8     | 2,9     | 3,0     | 3,0     | 3,1     | 3,2     | 3,2     |
| 6. Гонконг(САР Китаю)    | 2,8     | 3,1     | 3,2     | 3,1     | 2,9     | 2,9     | 3,2     | 3,1     |
| 7. Республіка Корея      | 3,0     | 3,2     | 3,1     | 3,3     | 3,1     | 2,9     | 2,9     | 3,0     |
| 8. Італія                | 2,8     | 2,8     | 2,9     | 2,9     | 2,8     | 2,9     | 2,8     | 2,8     |
| 9. Франція               | 3,0     | 3,0     | 3,1     | 3,0     | 2,9     | 3,0     | 2,7     | 2,6     |
| 10. Бельгія              | 2,5     | 2,4     | 2,5     | 2,4     | 2,4     | 2,4     | 2,4     | 2,5     |
| 11. Канада               | 2,5     | 2,5     | 2,4     | 2,4     | 2,3     | 2,4     | 2,2     | 2,3     |
| 12. Мексика              | 2,1     | 2,3     | 2,3     | 2,3     | 2,3     | 2,5     | 2,4     | 2,3     |
| 13. російська федерація  | 2,6     | 2,0     | 1,8     | 2,0     | 2,3     | 2,3     | 1,9     | 2,3     |
| 14. Великобританія       | 2,7     | 2,8     | 2,6     | 2,5     | 2,5     | 2,5     | 2,3     | 2,2     |

Продовження таблиці 2.1

| 1             | 2   | 3   | 4   | 5   | 6   | 7   | 8   | 9   |
|---------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 15. Сінгапур  | 2,2 | 2,1 | 2,1 | 2,1 | 2,1 | 2,1 | 2,1 | 2,1 |
| 16. Тайвань   | 1,7 | 1,7 | 1,8 | 1,8 | 1,7 | 1,8 | 2,0 | 2,1 |
| 17. В'єтнам   | 0,8 | 1,0 | 1,1 | 1,2 | 1,3 | 1,4 | 1,6 | 1,9 |
| 18. Індія     | 1,7 | 1,6 | 1,6 | 1,7 | 1,7 | 1,7 | 1,6 | 1,8 |
| 19. Іспанія   | 1,7 | 1,7 | 1,8 | 1,8 | 1,8 | 1,8 | 1,8 | 1,8 |
| 20. Швейцарія | 1,7 | 1,8 | 1,9 | 1,7 | 1,6 | 1,7 | 1,8 | 1,8 |

У порівнянні з іншими нещодавніми торговельними спадами, спад світової торгівлі у 2020 році був порівнянний зі світовою фінансовою кризою 2008/09 років і значно гіршим, ніж у результаті глобальної рецесії 2015 року. Серйозний спад 2020 року став наслідком широкомасштабних транскордонних обмежень та інших логістичних збоїв, за якими послідувало зниження світового попиту в міру розгортання криз у сфері охорони здоров'я та економіки в усьому світі. Незважаючи на це, початкові очікування двозначного скорочення світової торгівлі виявилися надто песимістичними, оскільки до кінця 2020 року світова торгівля вже почала відновлюватися. Протягом 2021 року вартість світової торгівлі стрімко відновилася завдяки значному відновленню світового попиту та зростанню цін на сировинні товари. З кінця 2020 року зростання торгівлі залишалося позитивним протягом середини 2022 року.

Під час розгляду динаміки вартості глобальних закупівель товарів у останні роки проглядаються аналогічні тренди. Так, після двох років її падіння на 2,91 % та 7,25 % відповідно у 2019 р. та 2020 р. відзначалося підвищення показника на 23,44 %.

Тобто в абсолютному обчисленні світовий товарний імпорт зріс з 17,721 трлн дол. США у кризовому 2020 р. до 21,875 трлн дол. США у 2021 р.

Проте, передуючи дослідженням траєкторії зміни вартості міжнародної товарної торгівлі протягом поточного року, можна відзначити, що прогнози МВФ і ЮНКТАД на 2022 р. трохи розходяться.

Якщо Фонд у своїй останній квітневій доповіді передбачає зростання вартісних обсягів світового вивезення товарів до 24,631 трлн дол. США, тобто

(згідно з розрахунками автора) на 14,49 %, то ЮНКТАД наприкінці лютого нинішнього року оцінював перспективи розвитку міжнародної торгівлі товарами (і послугами) більш стримано, звертаючи увагу на те, що її зростання може виявитися у 2022 р. дещо нижчим, ніж очікувалося, з урахуванням поточних макроекономічних тенденцій [26].

Проте розгляд динаміки міжнародного товарного обміну в успішному 2021 р. наочно показує, що минулого року було досягнуто найвищого показника його вартісного обсягу, що перевищує всі попередні досягнення протягом XXI ст. Відповідно виявився перевершеним також допандемійний рівень 2019 р. як у загальносвітовому плані, так і у провідних національних економіках — найбільших експортерах сучасного світу (за винятком лише Великобританії, вивезення товарів якої у 2019 р. складало 468,3 млрд дол., а в 2021 р. - 468,1 млрд дол. США) [40; 37].

Основними причинами появи неординарно високого вартісного показника міжнародного товарного експорту у 2021 р. експерти вважають помітно вищі темпи його зростання у регіонах - експортерах сировинних товарів, зумовлені підвищенням цін на ці товари. Крім цього, істотне зростання експорту відзначалося в ряді інших секторів, у тому числі він виявився вищим за середній за металами і хімікатами, але за винятком транспортного обладнання [40; 37].

Таким чином, за оцінкою експертної спільноти, позитивні підсумки еволюції міжнародної торгівлі у 2021 р. значною мірою спиралися на зростання цін на сировинні товари, ослаблення пандемічних обмежень та помітне відновлення попиту завдяки пакетам економічних стимулів.

Багато тенденцій міжнародної торгівлі останніх трьох років можна пояснити зміною моделей глобальних вимога. Карантинні заходи спричинили зниження попиту в багатьох секторах. Крім того, у зв'язку з обмеженнями в переміщенні людей, попит знизився набагато більш різко у сфері послуг. З іншого боку, виробнича торгівля виявилася більш стійкою внаслідок збільшення попиту на фармацевтичні препарати та засоби індивідуального

захисту, а також на побутову техніку, обладнання для віддаленої роботи та фітнес.

У міру того, як пандемія вщухла і світовий попит відновився, торгівля в багатьох виробничих секторах відновилася. Наприкінці 2020 року торгівля товарами вже перевищувала рівень 2019 року. Постійні перебої з пересуванням людей продовжували негативно впливати на торгівлю послугами, особливо туризмом, протягом значно довшого періоду. Торгівля послугами не поверталася до допандемічного рівня до кінця 2021 року. Протягом 2022 року зростання торгівлі залишалося стійким як для товарів, так і для послуг. Станом на середину 2022 року вартість світової торгівлі товарами була приблизно на 33 % вищою за рівень 2019 року.

Вивчаючи структуру торгівлі в різних регіонах країн, що розвиваються, можна помітити деякі помітні відмінності. Зокрема, економіки Східної Азії першими відчули спад у торгівлі, але й першими відновилися. На противагу цьому, країни Південної Азії, що розвиваються, зазнали набагато різкішого падіння торгівлі протягом 2020 року, але їхня торгівля відновилася сильніше наприкінці 2021 року та у 2022 році. Торговельні моделі для Африка, Латинської Америки та Карибського басейну, а також решти Азії вказують на більш лінійну тенденцію зростання в період відновлення. Станом на 2 квартал 2022 року вартість торгівлі в усіх регіонах країн, що розвиваються, була на 40-50 % вищою за рівень 2019 року (рис. 2.2).

Деякі відмінності в структурі торгівлі також виявляються при вивченні торгівлі між розвиненими країнами і країнами, що розвиваються. Наприклад, торгівля між розвиненими країнами (Північ-Північ) скоротилася відносно більше, ніж торгівля між країнами, що розвиваються (Південь-Південь) протягом 2020 року і зросла в меншій мірі після цього. Станом на середину 2022 року торгівля між Півднем і Півднем була приблизно на 50 % вищою за рівень 2019 року, тоді як торгівля між розвиненими країнами була лише приблизно на 28 відсотків вищою. Аналогічним чином, експорт з країн, що розвиваються, до розвинених країн (торгівля Південь-Північ) був відносно

більш стійким протягом 2020 року і зростав швидше, ніж експорт з розвинених країн до країн, що розвиваються (торгівля Північ-Південь) протягом 2021 року та початку 2022 року.

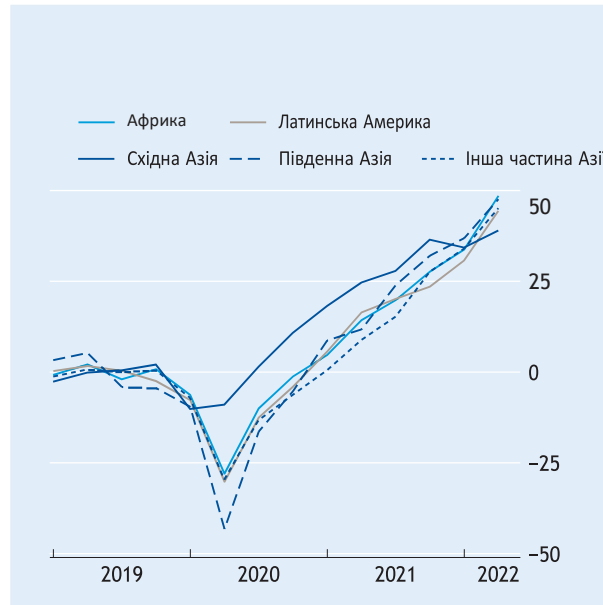


Рис. 2.2. Тенденції торгівлі за регіонами [36]

Отже, у 2022 році обсяг світової торгівлі становив рекордні 32 трильйони доларів, проте на тлі погіршення економічних умов та зростання невизначеності в останній половині року динаміка стала негативною. Про це у четвер повідомила Конференція ООН з торгівлі та розвитку (ЮНКТАД). За прогнозами організації, у першій половині 2023 року у світовій економіці слід очікувати на стагнацію.

Позитивним моментом, за даними ЮНКТАД, стали високі показники торгівлі «зеленими», тобто екологічно чистими товарами, продаж яких зростав протягом усього року. Попри тенденцію до загального зниження світової економіки, торгівля такими товарами у другій половині року зросла приблизно на чотири відсотки. У 2022 році їхня сукупна вартість, за прогнозами ЮНКТАД, досягне рекордної позначки в 1,9 трлн доларів, збільшившись порівняно з 2021 роком більш ніж на 100 млрд. доларів.

Серед «зелених» товарів найпопулярнішими були електричні та гібридні автомобілі (+25% зростання продажів), непластикові упаковки (+20%) та вітряні турбіни (+10%).

Новини про зростання продажів «зелених» товарів з'явилися лише через кілька днів після того, як ООН опублікувала свою нову доповідь про стан клімату на планеті, в якій вчені зробили «останнє попередження»: викиди парникових газів, що ростуть, ставлять планету на межу незворотних змін.

