

Державний торговельно-економічний університет

Кафедра світової економіки

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**«МІЖНАРОДНА ДІЯЛЬНІСТЬ ЕКОНОМІЧНИХ СУБ'ЄКТІВ В УМОВАХ
СВІТОВОЇ ПАНДЕМІЇ»**

(за матеріалами Торгово-промислової палати України, м. Київ)

Студентки 4 курсу, 14 групи,
спеціальності 292 «Міжнародні
економічні відносини» освітньої
програми «Міжнародний бізнес»

Кравченко
Катерини Іванівни
(підпис)

Науковий керівник
кандидат економічних наук,
доцент

Ладиченко
Катерина Іллівна
(підпис)

Гарант освітньої програми
кандидат економічних наук,
доцент

Лежепьокова
Вікторія
Геннадіївна
(підпис)

Київ 2023

Державний торговельно-економічний університет

Факультет міжнародної торгівлі та права

Кафедра світової економіки

Спеціальність «Міжнародні економічні відносини»

Освітня програма «Міжнародний бізнес»

Затверджую

Зав. кафедри _____ Ганна Дугінець

«__» _____ 2022 р.

ЗАВДАННЯ

на випускн кваліфікаційну роботу студентці

Кравченко Катерині Іванівні
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи (проєкту):

«Міжнародна діяльність економічних суб'єктів в умовах світової пандемії»

(за матеріалами Торгово-промислової палати України, м. Київ)

Затверджена наказом ректора від «__» _____ 2022 р. №__

2. Строк здачі студентом закінченого роботи (проєкту) 23.05.2023

3. Цільова установка та вихідні дані до роботи (проєкту)

Мета роботи (проєкту): розробка пропозиції щодо розвитку міжнародної діяльності вітчизняних економічних суб'єктів в умовах подолання наслідків світової пандемії.

Об'єкт дослідження: економічні відносини між суб'єктами економічної діяльності на міжнародному ринку.

Предмет дослідження: теоретичні та практичні аспекти міжнародної діяльності економічних суб'єктів.

4. Перелік графічного матеріалу: 1 таблиця та 11 рисунків.

5. Консультанти по роботі (проекту) із зазначенням розділів, за якими здійснюється консультивання:

Розділ	Консультант (прізвище, ініціативи)	Підпис, дата		
		Завдання видав	Завдання прийняв	

6. Зміст випускної кваліфікаційної роботи (проекту):

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ МІЖНАРОДНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЕКОНОМІЧНИХ СУБ'ЄКТІВ В УМОВАХ СВІТОВОЇ ПАНДЕМІЇ

1.1. Поняття, види та ключові характеристики міжнародної діяльності підприємств

1.2. Особливості інституційної підтримки міжнародної діяльності економічних суб'єктів в світі та в Україні в умовах світової пандемії

Висновки до розділу

РОЗДІЛ 2. ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ЕКОНОМІЧНИХ СУБ'ЄКТІВ В УМОВАХ СВІТОВОЇ ПАНДЕМІЇ

2.1. Тенденції розвитку міжнародної діяльності економічних суб'єктів в умовах світової пандемії

2.2. Напрями підтримки міжнародної діяльності економічних суб'єктів Торгово-промисловою палатою України в умовах подолання наслідків пандемії

Висновки до розділу 2

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

7. Календарний план виконання роботи (проєкту)

№ пор.	Назва етапів випускної кваліфікаційної роботи (проєкту)	Строк виконання етапів роботи	
		За планом	Фактично
1	2	3	4
1.	Визначення напрямку дослідження та затвердження теми ВКР	до 20.12.2022	20.12.2022
2.	Узгодження плану ВКР з науковим керівником	до 10.02.2023	09.02.2023
3.	Подача науковому керівнику на рецензування 1-го розділу ВКР	до 28.02.2023	20.03.2023
4.	Подача науковому керівнику на рецензування 2-го розділу ВКР	до 26.04.2023	12.05.2023
5.	Подача готової ВКР науковому керівнику	до 20.05.2023	05.06.2023
6.	Подача готової ВКР на кафедру	до 23.05.2023	12.06.2023
7.	Попередній захист ВКР	за графіком (30.05.– 10.06.2023)	12.06.2023
8.	Захист ВКР	за графіком (13.06 – 24.06.2023)	за графіком (13.06 – 24.06.2023)

8. Дата видачі завдання «__» _____ 2022 р.

