

Богашко О. Л.

к.е.н., доцент

*Навчально-науковий інститут економіки та бізнес-освіти
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини
м. Умань*

ГЛОБАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ ТА КОН'ЮНКТУРА СВІТОВИХ РИНКІВ ТОВАРІВ І ПОСЛУГ

Міжнародна торгівля – система міжнародних товарно-грошових відносин, що складається з зовнішньої торгівлі всіх країн світу. Сучасний стан світової торгівлі та кон'юнктури світових ринків товарів і послуг обумовлений численними факторами, включаючи рівень розвитку матеріального виробництва й сфери послуг, фінансової, інформаційної та транспортної інфраструктури, а також соціально-політичними процесами в різних державах. Крім того, на світову ринкову кон'юнктуру впливає рівень сформованих торгово-економічних відносин між країнами та їх інтеграційними блоками.

Аналіз сучасного стану міжнародної торгівлі товарами й послугами дає можливість виділити основні тенденції та особливості її розвитку як в кількісному, так і в якісному відношенні. Найбільш важливі з них викладені нижче.

Лідером по обороту зовнішньої торгівлі та обсягом реального ВВП є Китай, який здійснює послідовні кроки по переходу від статусу економіки, що розвивається до розвиненої, від кількісного зростання до стійкого і якісного, що призводить до уповільнення темпів зростання торгівлі. У той же час для України більш характерна концепція наздоганяючого розвитку.

Деяке зниження питомої ваги розвинених країн у світовій торгівлі, перенесення транснаціональними корпораціями сучасного виробництва по лінії субпоставок і аутсорсингу в країни, що розвиваються зовсім не означає втрати провідного положення економічно сильних країн. Про це свідчить їх провідна роль у виробництві й обміні продукцією високих технологій і подальший розвиток взаємної торгівлі, особливо в рамках внутрішньогалузевої виробничої спеціалізації й кооперації. В даний час 3/4 світового товарного експорту припадає на взаємну торгівлю трьох найбільш потужних центрів: Західна Європа, Північна Америка і Південно-Східна Азія.

Окремі ознаки деглобалізації світової торгівлі проявляються у взаємних санкціях країн Заходу й Росії, в участі більшості країн в регіональних інтеграційних об'єднаннях і багатосторонніх преференційних торгових угодах. Згідно зі звітом статистичної служби Євростат, 47% глобального експорту і 45% глобального імпорту товарів і послуг припадає на США, ЄС і КНР [3]. Між трьома центрами світової торгівлі нерідко виникають суперечності, торговельні та політичні конфлікти, застосовуються методи прихованого протекціонізму. Лідери окремих розвинених держав знижують ступінь відкритості національної економіки імпорту. Підтвердженням цьому служить вихід США з преференційної торговельної угоди між 12 країнами Азіатсько-Тихоокеанського регіону (транстихоокеанського партнерства) на початку 2017 р., який Президент Д. Трамп розцінював як «одну з головних загроз економіці США» [4].

Торгова політика відображає загальні тенденції з точки зору посилення негативних настроїв щодо глобалізації. Протягом 2014 – 2016 рр. спостерігалось збільшення обмежень і прояв протекціоністських тенденцій в торговельній політиці країн G20 в більшій мірі на товарних ринках, ніж у сфері послуг. На думку Крістін Лагард, глави Міжнародного валютного фонду, обмеження торгівлі є явним прикладом «економічної недбалості» [3]. Замість того, щоб допомагати нужденним в цьому секторі національної економіки, закриття торгівлі скорочує робочі

місця, знижує зарплату, нівелює важливі економічні можливості, завдає шкоди ланцюжку постачання і підвищує вартість багатьох основних товарів. На додаток до цього, невизначеність торгової політики може стримувати інвестиції – критичний фактор росту світової торгівлі й економіки в цілому.