ЮНКТАД очікує бурхливого зростання «зелених» галузей економіки, оскільки багато країн нарощують зусилля боротьби зі зміною клімату та скорочення викидів.

У своїй останній доповіді «Технології та інновації у 2023 році» організація прогнозує, що світовий ринок електромобілів, сонячної та вітрової енергії та десятків інших «зелених» технологій досягне 2,1 трлн доларів до 2030 року, що вчетверо більше, ніж сьогодні.

У той час як імпорту та експорту «зелених» товарів тримався на високому рівні протягом усього 2022 року, торгівля більшістю інших товарів почала знижуватися у третьому кварталі.

Світова торгівля товарами, загальна вартість яких у 2022 році становила 25 трлн доларів, у четвертому кварталі скоротилася на три відсотки. У цьому попит на послуги залишився майже незмінним.

Згідно з прогнозами ЮНКТАД на перший квартал 2023 року, світова торгівля товарами зросте приблизно на один відсоток, а торгівля послугами – одразу на три, чому сприяють підвищений попит на послуги в галузі інформаційно-комунікаційних технологій, а також відновлення туристичного сектору.

«У ЮНКТАД вважають, що перспективи розвитку торгівлі залишаються невизначеними на тлі геополітичної напруженості, що зберігається, а також побоювань з приводу інфляції, високих цін на сировинні товари та ризикованого поєднання високих процентних ставок і державного боргу. Станом на кінець 2022 року більше половини найменш розвинених країн та

країн з низьким рівнем доходу перебували у зоні високого ризику або вже потрапили у боргову кризу.

Автори доповіді попереджають, що рекордний рівень глобального боргу у поєднанні з високими відсотковими ставками продовжуватиме негативно впливати на макроекономічні умови у багатьох країнах.

Оскільки більшу частину торгівлі деноміновано в доларах, послаблення долара призведе до зростання попиту на товари» [34].

У другій половині року ситуація може покращитися, вважають у ЮНКТАД. Експерти відзначають такі позитивні чинники, як перспективи запобігання рецесії в ЄС та США, а також ослаблення долара, який з листопада 2022 року до лютого 2023 року впав майже на 7 %.

ЮНКТАД наводить такі ключові фактори, які, ймовірно, вплинуть на торгівлю в 2023 році, як:

«Негативні фактори: нижчі прогнози економічного зростання; високі ціни на продаються товари; рекордні рівні світового боргу та зростання процентних ставок.

Позитивні фактори: покращення логістики, оскільки порти та судноплавні компанії пристосувалися до викликів епохи COVID; набувають чинності нові торгові угоди.

Інші чинники: реформування глобальних ланцюгів постачання, включаючи диверсифікацію постачальників, повторний ринок, ближній і дружній ринок; перехід до більш екологічної глобальної економіки» [34].

Побоювання з приводу збоїв у глобальних ланцюжках поставок та підвищення вартості перевезень також ослабли.

## 2.2. Перспективи розвитку міжнародної торгівлі

Безпосередньо світова торгівля, починаючи з 2020 р., торкнулася всіх сфер економічного життя практично всіх країн світу. Із запровадженням коронавірусних обмежень світова торгівля стала практично неможливою.

Найбільше від запровадження коронавірусних заходів постраждав Китай. Китай втрачав практично 108 млрд доларів від торгівлі товарами, тим самим ставши лідером із втрат в економіці.

Також варто відзначити, що найбільше через запровадження коронавірусних обмежень постраждала сфера туризму. Саме ця сфера стала найбільшою вразливою.

Китай втратив від призупинення сфери туризму практично 72 млрд доларів, також значні втрати від призупинення світового туризму зазнала Італія, саме Італія найбільше країн Європи зазнала втрат внаслідок введення коронавірусних обмежень. Втрати Італії у світовому туризмі становили практично 7 млрд доларів США. Звичайно, порівняно з Китаєм цифра не така велика, але варто зазначити, що туризм в Італії є основною сферою її економіки.

Міжнародна торгівля з травня 2021 р. відновлювалася неоднозначно за всіма категоріями товарів; деякі з них лише (на відміну, наприклад, від фармацевтичних товарів) відновили втрачені позиції. Ця тенденція відображає комбінацію зростання обсягів торгівлі та збільшення цін внаслідок нарощування споживчого попиту у поєднанні з низкою транспортно-логістичних проблем, що перешкоджали постачанню. За такими позиціями, як автомобілі та паливо, найбільші розриви, що сформувалися у 2020 р., залишаються значними. Зокрема, внаслідок зростання цін на паливо скорочення розриву почало з'являтися на початок 2021 р., а по автомобілях із середини 2021 р. спостерігається скорочення розриву.

Зазначимо, що в міжнародній торгівлі послугами розрив залишався значним, а темпи відновлення низькими, і ця торгівля була до кінця 2021 р. ще на 17% нижчою за допандемійний рівень. Пандемія не позначилася на торгівлі

послугами, які можуть надаватися у цифровій формі (страхові, фінансові послуги), на відміну від послуг, що потребують особистої взаємодії (готельний бізнес, подорожі).

Як і раніше, у категорії послуг «поїздки» спостерігається скорочення міжнародної торгівлі на 60%, а категорії «транспорт» – на 10%. Зокрема, незважаючи на те, що вартість фрахту зросла, торгівля транспортними послугами так і не відновилася, а на торгівлю туристичними послугами продовжують впливати обмеження на поїздки.

Важливим аспектом подальшого розвитку міжнародної торгівлі є тренди, які спостерігаються в промисловості напівпровідників. Під час пандемії промисловість напівпровідників намагалася задовольнити зростання попиту, але це вдалося лише частково, про що свідчить дефіцит напівпровідників в автомобілебудуванні, що виник наприкінці 2020 р. Протягом усього 2021 р. тривало повільне зростання торгівлі напівпровідниками, на початку 2022 р. вона досягла свого піку. Аналогічно зростали експортні ціни на напівпровідники, що було зумовлено зростанням виробничих витрат та збереженням високого попиту в міру зіткнення галузей-споживачів з дефіцитом (з серпня 2019 р. до лютого 2022 р. ціни зросли більше ніж на 40%).

Розглядаючи перспективи розвитку міжнародної торгівлі на даному етапі, не можна оминати такий фактор, як війна в Україні, яка викликала важку гуманітарну кризу, яка потребує мирного врегулювання.

«Економічні збитки від конфлікту призведуть до значного уповільнення зростання світової економіки 2022 року. Більш ніж ймовірно різке двозначне падіння ВВП України та значне скорочення економіки в росії, а також поширення вторинних ефектів у всьому світі через ринки сировинних товарів, торгові та фінансові канали. Війна уповільнює економічне зростання і водночас підвищить інфляцію. Ціни на паливо та продовольство швидко ростуть, при цьому найсильніше страждають уразливі верстви населення, особливо в країнах з низьким доходом. Через підвищений рівень інфляції центральним банкам буде важче досягти компромісу між стримуванням

цінового тиску та підтримкою економічного зростання. Очікується, що процентні ставки підвищуватимуться в міру посилення політики центральними банками, що чинитиме тиск на країни з ринком, що формується, і країни, що розвиваються. Крім того, багато країн мають обмежені можливості бюджетної політики для пом'якшення впливу війни з їхньої економіки. Втручання стало фактором фрагментації економіки, оскільки значне число країн розривають торговельні зв'язки з росією, що загрожує підірвати процес відновлення економіки після пандемії. Воно також є загрозою для заснованих на правилах систем, які забезпечили розширення глобальної економічної інтеграції і допомогли вивести мільйони людей із бідності» [30].

Крім того, цей конфлікт посилює економічну напруженість, спричинену пандемією. Значною проблемою є зниження світової торгівлі за умов коронавірусної інфекції. Це з повним чи частковим закриттям кордонів. Для вирішення цієї проблеми можна запропонувати такі методи:

- 1) відкрити межі для бізнес-авіації та дозволити переміщення товарів з дотриманням карантинних заходів;
- 2) підтримувати світову торгівлю шляхом підтримки вітчизняних підприємств.

До такої підтримки може належати вигідне кредитування підприємств, які займаються зовнішньоекономічною діяльністю та зниження податків на час пандемії.

На нашу думку, ці методи допоможуть зберегти від банкрутства багато підприємств, які займаються зовнішньоекономічною діяльністю, тим самим зберігши темпи розвитку міжнародної торгівлі.

Незважаючи на низку позитивних трендів, перспективи розвитку міжнародної торгівлі є досить невизначеними, а ризики зниження обсягів міжнародного обміну посилюються внаслідок комбінації комплексу факторів – послаблення попиту, включаючи попит на товари тривалого користування; агресивної монетарної політики; збоїв у глобальних ланцюжках поставок;

підвищених транспортних витратах. Ці побоювання вже виявляються в нових експортних замовленнях і запасах (індикаторах торгівлі, що випереджають), які знижувалися в середині 2022 р.

За винятком Китаю, де спостерігалось відновлення показника нових замовлень, в інших великих країнах цей показник або зменшився або стабілізувався на рівні менше 50%. У результаті світова торгівля зростатиме такими ж темпами, як світова економіка загалом, на рівні 2–4% на рік (зазвичай світова торгівля зростає на рік на 7–10% за постійними цінами). Перспективи торгівлі після 2022 р. залишаються слабкими, відбиваючи уповільнення глобального економічного зростання.

У червні 2022 р. у Женеві завершилася 12-а Міністерська конференція СОТ, в рамках якої було позначено позитивний настрій щодо майбутнього міжнародної торгівлі, проте багато завдань так і залишаються невирішеними (система вирішення багатосторонніх суперечок, питання інтелектуальної власності тощо). У цьому контексті необхідні значні революційні зміни, щоб багатостороння торгова система стала більш сприятливою, прозорою та інклюзивною. Необхідно спиратися на регіоналізм у міжнародній торгівлі.

Водночас необхідно продовжити роботи над такими аспектами: а) покращення інфраструктури міжнародної торгівлі, що знизить витрати компаній на взаємозамінність та диверсифікацію, дозволить пом'якшити наслідки перебоїв із постачанням та логістикою; б) нейтралізація інформаційних зовнішніх ефектів: так, у середнього виробника автомобілів є близько 250 постачальників першого рівня, але в повній ГЦСС кількість постачальників зростає до 18 тис. [25], тому значною є прозорість ланцюжка поставок у частині наявності у головної фірми інформації про мережі ланцюжки поставок та міжфірмових транзакцій (дослідники зазначають [24], що це також стосується інформації про податкові декларації та податкову ідентифікацію); в) зменшення торгових витрат, що прискорює диверсифікацію ресурсів (зокрема, йдеться про зниження нетарифних бар'єрів, а також, як

зазначає К. Хендлі [27], про забезпечення стабільного та відкритого режиму торговельної політики).

### **2.3. Інновації в міжнародній торгівлі**

Інновації грають важливу роль в міжнародній торгівлі і мають значний вплив на економічний розвиток країн та підприємств. Вони є ключовим чинником для розвитку та успіху в сучасному світі міжнародної торгівлі, дозволяючи підприємствам адаптуватися до змін у глобальному економічному середовищі та досягати більшого успіху на міжнародних ринках.