9. Керівник випускної кваліфікаційної роботи (проєкту):

Ладиченко К. І.

(прізвище, ініціали, підпис)

10. Керівник освітньої програми:

Лежецьокова В. Г.

(прізвище, ініціали, підпис)

11. Завдання прийняв до виконання студента:

Кравченко К.І.

(прізвище, ініціали, підпис)

12. Відгук керівника випускної кваліфікаційної роботи (проєкту)

Випускна кваліфікаційна робота К.І. на тему «Міжнародна діяльність економічних суб'єктів в умовах світової пандемії (на матеріалах Торгово-промислової палати України, м. Київ)» не в повній мірі розкриває тему, носить описовий характер, аналітична частина виконана переважно методом узагальнень.

В першому розділі встановлено окремі зміни у міжнародній економічній діяльності спричинені пандемією, зокрема значну увагу приділено інтенсифікації електронної комерції. Також фрагментарно розкрито деякі особливості інституційної підтримки розвитку бізнесу в розвинутих країнах та країнах, що розвиваються, а також роль ТПП в цих процесах в Україні.

У другому розділі на основі даних міжнародних організацій схарактеризовано вплив пандемії на міжнародну торгівлю та визначено проблеми її розвитку для України. На жаль аналіз повністю заснований на вторинних даних, що наведено у додатках ВКР. За сайтом ТППУ систематизовано діяльність організації, розкрито напрями підтримки бізнесу в умовах подолання наслідків пандемії.

Робота не розкриває у достатньому обсязі заявлені у вступі завдання. Автором не проведено аналітичної роботи, хоча опрацьована доволі актуальна джерельна база. Висновки до роботи не відповідають результатам дослідження та є доволі поверхневими. Оформлення роботи відповідає вимогам. Випускна кваліфікаційна робота Кравченко К.І. розкриває обрану тему у достатньому ступені для того, щоб бути рекомендованою до публічного захисту й заслуговує мінімальної позитивної оцінки.

Керівник випускної кваліфікаційної роботи (проєкту)

_____ (підпис, дата)

13. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу (проєкт)

Випускна кваліфікаційна робота (проєкт) студента Кравченко К.І.

_____ (прізвище, ініціали)

може бути допущена до захисту екзаменаційної комісії.

Керівник освітньої програми _____ Лежепьокова В.Г.

_____ (підпис, прізвище, ініціали)

Завідувач кафедри _____ Дугінець Г.В.

_____ (підпис, прізвище, ініціали)

« _____ » _____ 2023 р.

АНОТАЦІЯ

Кравченко Катерина Іванівна. Міжнародна діяльність економічних суб'єктів в умовах світової пандемії (за матеріалами Торгово-промислової палати України, м. Київ).

Випускна кваліфікаційна робота присвячена актуальними питанням дослідження роботи економічних суб'єктів в умовах пандемії та стабілізації роботи в міжнародному бізнесі. Проаналізовано теоретичні та практичні аспекти забезпечення діяльності в міжнародному бізнесі. Визначено роль Торгово-промислової палати України у міжнародному бізнес-середовищі. Сформульовано висновки і надано рекомендації розвитку діяльності суб'єктів після коронакризи. Окрім впровадження програм, доцільним була рекомендація створення пільгової системи оподаткування для підприємств на етапі їх відновлення чи розширення напрямків діяльності.

Ключові слова: пандемія, міжнародний бізнес, економіка, підприємництво, суб'єкт міжнародного бізнесу.

ANNOTATION

Kravchenko Kateryna. International activity of economic entities in the conditions of a global pandemic (based on the materials of the Chamber of Commerce and Industry of Ukraine, Kyiv).

The graduation thesis is devoted to the topical issues of researching the work of economic entities in the conditions of a pandemic and stabilization of work in international business. The theoretical and practical aspects of ensuring activities in international business are analyzed. The role of the Chamber of Commerce and Industry of Ukraine in the international business environment is defined. Conclusions were formulated and recommendations for the development of the subjects' activities after the corona crisis were provided. In addition to the implementation of programs, it was appropriate to recommend the creation of a preferential taxation system for enterprises at the stage of their restoration or expansion of their activities.

Key words: pandemic, international business, economy, entrepreneurship, subject of international business.