Комплексний розвиток сфери інформаційних технологій дозволив економічним суб'єктам скоротити транзакційні витрати при оформленні угод за рахунок застосування електронної комерції, стрімке зростання якої спостерігається в усьому світі. При цьому частка Інтернет-торгівлі в сукупному обсязі роздрібною торгівлі в світі поступово зростає, вона збільшилася практично в 1,5 раза з 6,5% в 2012 р. до 8,6% в 2015 р. [5]. При загальному зростанні даної економічної сфери її певні товарні сегменти мають різну динаміку продажів в різних країнах в різний період. Зокрема, характерною особливістю українського попиту є низька популярність таких сегментів як електронні книги, музика і ліцензійні диски, в той час як у світі, за експертними оцінками, такі товари знаходяться на перших місцях у списку переваг онлайн покупок.

Основним фактором зростання сектора електронної торгівлі є стабільний приплив нових Інтернет-користувачів, зокрема за рахунок користувачів мобільних пристроїв (смартфонів і планшетів). Крім того, очікується, що в найближчому майбутньому відбудеться значне збільшення числа покупок, в тому числі завдяки збільшенню цінової конкуренції між гравцями. Це пояснюється тим, що онлайн споживачі мають можливість оперативно порівнювати ціни різних продавців (в тому числі у форматі маркет-плейсу), що, у свою чергу, стимулює проведення частих і регулярних спеціальних акцій як електронними, так і традиційними ритейлерами на національному та міжнародному рівні торгівлі товарами й послугами.

Згідно з прогнозами експертів, очікується, що в ролі локомотива світового ринку Інтернет-торгівлі продовжить виступати Китай (26% в рік), зокрема за рахунок експортної роздрібною онлайн торгівлі. Також досить високі темпи зростання очікуються в інших країнах, що розвиваються – Індії (24%), Південної Кореї та Індонезії (понад 20%). Демографія і швидке проникнення мобільного Інтернету – ключові фактори зростання в цих регіонах. Ринки розвинених країн (США, Великобританія, Німеччина, Японія) будуть рости переважно за рахунок мобільних продажів [6; 7].

Таблиця 1

Лідери з розвитку електронної торгівлі

Країна	Електронний товарообіг, млрд дол.		Частка онлайн-продажів, %		Частка Інтернет-покупок від населення країни, %	
	фактично	прогноз	фактично	прогноз	фактично	прогноз
	2016	2021	2016	2021	2016	2021
Китай	672	1973	16%	34%	37%	52%
США	341	535	7,1%	10%	65%	71%
Великобританія	99	143	15%	19%	75%	79%
Японія	90	134	17%	21%	69%	73%
Німеччина	62	88	9%	16%	67%	70%

Джерело: складено автором на основі [6; 7]

Специфіка наднаціонального регулювання світової торгівлі товарами й послугами обумовлена випереджаючим розвитком даної сфери та відставанням реформ Світової організації торгівлі – основного регулятора. Світова торгівля зазнала значних змін з моменту створення СОТ в 1995 р. Відповідність нормативного нагляду стало більш важливим, оскільки через диверсифікованих глобальних ланцюжків поставок стало складніше контролювати бізнес і клієнтів. На сьогодні СОТ відіграє обмежену роль у сприянні наднаціонального регулювання торговельних відносин. Суб'єкти світової торгівлі уникають вирішення комерційних і технічних

питань через апарат СОТ і ускладнені процедури голосування і схвалення всіх членів даної міжнародної організації. Багато ТНК покладаються на приватні стандарти, сертифікати сторонніх виробників і власні системи управління якістю для спостереження за їх глобальними ланцюгами постачання [1; 2].

Змістом міжнародної торгівлі все більше стає «обслуговування» потреб «глобального виробництва» в рамках ТНК, і цей процес буде тривати далі. Вже зараз більш ніж половина світової торгівлі готовою продукцією і третина всієї торгівлі здійснюється на базі довгострокових угод і контрактів науково-технічної, виробничої та збутової кооперації. Швидке розширення постачання деталей, вузлів і комплектуючих, що беруть участь у виробничому циклі закордонних підприємств стало характерною рисою останніх десятиліть.

Працюючи в цілому на глобалізацію, кооперування підприємств в рамках ТНК означає одночасно, що певні сегменти світових ринків фактично стають більш закритими, в тому числі для конкуренції з боку інших учасників, оскільки умови коопераційних угод і ціни (трансфертні) встановлюються в першу чергу виходячи з інтересів відповідних ТНК. Природно, що ці сегменти ринків важко піддаються міжнародному регулюванню і лібералізації, в тому числі з боку СОТ, що є однією зі складних проблем в роботі цієї організації.