Сучасна міжнародна торгівля процвітає. Основні правила розвитку міжнародного бізнесу:

1. Порівняно з галуззю матеріального виробництва та світовою економікою загалом спостерігається сприятливий розвиток торгівлі. Так, за деякими оцінками, за період 50-90-х років XX століття світовий ВВП зріс майже в 5 разів, а сировинний експорт - як мінімум в 11 разів. Відповідно, якщо у 2000 році світовий ВВП оцінювався у 30 трильйонів доларів, обсяг міжнародної торгівлі-експорт плюс імпорт-12 трильйонів доларів США.

2. У структурі міжнародної торгівлі зростає частка продукції виробництва (до 75%), понад 40% з них – інженерні вироби. Частка палива та іншої сировини, сільськогосподарської продукції – близько 9%, одягу та текстилю – всього 14% на 3%.

3. Зміни в географічному напрямі міжнародних торгових потоків включають зростаючу роль розвинених країн та Китаю як декриміналізованих країн. Тим не менш, країни, що розвиваються (в основному через те, що нові промислово розвинені країни мають значну експортну орієнтацію зі свого оточення) змогли значно зміцнити свій вплив у цій галузі. У 1950 року вони становили лише 16% світової торгівлі, а 2001-41,2%.

Розвиток світової торгівлі ґрунтується на перевагах, які приносять країни-учасниці. Теорія міжнародної торгівлі дає уявлення у тому, що таке прибуток за зовнішньої торгівлі чи які аспекти зовнішньоторговельних потоків визначаються. Міжнародна торгівля служить засобом, за допомогою якого країни, що розвивають свій досвід, можуть підвищити ефективність використання наявних ресурсів і тим самим збільшити обсяг вироблених ними товарів та послуг, покращуючи добробут населення.

«Складно заперечити вагому роль інновацій в будь-якій галузі та сфері життя. Не є виключенням й міжнародна торгівля, що являє собою імператив міжнародної торговельної інтеграції. Бурхливий науково-технологічний розвиток, особливо у транспортній сфері та інформаційно-комунікативних мережах, призвів до скорочення транспортних витрат та посилення міжнародних комунікацій, що сприяли інтенсифікації міжнародних торговельно-економічних відносин» [16].

Інновація - це процес впровадження елементів нової культури у стару культуру відносин, що називається втручанням. Організація розглядається як штучно створена пластикова індикаторна система, призначена для цієї мети та розглядається через її вхідну призму. Внаслідок глобалізації інновації стали найважливішим компонентом сталого розвитку. Три основні тенденції коротко розглядаються як попередні умови для визначення варіантів політики: поява глобальних інноваційних мереж (ГІС), зростаюча потреба у вирішенні глобальних суспільних проблем і зростаючий інтерес до нових форм промислової політики.

Відносини між торгівлею та інноваціями є взаємними. Торгові правила, системи та потоки є невід'ємною частиною інновацій. З іншого боку, глобальні ринки збуту, масштабованість, ефективність, рентабельність, продуктивність та кваліфікація, а також нові процеси, товари, послуги та нематеріальні активи використовуються для збільшення. Цей двосторонній процес дуже важко інтегрувати у багатосторонні торгові та інвестиційні рамки та правила. Лібералізація торгівлі та інвестиційні потоки сприяли поширенню технологій

та інновацій. Водночас зміцнення потенціалу національних інновацій часто залежить від дискримінаційної політики, яка зміцнює здатність країни брати участь у міжнародній торговельній системі та отримувати з неї зиск.

Внутрішня інноваційна політика та заходи охоплюють широке коло правил та норм СОТ. На даний момент немає жодної великої угоди СОТ щодо інновацій. Натомість інноваційна діяльність регулюється низкою угод про субсидії, захист прав інтелектуальної власності, послуги, технічні бар'єри в торгівлі, інвестиційні заходи та державні закупівлі. Ця угода торкається новаторської політики та вирішення багатосторонньої торговельної системи, державних та приватних економічних суб'єктів.

Підставою для класифікації можуть бути різні за параметрами інновації в обліку. Сучасна класифікація інновацій формується іноді, але в них не враховується нічого конкретного, що фактично підтверджено, зокрема торгівля, ядро. Якщо розглядати інновації в промисловості, то всі вони можуть бути поділені на 3 основні групи.

- 1) інновації в товарах та послугах (нові вироблені товари та послуги);
- 2) в інноваційному процесі (створення нових продуктів та послуг та підготовка умов для впровадження);
- 3) інновації у бізнесі (розробка нових методів роботи).

Слід підкреслити технологічні та комерційні інновації. Технологічний пов'язаний із зміною фізичних властивостей товарів у процесі виробництва, наприклад, запровадженням нових компонентів, використанням нового виробничого процесу для виробництва нових продуктів. Комерційні інновації включають зміни у формах організації, маркетингу та комунікації у процесі продажу товарів. Для торгової сфери цей напрямок виражатиметься в новому дизайні упаковки товарів, по-новому рекламуватиме і пропонуватиме споживачеві товари. Такі нововведення пов'язані з переміщенням товару від виробника до споживача.

Слід також окремо наголосити на цифрових інноваціях. «Якщо розглядати цифрові інновації як рушійні сили цифрової трансформації,

виникає питання про визначення драйверів розвитку самих цифрових інновацій. Потенційно важливі фактори, зазначені в літературі, включають окремі ознаки цифрових технологій, які можуть впливати на процеси, пов'язані із цифровими інноваціями» [18].

Отже, міжнародні послуги, інновації та стандартизація у будь-якій організації та за рівнем ризиків, і за системою міжнародної економічної діяльності, засновані на єдиній моделі та методах моделювання, які можна було б вважати найкращими, є відносинами, що потребують спільного аналізу, чітко і обов'язково пов'язані один з одним. Природно, що дана модель повинна бути достатньою, що враховує як етапи економічних показників, так і основні експлуатаційні параметри операційної системи в цілому в міру необхідності, а також дозволяти визначати величину результатів («межа») і критерії, що задаються. В основному значення критеріальних переміщуються частіше: час, ціна / якість, продуктивність (швидкість «бажаності» і «доступність») і тощо.

Розкриваючи особливості інновацій в міжнародній торгівлі, слід також приділити увагу окремим його процесам, зокрема логістичним. Так, до найбільш актуальні форм і процесів інноватизації, що використовуються в логістичній системі належать:

- «- електронний обмін даними (EDI);
- система кодування товарів;
- електронний переказ грошей;
- система супутникового відстежування місцеположення вантажівок;
- система штучного інтелекту» [3; 9].

Інновації в міжнародній торгівлі грають ключову роль у розвитку економік та зміні парадигми бізнесу. Розкриємо певні аспекти, де інновації впливають на міжнародну торгівлю:

1. Електронна комерція. Зростання інтернет-технологій та платформ електронної комерції значно полегшує та розширює міжнародну торгівлю. Великі маркетплейси, такі як Amazon, Alibaba та інші, дозволяють

підприємствам з усього світу легко здійснювати торгівлю товарами та послугами.

2. Цифрові технології. Використання цифрових технологій, таких як блокчейн, штучний інтелект, машинне навчання та Інтернет речей (IoT), може покращити ефективність логістики, забезпечити більшу точність в управлінні ланцюгами постачання та зменшити ризики в торгівлі.

3. Енергоефективність та сталкерійність. Інновації у сфері виробництва, транспорту та енергетики можуть допомогти зменшити відповідальність за викиди та підвищити сталкерійність бізнес-процесів. Це особливо актуально в умовах росту свідомості щодо кліматичних змін та сталих розвитку.

4. Торгівля послугами. Розвиток інформаційних технологій дозволяє здійснювати торгівлю не лише товарами, але й різноманітними послугами в онлайн-режимі. Це може включати консалтинг, програмне забезпечення, фінансові послуги та інші.

5. Стандартизація та глобальні норми. Упровадження міжнародних стандартів та норм, зокрема в галузі електронного бізнесу та логістики, полегшує міжнародні торгівельні операції, зменшуючи бар'єри та ризики.

6. Фінансові інновації. Використання нових фінансових інструментів, таких як криптовалюти та блокчейн-технології для здійснення та вирішення платежів, може спростити та зменшити вартість фінансових транзакцій в міжнародній торгівлі.

7. Торгівля зеленими технологіями. Розвиток торгівлі зеленими технологіями та продуктами дозволяє країнам зменшити екологічний вплив та сприяти сталому розвитку.

Інновації в міжнародній торгівлі можуть змінювати та вдосконалювати різні аспекти бізнесу, забезпечуючи більш ефективні та стали розвиток глобального економічного середовища.

Узагальнивши всі розглянуті матеріали, можна запропонувати основні елементи, які можуть підвищити ефективність міжнародних економічних відносин на основі інновацій:

1. Незважаючи на досить суворе регулювання міжнародних стандартів бета-тестування та ЗЕД та відповідної угоди, інноваційний підхід не тільки можливий, а й корисний для досягнення певної конкурентної переваги.

2. Тільки висококваліфікований персонал зможе використовувати свою діяльність як найефективніший спосіб бути інноваційним із існуючими міжнародними стандартами та угодами.

3. Інноваційні біти та ЗЕД можна знайти в міжнародних стандартах та угодах, які іноді пропонують більше можливостей для розвитку, ніж у межах країни організації або митної області.

3. Наявність міжнародних стандартів, по суті, не є обмежуючим фактором для інновацій, але рекомендується, щоб два елементи, що становлять систему, забезпечували конкурентоспроможність системи у зовнішньоекономічній діяльності разом і одночасно.

## **Висновки до розділу 2**

Розглянуто найбільш значні зміни в актуальній динаміці міжнародної торгівлі на фоні наростання турбулентності у сучасній світогосподарській еволюції. Акцент у проведеному дослідженні зроблено на зрушеннях у відновлювальний період (2021 р.) після світової кризової ситуації, пов'язаної з поширенням вірусної інфекції, вживанням захисних заходів у багатьох країнах світу. Наведено новітні дані про тренди у глобальній товарній торгівлі на етапі посткризового «відскоку» 2021 р. Показані основні зміни у сфері експортно-імпоротної діяльності провідних суб'єктів міжнародного обміну. Зроблений аналіз ґрунтувався на методології порівняльного статистичного дослідження з використанням нещодавно опублікованих новітніх офіційних статистичних матеріалів.

В останні кілька років міжнародний обмін товарами та послугами зіткнувся із двома безпрецедентними шоками – пандемією та посиленням

геополітичної напруженості. Ці шоки суттєво послаблюють міжнародну торгівлю, гальмують розвиток глобальних ланцюжків поставок та завдають серйозної шкоди світовій економіці загалом.

У роботі розглянуто проблеми стійкості міжнародної торгівлі товарами та послугами у світлі аналізу нових тригерів її розвитку, а також з урахуванням змінного контексту для країн-експортерів та країн-імпортерів. Виходячи з розглянутих проблем дійшли висновку, що моделі участі країн у міжнародній торгівлі, що склалися, зазнаватимуть значних змін.