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ МІЖНАРОДНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЕКОНОМІЧНИХ СУБ'ЄКТІВ В УМОВАХ СВІТОВОЇ ПАНДЕМІЇ.....	5
1.1. Поняття, види та ключові характеристики міжнародної діяльності підприємств.....	5
1.2. Особливості інституційної підтримки міжнародної діяльності економічних суб'єктів в світі та в Україні в умовах світової пандемії.....	11
Висновки до розділу 1	18
РОЗДІЛ 2. ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ЕКОНОМІЧНИХ СУБ'ЄКТІВ В УМОВАХ СВІТОВОЇ ПАНДЕМІЇ.....	20
2.1. Тенденції розвитку міжнародної діяльності економічних суб'єктів в умовах світової пандемії	20
2.2. Напрями підтримки міжнародної діяльності економічних суб'єктів Торгово-промисловою палатою України в умовах подолання наслідків пандемії	30
Висновки до розділу 2	34
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	37
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	40
ДОДАТКИ.....	43

ВСТУП

Актуальність теми. Невід'ємною частиною підприємницької діяльності ведення бізнесу на міжнародному рівні є імпортно-експортний бізнес, що яскраво вказує на можливості як самого суб'єкта господарювання, так і національної економіки в цілому. Тенденцією останніх років є розвиток міжнародного бізнесу як один із пріоритетних напрямів національної політики. У зв'язку з поширенням COVID-пандемії протягом 2019-2020 рр. ситуація у світовій економіці характеризувалася серйозними змінами у світовій торгівлі, що негативно впливали на соціально-економічний розвиток національної економіки. Роботу українського бізнесу ускладнюють додаткові пристосування, спрямовані на швидку адаптацію населення та країни до нових умов. Запровадження карантинних обмежень безпосередньо вплинуло на падіння обсягів внутрішньої та зовнішньої торгівлі України протягом 2019-2020 років. За оцінками МВФ орієнтовні збитки для глобальної економіки від COVID-пандемії становили 30 трлн. дол. Позитивним на сьогодні є те, що ВООЗ в травні 2023 року оголосила про завершення надзвичайної ситуації в галузі охорони здоров'я пов'язаного з COVID-пандемією.

Таким чином, традиційні труднощі, з якими стикається бізнес, доповнюються новими, які в сучасних умовах пов'язані з глобальними викликами. Нові реалії макросередовища змушують вітчизняні компанії розробляти альтернативні бізнес-стратегії, щоб збалансувати негативний вплив кризи в умовах пандемії. Водночас для покращення ситуації стало природним втручання держави у вигляді допомоги суб'єктам господарювання, внесення змін до законодавства тощо. Враховуючи існуючу обмежувальну ситуацію, перед вітчизняними підприємствами, а також задіяними у сфері міжнародного бізнесу, стоїть завдання подальшої підприємницької діяльності, утримуючи максимально можливу за даних умов частку на внутрішньому та міжнародному ринку.

Дослідження, спрямовані на визначення тенденцій розвитку підприємницької діяльності в умовах COVID-пандемії, відображені у роботах таких економістів, як О.В. Тур, Р.І. Шевченко-Перепьолкіна. Однак зазначені автори акцентують свою увагу переважно на розвитку малого бізнесу у кризових умовах. Праці інших вітчизняних вчених: М.М. Ремінського та Н.Є. Скоробогатової, Н. Короленко та Т. Ларіної та ін. зосереджені на розвитку зовнішньої торгівлі та забезпеченні міжнародної конкурентоспроможності підприємств в умовах невизначеності під впливом пандемії COVID-19.

Метою роботи є розробка пропозиції щодо розвитку міжнародної діяльності вітчизняних економічних суб'єктів в умовах світової пандемії.

Відповідно до мети було визначено наступні завдання дослідження:

- дослідити поняття, види та ключові характеристики міжнародної діяльності підприємств;
- визначити особливості інституційної підтримки міжнародної діяльності економічних суб'єктів в світі та в Україні в умовах світової пандемії;
- дослідити тенденції розвитку міжнародної діяльності економічних суб'єктів в умовах світової пандемії;
- визначити напрями підтримки міжнародної діяльності економічних суб'єктів Торгово-промисловою палатою України в умовах подолання наслідків пандемії.