Зняття бар'єрів у внутрішньорегіональній торгівлі, зближення інвестиційного, податкового та іншого законодавства дають їх учасникам всі переваги великомасштабного виробництва, прямого доступу до сировинних і трудових ресурсів. В результаті об'єднання фінансових і науково-технічних можливостей учасників виробничі витрати знижуються, а продукція, в тому числі на експорт, стає більш конкурентоспроможною.

Міжнародна торгівля товарами та послугами все більше переплітається з міжнародним рухом капіталів. Подальша лібералізація торгівлі, інтенсифікація руху капіталу і зростаюча мобільність факторів виробництва підсилюють тенденцію до переплетення експорту товарів і послуг з експортом капіталу. Інвестиції країн-експортерів все більше використовуються для просування на іноземні ринки товарів і послуг, зокрема для створення виробництв, збутових і торговельних мереж або комерційної присутності сервісних компаній. Така практика застосовується і для того, щоб обійти митний чи іншу захист національних ринків.

За останні десятиліття на світових ринках різко загострилася конкуренція, наслідком чого стало посилення вимог до якості продукції, що поставляється на експорт. Традиційна цінова конкуренція виробників все більше поступається місцем орієнтації на більш повне задоволення потреб і очікувань споживача. Змінюється саме поняття «якість». Воно охоплює тепер не тільки споживчі властивості товару і вимоги до їх безпеки та екологічності, а й методи організації всієї системи виробництва, сервісного обслуговування та збуту. Міжнародні стандарти якості (серії ISO 9000) все більше доповнюються стандартами екологічного менеджменту (ISO 14000), впровадження яких розглядається міжнародним бізнесом і їх організаціями, як найважливішим елементом не тільки конкурентоспроможності, але і більшої соціальної відповідальності бізнесу перед суспільством.

На наш погляд, основними чинниками успішної міжнародної торгівлі є відкриття та розширення ринків; спеціалізація і кооперування в міжнародному масштабі; вивезення капіталу, що стимулює зростання зовнішньої торгівлі та пов'язаний з постачанням засобів виробництва для підприємств, що створюються за кордоном; демографічний фактор, який впливає на глобальну торгівлю за допомогою формування окремих порівняльних переваг країн і зростання попиту на імпортовану продукцію.

Таким чином, роль міжнародної торгівлі на сучасному етапі дуже велика. Її значущість в господарських зв'язках визначається тим, що вона опосередковує практично всі види

міжнародного поділу праці, пов'язує всі країни світу в єдине господарське ціле, дає поштовх розвитку підприємствам і тим самим конкурентоспроможності місцевої продукції.

Список джерел

1. *Богашко О. Л. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств в умовах глобалізації міжнародної економіки / О. Л. Богашко // Актуальні питання економічних наук: збірник матеріалів VII Міжнародної науково-практичної конференції (м. Запоріжжя, 12-13 червня 2015 року) / Східноукраїнський інститут економіки та управління. У двох частинах. – Запоріжжя: ГО „СІЕУ”, 2015. – Ч. 2. – С. 126 – 128.*
2. *Богашко О. Л. Основи зовнішньоекономічної діяльності: Навчальний посібник / О. Л. Богашко. – Умань: Видавець „Сочінський”, 2010. – 372 с.*
3. *Eurostat News, 01.01.2017 // <http://ec.europa.eu/eurostat/web/products-datasets/-/tet00018>*
4. *The collapse of the Trans-Pacific Partnership – The Economist, 23.11.2016 // <https://www.economist.com/blogs/economist-explains/2016/11/economist-explains-14>*
5. *Key Digital Trends for 2017 – eMarketer // <https://www.emarketer.com/Webinar/Key-Digital-Trends-2017/4000152>*
6. *Worldwide Retail and Ecommerce Sales: eMarketer's Estimates for 2016 – 2021 // <https://www.emarketer.com/Report/Worldwide-Retail-Ecommerce-Sales-eMarketers-Estimates-2016...>*
7. *Top 250 global powers of retailing 2017 – National Retail Federation // <https://nrf.com/resources/annual-retailer-lists/top-250-global-retailers>*