Перспективи розвитку міжнародної торгівлі оцінені як невизначені, а ризики обміну – підвищеними. Розглянуто низку напрямів міжнародної торговельної політики, які б могли бути ефективними для коригування поточних торгових відносин між країнами.

Визначено, що інновації в міжнародній торгівлі грають ключову роль у розвитку економік та зміні парадигми бізнесу. Розкрито ряд сфер, де інновації впливають на міжнародну торгівлю, зокрема електронна комерція; цифрові технології; енергоефективність; торгівля послугами; стандартизація та глобальні норми; фінансові інновації; торгівля зеленими технологіями. Інновації в міжнародній торгівлі можуть змінювати та вдосконалювати різні аспекти бізнесу, забезпечуючи більш ефективні та стали розвиток глобального економічного середовища.

## РОЗДІЛ 3

### РОЗВИТОК МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

#### 3.1. Роль електронної комерції в міжнародній торгівлі

У світі існує чимало передумов розвитку й поширення електронної торгівлі. До подібних передумов слід віднести мінливість та стрімкий розвиток як світових, так і національних ринків, вагомі досягнення у галузі науки та інноваційних технологій, а також прогреси у розвитку інформаційного суспільства. При цьому в галузі електронної комерції сформувалися відразу кілька бізнес-моделей, серед яких B2B («бізнес-бізнес», що дозволяє взаємодіяти економічним суб'єктам з метою здійснення торговельно-закупівельної діяльності через глобальну мережу Інтернет); B2C («бізнес-клієнт», що включає прямі продажі компанії споживачеві); B2G («Бізнес-держава», за допомогою якої відбуваються системи електронних держзакупівель); G2B («держава-бізнес», сюди входять інформаційні портали органів державної влади, а також системи електронних закупівель).

«У сучасних умовах найбільш поширенішою і доступнішою формою цифрових технологій є Інтернет. Його використання дозволило «віртуалізувати ринок» (перенести економічні процеси у віртуальне середовище). Найпоширенішим проявом віртуалізації ринку є «Інтернет-комерція» – торгівля між різними суб'єктами економіки, за якої зв'язок здійснюється за допомогою Інтернету. Окрім відомих лідерів – Google, Yahoo, Ebay і Amazon, є величезна кількість компаній, що торгують різноманітними товарами та послугами. Сама ж сфера Інтернет-комерції стрімко зростає» [10].

«Процеси глобалізації і цифровізації обумовлюють зміни у споживанні у різних країнах та впливають на соціокультурні параметри» [6].

Таким чином, електронна комерція охоплює досить широкий спектр різних ділових відносин та вважається незамінним інструментом у рамках торговельно-закупівельної діяльності.

Розглядаючи електронну комерцію та проводячи аналіз її взаємодії з різними суб'єктами міжнародної торгівлі, можна виділити певні переваги та недоліки, що впливають на розвиток зовнішньоторговельних зв'язків (таблиця 3.1). Таким чином, в результаті оцінювання переваг та недоліків електронної комерції слід акцентувати увагу на тому, що наявні переваги переважають наявні недоліки, що свідчить про привабливість цієї форми міжнародної торгівлі. Для вирішення наявних технічних питань, правильно вибудована стратегія та повна довіра системних клієнтів, може змінити поточний сценарій, і, тим самим, суттєво допомогти електронній комерції адаптуватися до потреб сучасного світу, що змінюються.

Таблиця 3.1

### Переваги та недоліки електронної комерції

| Переваги електронної комерції                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Споживач                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Виробник                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- наявність широкого асортименту продукції</li> <li>- дозволяє вибрати більш дешеві та якісні товари.</li> <li>- цілодобова та цілодобова доступність</li> <li>- дотримання анонімності</li> <li>- оперативність та зручність покупок через Інтернет</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- скорочення витрат</li> <li>- досягнення глобального ринку</li> <li>- можливості географічного охоплення</li> <li>- відсутність тимчасових обмежень</li> <li>- підвищує обсяг засобом інвестування</li> <li>- сприяє ефективності обслуговування клієнтів</li> <li>- допомагає розробляти та приймати ефективну маркетингову та рекламну стратегії</li> <li>- підвищення конкурентоспроможності</li> <li>- не потрібне розширення штату співробітників</li> </ul> |
| Недоліки електронної комерції                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Споживач                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Виробник                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- проблеми із доставкою</li> <li>- виникнення проблем із поверненням товарів</li> <li>- недовіра та обмежені в галузі електронного продажу</li> <li>- відсутність візуального та фізичного контакту з товаром (послугою) та з продавцем</li> </ul>              | <ul style="list-style-type: none"> <li>- труднощі під час узаконення та регулювання діяльності в мережі -Інтернет</li> <li>- недовіра покупців</li> <li>- не підходить для торгівлі товарам, що швидко псуються.</li> <li>- зміна підходу оцінки вартості бізнесу</li> <li>- секретність та безпека</li> </ul>                                                                                                                                                                                            |

В даний час на світовому ринку електронної комерції діють три основні лідери, а саме США, які одні з перших стали розвивати новий напрям електронної комерції, Європейський союз, який є представником провідної галузі глобальної електронної комерції, а також Азіатський регіон, що стрімко розвивається і має величезний потенціал у міжнародній торгівлі.

Станом на 2021 рік Amazon займає понад 50% всього ринку електронної комерції в США. При цьому в Китаї 30% непродовольчого асортименту продається каналами електронної торгівлі, враховуючи, що 80% припадає на частку Alibaba. Як головних трендів у діяльності економічних суб'єктів - маркетплейсів слід виділити індивідуальний підхід до клієнта (іншими словами відстеження історії пошуку та покупок користувачів, з метою пропозиції їм продуктів, ґрунтуючись на їхніх інтересах); самостійне утворення контенту маркетплейсами (тобто автоматичне формування товарних описів); всебічний розвиток мобільної платформи внаслідок зростання рівня здійснення покупок споживачами за допомогою смартфонів; введення у користування функцією голосового пошуку в онлайн-магазинах; можливість здійснення систем покупок через соціальні мережі; організація всередині комерційного майданчика системи «доповненої реальності», яка дозволяє покупцю уявити, як власне виглядатимуть товари в реальності (наприклад, шведська виробничо-торгівельна компанія ІКЕА організувала додаток, здатний «приміряти» меблі у своїй власній квартирі, відома мережа парфумерно-косметичних магазинів Sephora запровадила програму, за допомогою якої можна нанести на обличчя віртуальний макіяж, щоб вибрати необхідний відтінок помади або тіней для повік). Поряд з цим, важливим трендом вважається створення найбільш яскравого презентаційного контенту для реклами продукції, що включає повноцінний опис, відеоролики, 3D-і AR-огляди та якісні банери.

Слід зазначити, що вітчизняна нормативно-правова база у сфері цифрової економіки перебуває у процесі реформування.

Поряд із цим, ще одним напрямком у розвитку електронної комерції можна вважати використання криптовалюти. В даний час криптовалюта є одним з видів цифрової валюти, емісія та облік якої засновані, насамперед на безлічі криптографічних методів, крім того, функціонування здійснюється на децентралізованій основі, за допомогою розподіленої комп'ютерної мережі. Таким чином, криптовалюту можна назвати реальним програмним продуктом, курс якого, як правило, залежить від рівнів попиту та пропозиції. Тим самим, на курс криптовалюти не має жодного впливу дії наступних вкладників.

Стверджувати про застосування криптовалюти в електронній комерції можна буде повсюдно тільки після того, як вона на законодавчому рівні буде затверджена на міжнародному рівні. Переваги даної системи полягає в тому, що вона досить прозора, безпечна та спрощена, що, у свою чергу, сприятиме удосконаленню електронної комерції в умовах сучасної глобалізації та цифровізації.

Стрімке поширення сучасних інформаційно-комунікаційних технологій призвело до серйозних змін практично у всіх галузях діяльності в цілому та виникнення електронної комерції зокрема, що, безумовно, торкнулося і сфери міжнародної торгівлі. З'явилися нові зв'язки між постачальниками і споживачами, нові форми організації процесу обміну. Завдяки специфічному характеру розвиток електронної комерції в рамках міжнародної торгівлі виник цілий ряд серйозних проблем, які потребують негайного вирішення.

Вирішення проблеми у сфері митної практики в рамках міжнародної комерції останнім часом ускладнюється на всьому міжнародному просторі тим, що чинне на даний момент митне законодавство різних держав орієнтоване насамперед на врегулювання традиційних правовідносин у рамках своєї держави. Досконалого митного законодавства для електронної комерції відсутня. Чинна митна політика, на жаль, не здатна йти в ногу зі швидкими темпами розвитку міжнародної електронної комерції. Тим самим, така митна політика насамперед призводить до зростання собівартості та неефективності розмитнення. Наявне недосконалість і певне відставання

митного законодавства створює перешкоди для розвитку міжнародної електронної комерції.

Найбільші економічні суб'єкти електронної комерції також зіткнулися з проблемою доставки замовлень, що, як правило, пов'язане з відсутністю достатньої кількості та ефективних кур'єрських служб, що спеціалізуються на оформленні замовлень та відповідно до їх доставки безпосередньо покупцям. Все це змушує економічні суб'єкти створювати свої власні склади та служби логістики на території інших держав з метою скорочення часу та собівартості доставки, підвищення якості забезпечення споживачів. Організація складських площ також вимагає вкладення значних витрат. Саме тому малі та середні компанії не завжди повною мірою можуть застосовувати такий метод доставки. При цьому явища, що спостерігаються в галузі електронної комерції, неможливо однозначно трактувати як переваги або недоліки в її розвитку. Їх вплив можна назвати багатофакторним, причому на даний момент переваги можуть певною мірою компенсувати проблеми, а вже завтра – навпаки. Таким чином, вирішення зазначених у рамках цієї статті проблем є дуже актуальним завданням.

Таким чином, застосування новітніх технологій у сучасній електронній комерції є основною умовою конкурентоспроможності будь-якої держави і, зокрема, України. В умовах глобалізації та цифровізації світової економіки інформація виступає одним із найголовніших ресурсів будь-якого економічного суб'єкта. Розвиток та вдосконалення електронної комерції є необхідною умовою конкурентоспроможності будь-якої національної економіки.

### **3.2. Вплив штучного інтелекту на міжнародну торгівлю**

Багато фахівців вивчають можливості використання штучного інтелекту (ШІ) у тій чи іншій галузі. Зокрема, подібні зусилля робляться у напрямі

виявлення можливостей використання ІІІ для міжнародної торгівлі. З цією метою у квітні 2018 р. Міжнародна торгова палата та ЮНКТАД оформили співпрацю в рамках прийнятої ініціативи «Інтелектуальні технології та торгівля» (Intelligent Tech and Trade Initiative – ITTI) на сесії, присвяченій інтелектуальним технологіям та інструментам торгівлі. та ЮНКТАД підтверджує наше спільне бачення того, як найкращим чином використовувати новітні технології, такі як ІІІ та блокчейн», - наголосила Шаміка Н. Сириманне, директор Відділу технології та логістики ЮНКТАД [28].