Об'єкт дослідження: економічні відносини між суб'єктами економічної діяльності на міжнародному ринку.

Предмет дослідження: теоретичні та практичні аспекти міжнародної діяльності економічних суб'єктів.

Структура випускної кваліфікаційної роботи складається зі вступу, двох розділів, з 1 таблиці, 11 рисунків, списку використаних джерел (26 найменувань). Загальний обсяг роботи – 43 сторінки.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ МІЖНАРОДНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЕКОНОМІЧНИХ СУБ'ЄКТІВ В УМОВАХ СВІТОВОЇ ПАНДЕМІЇ

1.1. Поняття, види та ключові характеристики міжнародної діяльності підприємств

Міжнародна діяльність підприємств належить до комерційних угод між двома чи більше країнами. Вона також включає здійснення економічних операцій з товарами, послугами, знаннями, технологіями, капіталом, робочою силою, зв'язком, транспортом і багатьом іншим по всьому світу.

Міжнародна діяльність зводиться не лише до глобальної торгівлі товарами та послугами, а й до іноземних інвестицій. Глобалізація та технології (інтернет) ще більше підвищили ефективність ділової активності, яка спрямовує потік продуктів компанії користувачам у більш ніж одній країні.

Міжнародна діяльність підприємств – це всі комерційні угоди підприємств - приватні та державні між двома чи більше країнами[18].

Міжнародна діяльність підприємств можна визначити як ділову діяльність, пов'язану із перетином підприємства національних кордонів[7].

Міжнародна діяльність підприємств – це будь-яка фірма, яка займається міжнародною торгівлею чи інвестиціями[18].

Простіше кажучи, міжнародна діяльність підприємств означає провадження підприємницької діяльності за межами національних кордонів. А національна (внутрішня) діяльність означає здійснення підприємницької діяльності всередині країни.

В основному міжнародна діяльність підприємств містить наступні положення:

- міжнародні рухи товарів, послуг, капіталу, співробітників та технологій;

- транскордонні угоди з інтелектуальною власністю (патенти, авторські права, товарні знаки, графічні позначення, суміжні права тощо);
- інвестиції у зарубіжні фізичні та фінансові активи розвинених країн;
- контрактне виробництво та складання товарів за кордоном для продажу на місці або для експорту до інших країн;
- купівля та продаж у зарубіжних країнах;
- створення зарубіжних складських та розподільчих систем;
- імпорт товарів однієї іноземної країни з другої іноземної країни для подальшого продажу дома.

По суті, сьогодні міжнародна діяльність підприємств є незамінним для всіх країн. Жодна країна може бути самодостатньою у виробництві всіх товарів та послуг, необхідних їй. І маленькі, і великі, і приватні, і державні, чи уряди країни - вони є активними гравцями у глобальному бізнесі [11].

Глобальний розвиток змусив менеджерів розробляти бізнес-плани та маркетингові плани (маркетинг-мікс) з урахуванням глобальних ринків. Він перетворив увесь світ на єдиний ринок. Отже, ведення бізнесу сьогодні вимагає від менеджерів «думати глобально, щоби діяти локально».

Обговорюючи основні риси/характеристики міжнародної діяльності підприємств, можна зазначити нижче [18].

1. Транскордонна угода.
2. У діяльності беруть участь дві чи більше країни.
3. Глобальна та внутрішня конкуренція.
4. Використання іноземної валюти.
5. За підсумками ринкової економіки.
6. Імпорт та експорт міжнародної продукції.
7. Вільний потік факторів виробництва.
8. Вплив міжнародних організацій (СОТ, МВФ, ООН, СБ, ОПЕК).

9. Іноземні закони.
10. Зовнішнє середовище (політичне, культурне, економічне тощо)
11. Потрібні ширші управлінські навички тощо.

З початком пандемії уряди у всьому світі оголосили про повне блокування, що призвело до закриття фізичних магазинів у всьому світі. Потім покупці звернулися до інтернет-магазинів, що спричинило безпрецедентне збільшення продажів електронної комерції. У другому кварталі 2020 року продажі Amazon зросли на 57%. Фізичні магазини були змушені закритися, і нові гравці розпочали свою діяльність в галузі електронної комерції. Внаслідок цього кількість продавців електронної комерції значно збільшилася. У міру того, як продаж у фізичних магазинах перемістився в онлайн-ритейл, частка продажів електронної комерції в загальному обсязі роздрібних продажів також збільшилася під час пандемії.