Як зазначив Д. Феффер, голова відділення Міжнародної торгової палати у Бразилії: «Використання окремих комерційних документів, таких як акредитив, відкритий на основі блокчейну або моделювання сценаріїв переговорів за допомогою штучного інтелекту, покращать та прискорять укладання як комерційних угод, так і торгових угод» [28]. При цьому було відзначено високе значення використання ІІІ та блокчейну для функціонування глобальних ланцюжків поставок та участі в них малих та середніх підприємств.

Фахівці сфери ІТ наразі мають намір вивчити питання щодо можливості використання ІІІ та блокчейну для моделювання підсумків багатосторонніх переговорів. Накопичений досвід та наявність великої бази даних ЮНКТАД матимуть важливе значення для надання допомоги у розробці варіантів угоди, які можна було б використовувати у цих складних переговорах. Крім того, корпорація ІВМ також створює комплекс програм, який моделюватиме двосторонні переговори. У першому випадку прототип використовуватиме переговори між торговим блоком МЕРКОСУР та Канадою. «Розроблене в рамках робіт з ІІІ програмне забезпечення вибере найкращі програмні продукти, які країни зможуть запропонувати своїм торговим партнерам, вказавши оптимальні тарифи. Він діє як радар - прилад, здатний на відстані визначити найкращі можливості для кожної сторони», - наголошує Г. Петрус, виконавчий директор відділення Міжнародної торгової палати у Бразилії [28].

Застосування нових цифрових технологій сприятиме дотриманню правил міжнародної торгівлі, а також складання більш досконалих текстів угод, текстів комерційних контрактів та покращувати доступ партнерів до джерел фінансування торгівлі. Найменш розвинених країн, які мають труднощі з доступом до глобальних торгових мереж та офіційних кредитних структур.

Важливим фактором розвитку міжнародної торгівлі є фінансове забезпечення міжнародного бізнесу. Використовуючи досягнення фахівців у галузі ІТ, банкіри оцифровують документацію торговельного фінансування, щоб вирішити комерційні проблеми, починаючи від удосконалення традиційних фінансових механізмів до зниження витрат, полегшення регулятивних бар'єрів, ліквідації неефективних послуг та зменшення незадоволеного попиту. У липні 2017 року Доповідь банківської комісії Міжнародної Торгової палати (International Chamber of Commerce - ICC) [32] пролила світло на цифрові пріоритети торгових банкірів і наскільки добре вони виконують їх для імпортно-експортних операцій. Доповідь спирається на результати глобального опитування банкірів та аналізу, проведеного ключовими учасниками фінансування торгівлі у державному та приватному секторах.

За результатами опитування зроблено висновок, що 80% міжнародної торгівлі забезпечується з допомогою тієї чи іншої форми торговельного фінансування. Більшість міжнародної торгівлі між підприємствами ведеться на умовах «відкритого рахунку», відповідно до яких товари поставляються до настання терміну оплати; близько 10% міжнародної торгівлі спирається на традиційні механізми фінансування торгівлі, такі як акредитиви. Як висновок підкреслюється, що традиційне торгове фінансування демонструватиме незначне або нульове зростання і, можливо, зниження. Більш високими темпами, як очікується, зростатиме фінансування ланцюжка поставок - часто у формі факторингу, при якому експортери продають свою дебіторську заборгованість банкам або іншим постачальникам фінансових послуг для більш швидкого доступу до грошей порівняно з використанням комерційних

операцій із застосуванням відкритого рахунку. Виключення паперових версій документів із угод із торгового фінансування може скоротити час обробки на дві години за кожною угодою та забезпечить зниження витрат на дотримання нормативних вимог на 30%.

Нещодавно прийняті в рамках СОТ документи, такі як угода про спрощення процедур торгівлі, можуть стати каталізатором для прискорення змін, у міру того, як відбувається процес оцифрування документів, що прискорює митне оформлення експортно-імпортних вантажів.

Однак на шляху переходу до повного оцифрування зовнішньоторговельної документації доведеться зробити ще значну роботу. Хоча багато банків оцифрували свої власні процеси, у міжбанківських відносинах ще не все зроблено. Дедалі більше компаній, що займаються фінансовими технологіями, використовують сторонні платформи, що забезпечують хмарні інтерфейси між учасниками ланцюжка поставок та торговими банками. Банківська комісія МТП нещодавно започаткувала робочу групу з цифровізації, приділяючи особливу увагу прискоренню темпів впровадження інновацій. Група закликає суб'єктів галузі торговельного фінансування зробити конкретні кроки на основі ширшої співпраці, включаючи розробку мінімального набору стандартів для цифрового підключення торгових банків та інших постачальників послуг з усіх аспектів права, інформаційної безпеки, відповідальності, технології та інших аспектів.

Щодо урядів, які ведуть переговори про торгові угоди в рамках міжнародних організацій, то засновники ІТТІ відзначають можливості для делегацій збирати та структурувати інформацію для вивчення різних сценаріїв ведення переговорів при взаємодії через хмарні мережі. Таким чином, зважування плюсів та мінусів торгових угод за допомогою ІІІ та хмарних технологій може також допомогти країнам у прийнятті більш ефективних рішень щодо торговельної політики.

Розробники ІТТІ поставили амбітну мету застосування ІІІ для вдосконалення процесів міжнародної торгівлі. Як вони зазначають,

«зближуючи технології та торгівлю, ми не лише підніматимемо потоки експорту та імпорту, а й покращуватимемо саму суть міжнародного співробітництва» [23].

Штучний інтелект як інструмент людського мислення перетворює вплив на міжнародну торгівлю. Вже зараз конкретні програми у таких галузях, як аналіз даних та перекладацькі послуги, знижують торгові бар'єри. Водночас потенціал розвитку ШІ далеко не вичерпано і на загальну думку в міжнародній торгівлі існують проблеми, які могли б бути вирішені за його допомогою.

У тій мірі, в якій використання ШІ стимулює зростання продуктивності в економіці та сприяє укладенню та виконанню угод у міжнародній торгівлі, він буде підтримувати більш високе економічне зростання та надасть нові можливості для зростання міжнародної торгівлі. Але якщо говорити про подальше розширення його застосування в міжнародній торгівлі, то багатьом країнам потрібен час, щоб запровадити та ефективно використати нові технології штучного інтелекту, реалізація яких потребує значних інвестицій, наявності достатньої кількості кваліфікованих фахівців та здійснення перетворень у діловій практиці.

ШІ, ймовірно, буде стимулювати автоматизацію у виробничих процесах, впливаючи на зниження зайнятості робітників з низьким рівнем кваліфікації, зайнятих у виробничих сферах, і в той же час генеруючи потребу у різних робочих навичках висококваліфікованих фахівців. Таким чином, використання ШІ буде ще більше сприяти збільшенню частки послуг у виробництві, а також у міжнародній торгівлі, прискорюючи перехід до постіндустріальної економіки, заснованої на послугах.

Серед найбільш перспективних напрямів застосування ШІ у сфері міжнародної торгівлі зазначимо такі (рис. 3.1):

- ШІ та глобальні виробничо-збутові ланцюжки. ШІ вже впливає на розвиток та управління глобальними ланцюжками створення вартості. Його можна використовувати для покращення прогнозів майбутніх тенденцій,

таких як зміни споживчого попиту, та для кращого управління ризиками у функціонуванні ланцюжка постачання.

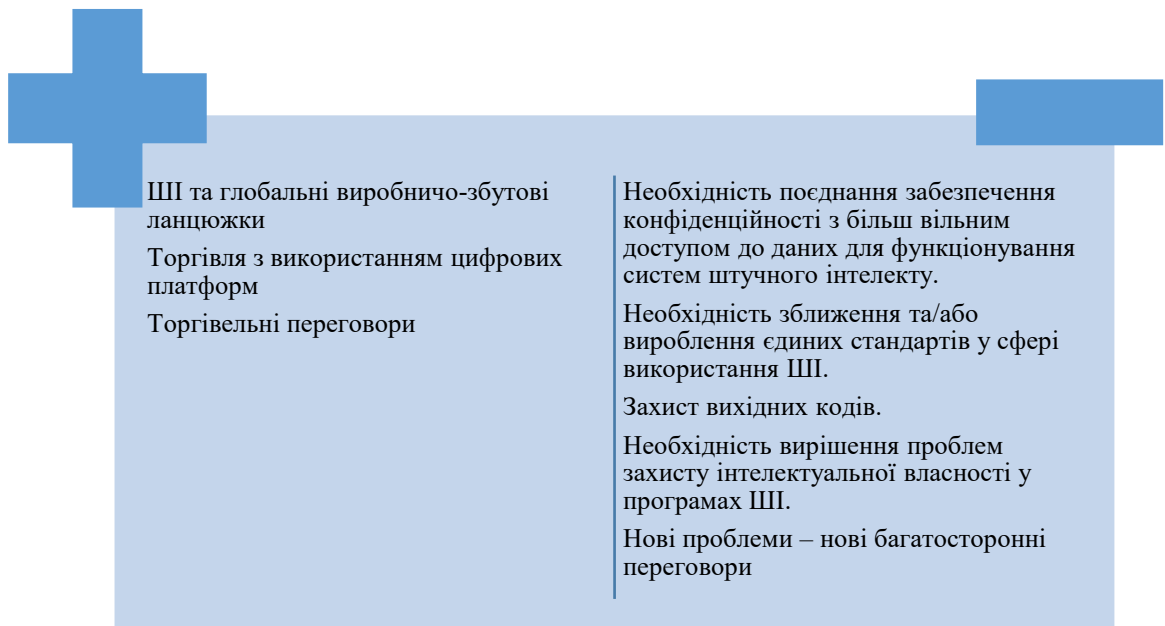


Рис. 3.1. Перспективні напрями та проблеми застосування III у міжнародній торгівлі

- Торгівля з використанням цифрових платформ. Інша область, де вже розгортається використання III - це цифрові платформи, такі як, наприклад, eBay. Зокрема для малого бізнесу цифрові платформи надали безпрецедентну можливість вийти на світовий ринок. У США 97% малих підприємств експортують свою продукцію через платформу eBay, порівняно з 4% компаній, що продають продукцію лише офлайн. Послуги перекладу, розроблені на основі III, дозволяють цифровим платформам виступати як драйвери міжнародної торгівлі. Наприклад, внаслідок служби автоматичного машинного перекладу тексту контекстної реклами на платформі eBay на мову користувача, експорт із США до іспаномовної Латинської Америки збільшився на 17,5% за фізичним обсягом і на 13,1% за виручкою.

- Торгівельні переговори. III також може бути використаний для покращення результатів міжнародних торгових переговорів. Наприклад, III може бути використаний для кращого аналізу економічних вимог кожного

партнера з переговорів при різних припущеннях та результатах, включаючи шляхи зростання експорту та імпорту за різних форм лібералізації торгівлі. Бразилія вже розробила інтелектуальну технічну та торговельну ініціативу, яка включає використання ШІ для покращення можливих підсумків торгових переговорів.

Водночас наголосимо і на проблемах для розширення використання штучного інтелекту в міжнародній торгівлі:

Прагнення підтримки внутрішніх стандартів конфіденційності є основною причиною того, що уряди в даний час скорочують передачу потоку особистих даних через кордони. Наприклад, Генеральний регламент ЄС про захист персональних даних (General Data Protection Regulation, GDPR) забороняє передачу особистих даних до країн, які Європейська комісія не вважала «адекватними». Обмеження GDPR на обробку та використання персональних даних можуть негативно вплинути на розвиток можливостей ШІ. Наприклад, в рамках GDPR особисті дані можуть використовуватися тільки для тієї мети, на яку вони були зібрані. Це означає, що особисті дані, зібрані в рамках підготовки, укладання та реалізації транзакції, не можуть потім використовуватися для навчання ШІ з метою покращення способу надання послуги. З іншого боку, для того щоб люди могли довіряти своєму життю в Інтернеті, будуть потрібні суворі заходи захисту конфіденційності, що включає надання величезної кількості персональних даних для вивчення ШІ. Ключовим завданням буде розробка правил конфіденційності, які не створюють непотрібних обмежень на доступ до даних та їх використання.

Розширене використання ШІ залежить від результатів розвитку інших цифрових технологій, таких як хмарні обчислення, великі дані та Інтернет речей. Ці цифрові технології базуються на забезпеченні вільних транскордонних потоків даних. Системи штучного інтелекту, які можуть реагувати на різні проблеми та різні групи населення, потребують доступу до глобальних даних. Наприклад, розвиток ШІ в таких галузях, як охорона

здоров'я, вимагає доступу до глобальних медичних даних, що виходять за межі національного населення, щоб підвищити точність та актуальність систем ІІІ.

- Необхідність зближення та/або вироблення єдиних стандартів у сфері використання ІІІ.

Промислові продукти, створені з урахуванням штучного інтелекту, вимагатимуть розробки низки нових стандартів. Наприклад, транспортні засоби, що автономно рухаються (без водія), будуть породжувати вимоги до розробки нових наборів стандартів виробництва та безпеки транспортних засобів. Розробка різних внутрішніх стандартів у різних країнах може збільшити витрати для іноземних виробників, яким необхідно переоснащення виробничих процесів для розвитку експорту, і призведе до міжнародних дискусій про їхню сумісність з метою зниження бар'єрів для торгівлі товарами, які включають ІІІ.

- Захист вихідних кодів.

Вимога доступу до вихідних кодів як умови для інвестицій або доступу до ринку є ще однією проблемою для розвитку ІІІ. Вимогу такого доступу було визначено Управлінням торгового представника США як частину вирішення ширшої проблеми примусової передачі технології у Китаї. Оскільки ІІІ ґрунтується на алгоритмах, то вимога доступу до ринку шляхом надання доступу до вихідних кодів діє як міжнародний торговий бар'єр, який зменшує поширення ІІІ у всьому світі.

- Необхідність вирішення проблем захисту інтелектуальної власності у програмах ІІІ.

Розвиток ІІІ також порушує питання інтелектуальної власності (ІВ). Збірні різними відомствами та фірмами різноманітні дані часто необхідно копіювати та редагувати для використання. Залежно від способу збору даних, це може включати несанкціоноване копіювання тисяч захищених даних. І, на жаль, у США та деяких інших державах може статися витік інформації внаслідок використання деяких винятків щодо прийнятих правил сумлінного використання ІІІ з метою захисту авторських прав на програми ІІІ. Ці

винятки з ухвалених правил забезпечать юридичне прикриття для незаконного використання даних. З іншого боку, слід зазначити, що винятків із сумлінного використання програмних засобів у сфері авторського права, що у США, немає у багатьох інших країнах. З точки зору міжнародної торгівлі це означає, що легальне копіювання даних для розробки ІІІ в США може вважатися незаконним в інших країнах, що створює бар'єр для розгортання ІІІ в цих країнах. Таким чином, формується поле для складних переговорів щодо правових аспектів використання технологій ІІІ.

- Нові проблеми – нові багатосторонні переговори.

У той час як політичні дискусії щодо майбутнього розвитку ІІІ, як правило, зосереджені на доступі до зібраних даних, стандартів та інформаційних систем, доступ до товарів, що містять ІІІ, також вплине на поширення ІІІ в глобальному масштабі. Наприклад, центральні процесори є ключовим обладнанням, яке лежить в основі розгортання широкого застосування вузькопрофільного ІІІ. Постачання таких процесорів до інших країн може натрапити на прямі чи непрямі обмеження. Це вимагатиме усунення тарифів на торгівлю технологіями, необхідними для розробки ІІІ.

Таким чином, майбутнє ІІІ потребує нових торгових правил зараз. ІІІ вже змінює функціонування глобальних виробничо-збутових ланцюжків та моделей міжнародної торгівлі. Тому торгові правила, розроблені та розроблені сьогодні в рамках СОТ або угод про вільну торгівлю, відіграватимуть вирішальну роль у формуванні подальшої розробки та розгортання ІІІ у глобальному масштабі [31]. Таким чином, стає очевидним, що розробка та використання штучного інтелекту у світовій економіці безпосередньо вплине на конкурентоспроможність продукції, а залучення товарів, що містять ІІІ, в міжнародну торгівлю вимагатиме складних і багатосторонніх переговорів.

### **Висновки до розділу 3**

Проведено аналіз розвитку електронної комерції у міжнародній торгівлі. Наведено досвід держав і міжнародних компаній, які є лідерами в даній сфері. Визначено поточні реалії розвитку електронної комерції в Україні. Крім того, виявлено важливі проблеми розвитку електронної комерції у міжнародній торгівлі.

Виділено певні переваги та недоліки, що впливають на розвиток зовнішньоторговельних зв'язків. Таким чином, в результаті оцінювання переваг та недоліків електронної комерції слід акцентувати увагу на тому, що наявні переваги переважають наявні недоліки, що свідчить про привабливість цієї форми міжнародної торгівлі.

Розкрито виникнення та формування у світовій економіці нового сегмента інноваційної діяльності наукових та виробничих організацій, яка виявилася на даному етапі зусиль у розробці штучного інтелекту, виявлено основні та перспективні напрямки його розвитку. Здійснено оцінку впливу штучного інтелекту на міжнародну торгівлю, наголошуючи на його використання у виробничо-збутовій кооперації, у глобальних виробничих ланцюжках, у створенні та функціонуванні цифрових торгових платформ, підкреслено необхідність розробки єдиних стандартів, єдиних підходів до охорони інтелектуальної власності.

## ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

1. Розкрито сутність, аспекти та основні засади міжнародної торгівлі. Міжнародна торгівля - це набір дій, спрямованих на обмін капіталом, товарами та послугами між зарубіжними країнами через їхні міжнародні кордони. Враховуючи складність даного поняття вважається складною економічною категорією, яка може розглядати декілька основних аспектів, зокрема організаційно-технічний, ринковий та соціально-економічний аспекти.

2. Розглянуто методи міжнародного регулювання міжнародної торгівлі у вигляді діяльності основних міжнародних організацій: їх структура, цілі, завдання, способи впливу тощо. Визначено, що високу значущість для міжнародної торгівлі мають міжнародні угоди, що визначають основні правила та принципи міжнародної торгівлі. Найбільш відомі такі угоди, як: 1) Генеральна угода з тарифів і торгівлі (ГАТТ), пункти якої гарантують учасникам міжнародної торгівлі рівність та відсутність дискримінації; 2) Світова організація торгівлі (СОТ) є «наступницею» ГАТТ. Вона зберегла всі положення ГАТТ, доповнивши їх умовами забезпечення свободи торгівлі з допомогою лібералізації. СОТ не входить до ООН, що дозволяє їй реалізовувати незалежну політику. Визначальну роль формуванні чітких правил ведення бізнесу на міжнародній арені відіграє СОТ. У роботі розглянуто роль СОТ у регулюванні міжнародної торгівлі, її основні напрямки та участь в інтеграційних процесах зовнішньої торгівлі.

3. Проаналізовано процес еволюційного формування та розвитку світового ринку в цілому, а також сфери міжнародної торгівлі, зокрема. Вивченням різних аспектів у розвитку міжнародної торгівлі займається значна кількість вчених у різних країнах світу. Однак розвиток міжнародної торгівлі не стоїть на місці, це сфера економіки, що постійно розширюється і дуже динамічно змінюється, яка вимагає своєчасного і постійного аналізу та моніторингу. Особливе місце займають значення щодо цієї теми офіційні

публікації міжнародних організацій: Світової організації торгівлі, Світового банку та інші.

4. Розглянуто найбільш значні зміни в актуальній динаміці міжнародної торгівлі на фоні наростання турбулентності у сучасній світогосподарській еволюції. Акцент у проведеному дослідженні зроблено на зрушеннях у відновлювальний період (2021 р.) після світової кризової ситуації, пов'язаної з поширенням вірусної інфекції, вживанням захисних заходів у багатьох країнах світу. Наведено новітні дані про тренди у глобальній товарній торгівлі на етапі посткризового «відскоку» 2021 р. Показані основні зміни у сфері експортно-імпоротної діяльності провідних суб'єктів міжнародного обміну. Зроблений аналіз ґрунтувався на методології порівняльного статистичного дослідження з використанням нещодавно опублікованих новітніх офіційних статистичних матеріалів.

5. В останні кілька років міжнародний обмін товарами та послугами зіткнувся із двома безпрецедентними шоками – пандемією та посиленням геополітичної напруженості. Ці шоки суттєво послаблюють міжнародну торгівлю, гальмують розвиток глобальних ланцюжків поставок та завдають серйозної шкоди світовій економіці загалом. Перспективи розвитку міжнародної торгівлі оцінені як невизначені, а ризики обміну – підвищеними. Розглянуто низку напрямів міжнародної торговельної політики, які б могли бути ефективними для коригування поточних торгових відносин між країнами.

6. Визначено, що інновації в міжнародній торгівлі грають ключову роль у розвитку економік та зміні парадигми бізнесу. Розкрито ряд сфер, де інновації впливають на міжнародну торгівлю, зокрема електронна комерція; цифрові технології; енергоефективність; торгівля послугами; стандартизація та глобальні норми; фінансові інновації; торгівля зеленими технологіями. Інновації в міжнародній торгівлі можуть змінювати та вдосконалювати різні аспекти бізнесу, забезпечуючи більш ефективні та сталий розвиток глобального економічного середовища.

7. Проведено аналіз розвитку електронної комерції у міжнародній торгівлі. Наведено досвід держав і міжнародних компаній, які є лідерами в даній сфері. Визначено поточні реалії розвитку електронної комерції в Україні. Крім того, виявлено важливі проблеми розвитку електронної комерції у міжнародній торгівлі. Виділено певні переваги та недоліки, що впливають на розвиток зовнішньоторговельних зв'язків. В результаті оцінювання переваг та недоліків електронної комерції слід акцентувати увагу на тому, що наявні переваги переважають наявні недоліки, що свідчить про привабливість цієї форми міжнародної торгівлі.