Обмеження, пов'язані з пандемією, також означали скорочення робочої сили в портах, які не могли впоратися з тими навантаженнями, з якими стикалися раніше. Виникли проблеми з логістикою та ланцюжками поставок змусили роздрібних продавців, таких як Walmart, планувати свої судна, а виробників замовляти сировину набагато задалегідь. Транспортні контейнери почали накопичуватись у портах по всьому світу, а це означало, що вони були недоступні для відправлення, що призвело до зростання вартості транспортних контейнерів. Наприклад, вартість перевезення контейнерів із Шанхаю до Лос-Анджелесу збільшилася вдесятеро.

На початковому етапі пандемії, коли впав попит на різні товари, виробники зупиняли виробництво та звільняли людей. Це призвело до нестачі робочої сили, коли попит нарешті збільшився. Трудові проблеми зберігалися, незважаючи на те, що компанії платили набагато більше, щоби залучити співробітників.

Продавці електронної комерції, зокрема, бренди DTC – значною мірою поклалися на рекламу у Facebook для охоплення та націлення/перенацілювання клієнтів. Коли Apple підтвердила свою

прихильність до конфіденційності користувачів за допомогою оновлень iOS, найдешевший рекламний механізм, реклама у Facebook, став менш ефективним. Це змусило продавців електронної комерції переосмислити свою маркетингову стратегію та сприяло збільшенню вартості залучення клієнтів.

У 2021 році спостерігався значний сплеск споживчої електронної комерції, викликаний пандемією COVID-19, при цьому обсяг онлайн-продажів помітно збільшився, незважаючи на ослаблення обмежень у багатьох країнах.

Середня частка інтернет-користувачів, які купували в Інтернеті, збільшилася з 53% до пандемії (2019 р.) до 60% після початку пандемії (2020/21 р.) у 66 країнах (рис. 1.1).

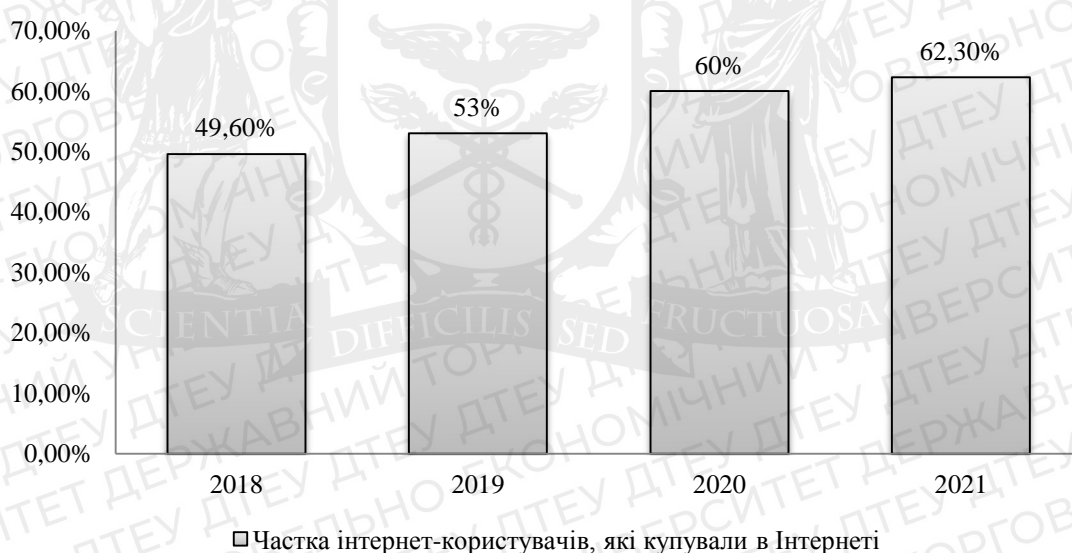


Рис. 1.1. Частка інтернет-користувачів, які купували в Інтернеті в 2018-2021 рр., % [26]

Але ситуація до пандемії та масштаби зростання онлайн-покупок у різних країнах різняться. Багато розвинених країн вже мали відносно високий рівень онлайн-покупок (понад 50% інтернет-користувачів) до пандемії, тоді як у більшості країн споживча електронна комерція була менш розвинена.

Найбільше зростання відбулося в декількох країнах, що розвиваються. В Об'єднаних Арабських Еміратах частка інтернет-користувачів, які купують в Інтернеті, збільшилася більш ніж удвічі, з 27% у 2019 році до 63% у 2020 році. У Бахреїні ця частка потроїлася, досягнувши 45% у 2020 році, а в Узбекистані вона зросла з 4% у 2018 р. до 11% у 2020 р.

У Таїланді, де ще до пандемії було відносно високе споживання, збільшення на 16 процентних пунктів означало, що в 2020 році вперше більше половини інтернет-користувачів (56%) купували в Інтернеті.

Серед розвинених країн найбільше зростання спостерігалось у Греції (на 18 процентних пунктів), Ірландії, Угорщині та Румунії (на 15 процентних пунктів у кожній).

З 66 країн світу онлайн-покупки залишаються найнижчими у Сальвадорі (1% інтернет-користувачів), Азербайджані (5%), Узбекистані (11%) та Колумбії (17%).

Однією з причин таких відмінностей є те, що країни сильно відрізняються за рівнем цифровізації і, отже, за своєю здатністю швидко звертатися до цифрових технологій для пом'якшення економічних потрясінь. Найменш розвинені країни (НРС) особливо потребують підтримки для розвитку електронної торгівлі, але вони не представлені через відсутність даних про використання Інтернету.

Офіційна статистика, доступна для семи країн, які в сукупності становлять близько половини світового ВВП (включаючи США та Китай), показує, що роздрібні онлайн-продажі в цих країнах суттєво зросли приблизно з 2 трлн дол. у 2019 році, безпосередньо перед пандемією, до приблизно 2,5 трлн дол. у 2020 р. та др. та 2,9 трлн дол. у 2021 р.. На Китай припадає більше половини роздрібних онлайн-продажів у цих країнах, а на США – ще 30%.

Раніше висхідна тенденція, що існувала, прискорилося в багатьох з цих країн; особливо ті, де відносно невелика частка роздрібного продажу здійснюється через Інтернет. У Сінгапурі роздрібні онлайн-продажі у 2021

році майже втричі порівняно з рівнем 2018 року. Канада та Австралія також зазнали особливо значного зростання за той же період.

Якщо подивитися на всі ці країни, то, хоча збої та економічна невизначеність, спричинені пандемією, призвели до зниження загального обсягу роздрібних продажів у 2020 році (тільки в Австралії та США роздрібні продажі зросли з 2019 по 2020 рік), роздрібні онлайн-продажі сильно зросли, оскільки люди почали робити покупки в Інтернеті та в міру зниження офлайн-продажів.

Це призвело до помітного збільшення частки онлайн-продажів у загальному обсязі роздрібних продажів – з 16% у 2019 р. до 19% у 2020 р. Цей рівень зберігся до 2021 року, незважаючи на різке зростання офлайн-продажів.

Онлайн-продажі становлять набагато більшу частку від загального обсягу роздрібних продажів у Китаї (близько чверті 2021 року), ніж у США (близько 1/8). Внаслідок різкого зростання після початку пандемії Великобританія приєдналася до Республіки Корея, маючи найвищу загальну частку онлайн-торгівлі у 2021 році – 28%.

13 провідних компаній електронної комерції, орієнтованих споживача, різко збільшили свої доходи під час пандемії. У 2019 році обсяг продажів цих компаній становив 2,4 трлн дол.. Після початку пандемії COVID-19 в 2020 році ця сума різко зросла до 2,9 трлн дол., а в 2021 році було ще одне збільшення на одну третину, в результаті чого загальний обсяг продажів досяг 3,9 трлн дол..

Перехід до онлайн-покупок ще більше зміцнив і так сильну ринкову концентрацію онлайн-торгівлі і торгових майданчиків.

Alibaba, Amazon, JD.com та Pinduoduo збільшили свої доходи на 70% у період з 2019 по 2021 рік, а їхня частка в загальному обсязі продажів на всіх 13 платформах зросла з приблизно 75% у 2018 та 2019 роках до більш ніж 80% у 2020 та 2021 роках.

У Expedia, Booking Holdings та AirBnB у 2020 році загальна кількість бронювань скоротилася на дві третини, оскільки контроль за пересуванням знизив попит на послуги з організації поїздок та проживання, хоча зростання відновилося у 2021 році після послаблення карантинних обмежень.