8. Розкрито виникнення та формування у світовій економіці нового сегмента інноваційної діяльності наукових та виробничих організацій, яка виявилася на даному етапі зусиль у розробці штучного інтелекту, виявлено основні та перспективні напрямки його розвитку. Здійснено оцінку впливу штучного інтелекту на міжнародну торгівлю, наголошуючи на його використання у виробничо-збутовій кооперації, у глобальних виробничих ланцюжках, у створенні та функціонуванні цифрових торгових платформ, підкреслено необхідність розробки єдиних стандартів, єдиних підходів до охорони інтелектуальної власності.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ЛІТЕРАТУРНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Архієреєв С.І., Волоснікова Н.М., Климова С.О. Міжнародна економіка і міжнародні економічні відносини : навч. посібник; за ред. проф. Архієреєва С.І.; Нац. техн. ун-т «Харків. політехн. ін-т». Харків : НТУ «ХПІ», 2019. 234 с.
2. Богашко О.Л. Глобальні тенденції розвитку міжнародної торгівлі та кон'юнктура світових ринків товарів і послуг. Розвиток міжнародної торгівлі в умовах глобальних економічних дисбалансів: матеріали виступів Всеукраїнського форуму з проблем міжнародних економічних відносин (11 квітня 2019 року). Житомир: ЖДТУ, 2019. С. 27–30.
3. Глухова Д. А. Інформаційні технології в сучасній логістичній системі як невід'ємної складової міжнародної торгівлі. Конференції Державного університету «Житомирська політехніка». 2019. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/06/109-1.pdf>
4. Давиденко Г. В. Теоретичний аспект впливу стандартів на міжнародну торгівлю. Інноваційна економіка. 2018. № 9-10. С. 5-10.
5. Давиденко Г.В. Інструменти стандартизації в системі міжнародної торгівлі України: дис. ... канд. екон. наук : 08.00.02.Тернопіль : ТНЕУ, 2020. 261 с.
6. Давидюк Л.П., Кліщук Ю.О. Тенденції розвитку міжнародного бізнесу в Україні. Світове господарство і міжнародні економічні відносини. Випуск 37. 2019, с. 31-36 URL: [http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/37\\_2019\\_ukr/7.pdf](http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/37_2019_ukr/7.pdf)
7. Дягилєва А.Ю. Місце міжнародної торгівлі в системі міжнародних економічних відносин. Розвиток міжнародної торгівлі в умовах глобальних економічних дисбалансів: матеріали виступів Всеукраїнського форуму з проблем міжнародних економічних відносин (11 квітня 2019 року). Житомир: ЖДТУ, 2019. 311 с.

8. Камінська Т.М. Місце України у міжнародній торгівлі послугами. Економічна теорія та право. 2019. № 1 (36). С. 27–41. DOI:10.31359/2411-5584-2019-36-1-27.
9. Колодізева Т.О., Руденко Г.Р. Інноваційні технології в логістиці [навчальний посібник]. Х. : Вид. ХНЕУ, 2013. 268 с.
10. Кононенко Л. В., Назарова Г. Б., Шишкіна Т. М. Трансформування міжнародної торгівлі в умовах глобалізації і цифровізації економіки. Наука і техніка сьогодні. 2022. № 5 (5). С. 110-121
11. Кульганік О. М. Сучасні процеси міжнародної торгівлі України в умовах глобалізації. Ефективна економіка. 2019. № 10. URL: [http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/10\\_2](http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/10_2)
12. Кучай О. Теорії міжнародної торгівлі в сучасному туристичному бізнесі. Вісник Київського національного лінгвістичного університету. Серія Історія, економіка, філософія. 2020. № 25. С. 40-55.
13. Ляшко І. І., Єременко О. М. Тенденції розвитку та механізми регулювання міжнародної торгівлі послугами в умовах глобалізації. ДонДУУ. Менеджер. № 4 (73). 2016 р. 47–54.
14. Мельничук О. Міжнародна торгівля послугами. Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. 2020. № 111(4). С. 115–128. [https://doi.org/10.31617/zt.knute.2020\(111\)08](https://doi.org/10.31617/zt.knute.2020(111)08)
15. Михайліченко Г., Клімова А. Світовий туристичний ринок: трансформації після пандемії. Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. 2020. № 2. С. 21–37.
16. Паєвська О.О. Інноваційний фактор розвитку міжнародної торговельної інтеграції. Сучасні чинники розвитку міжнародних відносин та зовнішньої політики держави: економічні та інституціональні аспекти: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (м. Запоріжжя, 27 жовтня 2018 р.). Запоріжжя: Запорізька державна інженерна академія, 2018. С. 35-38.

17. Погоріла К.В. Воронцова А.С. Роль міжнародної торгівлі в економічному розвитку. Розвиток міжнародної торгівлі в умовах глобальних економічних дисбалансів: матеріали виступів Всеукраїнського форуму з проблем міжнародних економічних відносин (11 квітня 2019 року). Житомир: ЖДТУ, 2019. 311 с.
18. Резнікова Н.В., Булатова О.В., Шлапак А.В., Іващенко О.А. Інновації як драйвер цифрової трансформації світової економіки в умовах техноглобалізму: вплив нових бізнес-моделей на розвиток міжнародної торгівлі товарами і послугами Інвестиції: практика та досвід. 2023. № 12. С. 6-12.
19. Рибак І., Бабінська О. Місце України в системі міжнародної торгівлі. ЛОГОС. Мистецтво наукової думки. 2020. № 9. С. 13-16. <https://doi.org/10.36074/2617-7064.09.002>
20. Степанов О. М. Світова торгівля, транспорт і тенденції розвитку портового господарства. Одеса: Астропринт, 2001. С. 65-66.
21. Філіпенко А.С. Особливості міжнародного регулювання торгівлі послугами. Стратегія розвитку України. 2016. № 1. С. 3–11.
22. Чириченко Ю.В. Зовнішня торгівля послугами: глобальна емерджентність. Держава і регіони. Серія: Економіка та підприємництво. 2013 р., No 1 (70). С. 64–69.
23. "Why Build an Intelligent Tech and Trade Initiative?" International Tech & Trade Initiative; <http://itti-global.org/estudos/why-build-an-intelligent-tech-and-trade-initiative>
24. Alfaro-Urena A., Manelici I., Vasquez J. P. The Effects of Joining Multinational Supply Chains: New Evidence from Firm-to-Firm Linkages. PEDL Research Papers. London, 2020
25. Baumgartner T., Malik Y., Padhi A. Reimagining Industrial Supply Chains, 2020. August 11. URL: <https://www.mckinsey.com/industries/advanced-electronics/our-insights/reimagining-industrial-supply-chains>

26. Global trade hits record high of \$28.5 trillion in 2021, ale likely to be subdued in 2022 // UNCTAD: News: [web]. URL: <https://unc-tad.org/news/global-trade-hits-record-high-28,5-trillion-2021-likely-be-subdued-2022>
27. Handley K., Limao N., Ludema R. D., Yu Z. Firm Input Choice under Trade Policy Uncertainty // NBER Working Paper. – 2020 – N 27910
28. ICC Brasil and UNCTAD sign deal to harnesss technology in international trade / <https://unctad.org/en/pages/newsdetails.aspx?OriginalVersionID=1722>
29. International Merchandise Trade Statistics 2022: [web]. Режим доступу: авторизація. URL: [https://comtrade.un.org/survey/Account/Login?ReturnUrl=%2Fsurvey%2FHome %2FSurvey](https://comtrade.un.org/survey/Account/Login?ReturnUrl=%2Fsurvey%2FHome%2FSurvey)
30. International Monetary Fund. 2022. World Economic Outlook: War Sets Back the Global Recovery. Washington, DC, April.
31. Meltzer Joshua P. The impact of artificial intelligence on international trade // [https:// tradevistas.org/the-impact-of-artificial-intelligence-on-international-trade/](https://tradevistas.org/the-impact-of-artificial-intelligence-on-international-trade/)
32. Rethinking Trade & Finance, International Chamber of Commerce. 2017; <https://iccw-bo.org/publication/2017-rethinking-trade-finance/>
33. TrendEconomy: Annual International Trade Statistics by Country (HS02): [web]. URL: <https://trendeconomy.com/data/h2>
34. UNCTAD. Global trade slows, but ‘green goods’ grow. URL: <https://unctad.org/news/global-trade-slows-green-goods-grow>
35. UNCTAD: Statistics: [web]. URL: <https://unctad.org/statistics>
36. United Nations. Key statistics and trends in International Trade 2022. URL: [https://unctad.org/system/files/official-document/ditctab2023d1\\_en.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/ditctab2023d1_en.pdf)
37. World Economic Outlook (WEO)/International Monetary Fund. April 2022. Washington, DC: IMF Publ. Services, 2022. 178 p.
38. World Economic Outlook (WEO)/International Monetary Fund. April 2021. Washington, DC: IMF Publ. Services, 2021. 170 p.

39. World Economic Outlook (WEO)/International Monetary Fund. April 2022. Washington, DC: IMF Publ. Services, 2022. 178 p
40. World Economic Outlook (WEO)/International Monetary Fund. October 2021. Washington, DC: IMF Publ. Services, 2021. 152 p.
41. World Trade Statistical Review 2020 URL:  
[https://www.wto.org/english/res\\_e/statis\\_e/mts2020\\_e/mts2020\\_e.pdf](https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/mts2020_e/mts2020_e.pdf)

## ДОДАТКИ

## Додаток А

Таблиця А.1

Теорії міжнародної торгівлі (узагальнено на основі [1; 12])

| Теорія                                                     | Представники                                        | Торгова політика                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Наслідки                                                                                                                                                                                            |
|------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1                                                          | 2                                                   | 3                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 4                                                                                                                                                                                                   |
| Меркантилізм (XIV-XVII ст.)                                | Томас Мен, Антуан де Монкретьєн, Жан-Батист Кольбер | Протекціонізм: захист вітчизняних виробників від іноземних конкурентів, стимулювання експорту та обмеження імпорту, введення мит. Роль імпорту знецінюється.                                                                                                                                                        | «Гра з нульовою сумою», в якій виграш однієї країни завжди означає програш іншої країни. Одні країни «багатіють», а інші «витрачають» багатство                                                     |
| Теорія абсолютних переваг (кінець XVIII-початок XIX ст.)   | Адам Сміт                                           | Діє принцип вільної торгівлі – держава не впливає на економіку, саморегуляція ринку; Країна торгує товарами, для яких є сприятливі природні умови; Експорт та імпорт однаково важливі для зовнішньої торгівлі; Імпорт дозволяє підвищувати добробут країни за рахунок придбання товару з-за кордону за нижчою ціною | Усі учасники торгівлі виграють – зростає їхнє багатство                                                                                                                                             |
| Теорія порівняльних переваг (кінець XVIII-початок XIX ст.) | Давид Рікардо                                       | Вільна торгівля товарами, у виробництві яких країна має порівняно нижчі витрати праці та капіталу. Торгівля між двома країнами може приносити вигоди кожній з них, якщо обидві вони імпортуватимуть ті товари, за якими не мають порівняльних переваг.                                                              | Виграють від торгівлі всі – і більш розвинуті країни і менш розвинуті країни, збільшуючи своє багатство                                                                                             |
| Теорія Хекшера-Оліна (30-ті роки XX століття)              | Елі Хекшер, Бертель Олін                            | Угоди про свободу торгівлі вигідно укласти тільки з тими, у кого запас факторів виробництва сильно відрізняється; Країнам вигідно експортувати такі товари, для виробництва яких використовуються наявні фактори виробництва; Імпортувати вигідно ті товари, для яких спостерігається дефіцит факторів виробництва  | Країни-учасниці виграють від торгівлі                                                                                                                                                               |
| Теорія життєвого циклу продукту (1960 р.)                  | Р.Вернон                                            | Кожен продукт, що користується попитом, проходить стадії впровадження, зростання, зрілості та відходу з ринку                                                                                                                                                                                                       | Спеціалізація країн пов'язана з різними стадіями життєвого циклу продукту, а країни, що експортують конкретні товари або послуги, можуть відмовлятися від їх виробництва та переходити на їх імпорт |

| 1                                          | 2                        | 3                                                                                                                                                                                                          | 4                                                                                                                                           |
|--------------------------------------------|--------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Теорія спеціалізації виробництва (1980 р.) | П. Кругман, К. Ланкастер | Країни з однаковою забезпеченістю факторами виробництва зможуть отримати максимальну вигоду з торгівлі один з одним, якщо спеціалізуватимуться в різних виробництвах, що характеризуються ефектом масштабу | Міжнародна торгівля дозволяє сформувати єдиний інтегрований ринок, результаті споживачам пропонується більше продукції та за нижчими цінами |

## Додаток Б

## Показники міжнародної торгівлі (наведено на основі [26; 35])

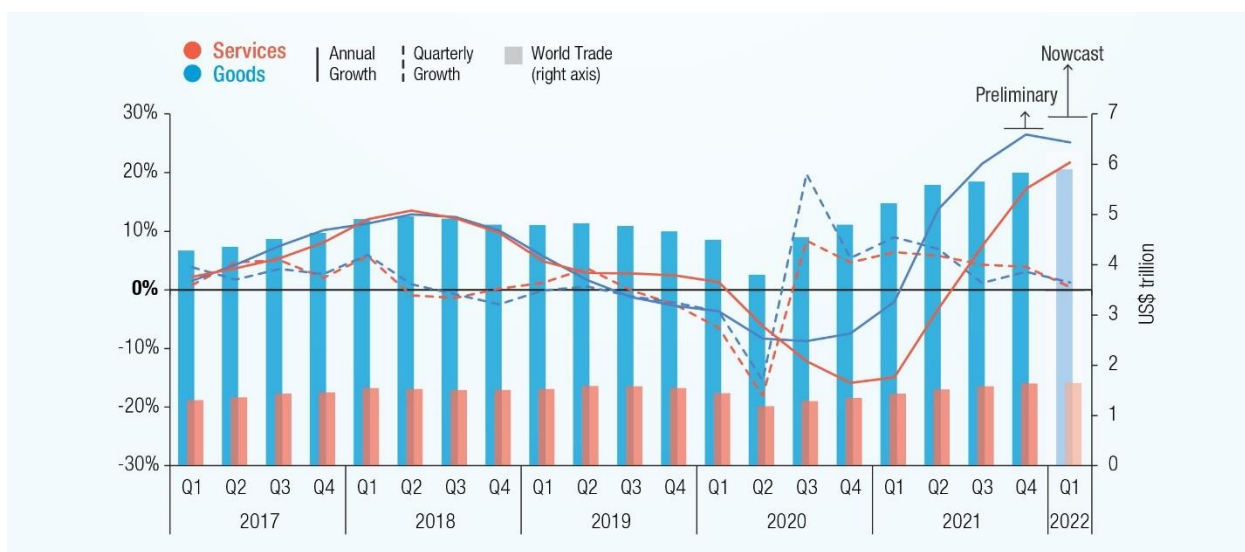


Рис. Б.1. Тенденції міжнародної торгівлі до 2017-2021 рр. та прогноз на I квартал 2022 р.

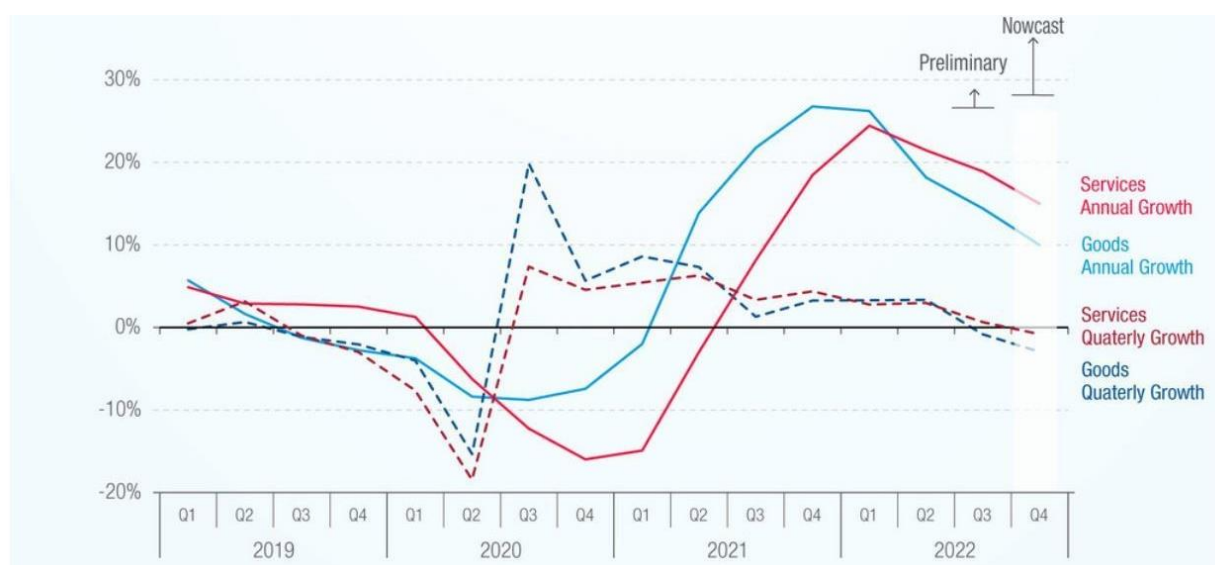


Рис. Б.2. Тенденції міжнародної торгівлі за 2019-2022 р.

Annual % change



Рис. Б.3. Ріст світової торгівлі та ВВП за 2015-2024 (прогнозні дані) рр.

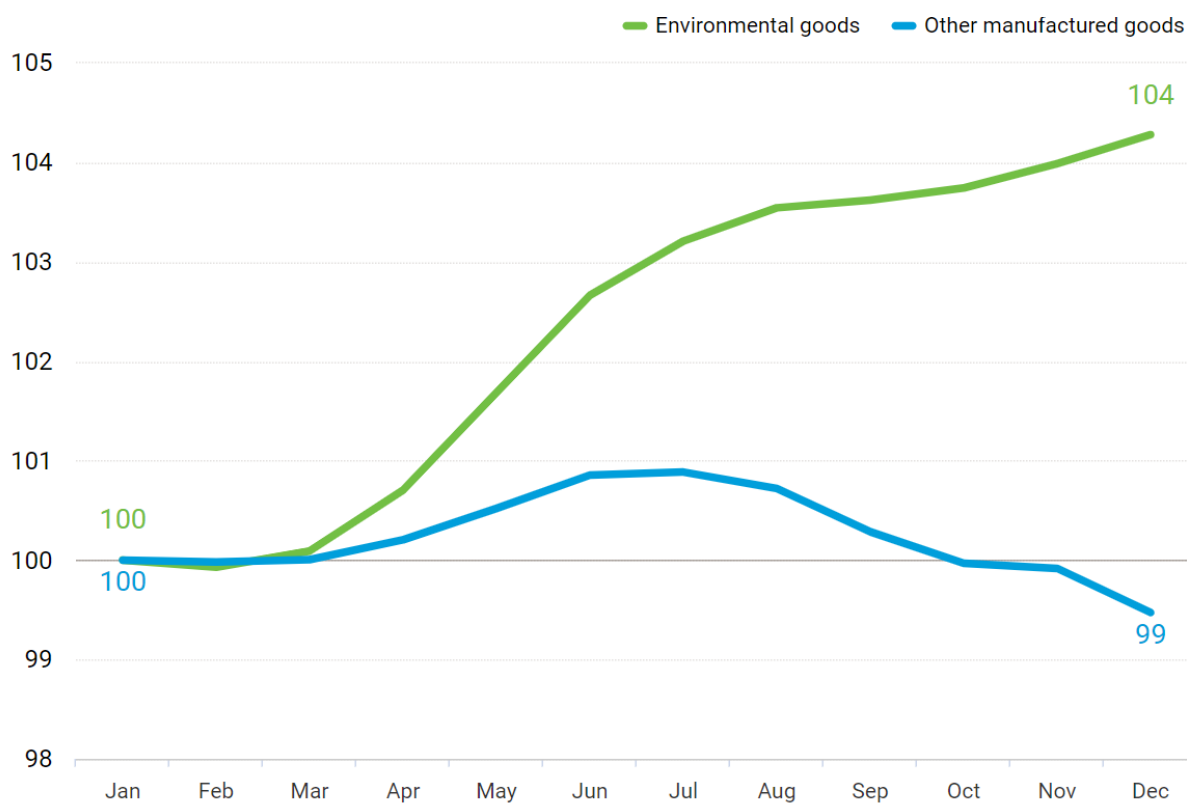


Рис. Б.4. Зростання торгівлі «екологічно чистими товарами» в 2022 р.

### Анотація

Здановська Ю.Ю. «РОЗВИТОК МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ» – Рукопис.

Кваліфікаційна робота студентки IV-го курсу денної форми навчання на здобуття освітнього рівня бакалавра спеціальності 292 «Міжнародні економічні відносини». Державний університет «Житомирська політехніка». Факультет національної безпеки, права та міжнародних відносин, Житомир, 2024.

Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та пропозицій, списку використаних джерел, додатків. Основний зміст викладено на 60 сторінках друкованого тексту. Робота містить 2 таблиці, 4 рисунки, 2 додатки. Список використаних джерел нараховує 41 найменування.

Робота присвячена теоретичним та практичним аспектам дослідження тенденцій розвитку міжнародної торгівлі на сучасному етапі.

У першому розділі «Теоретичні основи дослідження міжнародної торгівлі» розкрито поняття та роль міжнародної торгівлі, регулювання міжнародної торгівлі, а також основні етапи розвитку міжнародної торгівлі.

Другий розділ «Дослідження розвитку міжнародної торгівлі на сучасному етапі» присвячений таким питанням, як аналітичне дослідження розвитку міжнародно торгівлі, перспективи розвитку міжнародної торгівлі та інновації в міжнародній торгівлі.

Третій розділ «Розвиток міжнародної торгівлі в умовах цифровізації» розкриває роль електронної комерції в міжнародній торгівлі, а також вплив штучного інтелекту на міжнародну торгівлю.

**Ключові слова:** міжнародна торгівля, світова торгівля, електронна комерція, цифровізація, штучний інтелект