1.2. Особливості інституційної підтримки міжнародної діяльності економічних суб'єктів в світі та в Україні в умовах світової пандемії

Пандемія коронавірусу (COVID-19) ілюструє системний характер сьогоденних криз та тяжкі наслідки, які вони можуть вплинути на суспільства та економіку країн світу. Ці кризи розгортаються у фрагментованому інституційному контексті, внаслідок чого у центральних урядів залишається менше важелів для активації в умовах кризи та більше учасників, з якими можна взаємодіяти, від приватного сектору до місцевих органів влади та громадянського суспільства.

Управління такими кризами та усунення їх соціально-економічних наслідків потребує сміливих політичних дій для підтримки функціонуючих систем охорони здоров'я, забезпечення безперервності освіти, збереження підприємств та робочих місць та підтримки стабільності фінансових ринків.

Реакція на пандемію коронавірусу (COVID-19) є прикладом того, як уряди адаптують своє антикризове управління до складного кризового та інституційного середовища. Зокрема, уряди часто розробляли додаткові підходи до традиційних процедур управління надзвичайними ситуаціями під керівництвом або за підтримки урядового центру. Їм довелося це зробити, оскільки вони зіткнулися з багатьма невідомими з невідомими.

Зіткнувшись із безпрецедентною кризою в галузі суспільної охорони здоров'я та її важкими каскадними економічними та соціальними наслідками, перед урядами всього світу було поставлено завдання швидко, ефективно та послідовно реагувати на низку викликів – від координації реагування на

надзвичайні ситуації до управління негайними економічними наслідками через обмежувальних заходів, а також визначення термінів та масштабів зняття обмежувальних заходів.

До кризи в більшості країн ОЕСР існувала певна форма національної системи управління кризою, часто заснована на механізмах цивільного захисту, з метою зміцнення загальнодержавного реагування на численні небезпеки та загрози. У більшості випадків ці національні структури були створені після великих криз останнього десятиліття, до яких уряд та системи управління ризиками не були належним чином підготовлені. Однак дуже небагато країн ОЕСР зіткнулися з пандемією в останні десятиліття, за винятком епідемії атипової пневмонії, яка торкнулася таких країн, як Канада, Корея або Сінгапур. Через минулу пам'ять про атипову пневмонію ці країни були краще підготовлені до пандемії COVID-19. Крім того, пандемія H1N1 на початку 2010-х років виявилася менш серйозною, ніж передбачалося, що змусило багато країн ОЕСР скоротити свої інвестиції у зусилля щодо забезпечення готовності у наступні роки або зменшити загрозу на початку спалаху COVID-19[7].

У той час як загальні рамки антикризового управління виявилися корисними для кризи, спричиненої коронавірусом, у деяких країнах, новизна, серйозність і глобальний характер цієї нової пандемії застали багатьох зненацька. Це спонукало багато урядів або створити нові структури, або прийняти гібридні підходи, використовуючи існуючі та нові структури як для управління надзвичайними ситуаціями в галузі охорони здоров'я та економіки, так і для того, щоб очолити зусилля щодо деконфайнменту[19].

Структури, що використовувалися урядами на першому етапі кризи, в основному були зосереджені на координації заходів у відповідь політики щодо коронавірусу (COVID-19). Згодом їх функції були адаптовані для полегшення спостереження за розвитком кризи за умови поступового планування відновлення. Проте відповідальність за управління ризиками та вертикальну координацію з наднаціональними органами та

субнаціональними органами влади рідко прямо визначалася як одна з основних функцій кабінетів з надзвичайних ситуацій та кризових комітетів, які керують національними заходами реагування на пандемію, навіть якщо вони були ключовими функціями центральної влади.

Динамічність бізнесу, і, зокрема, процес виходу фірм на міжнародні ринки, є ключем до творчого руйнування та стимулювання перерозподілу ресурсів, які є найважливішими елементами довгострокового економічного зростання[7].

Пандемія COVID-19 та пов'язані з нею заходи стримування викликали швидку та раптову глобальну рецесію. Серед країн ОЕСР ВВП упав на 1,8% у першому кварталі 2020 року та на 10,6% у другому. Оскільки влітку було знято карантинні заходи та ослаблено обмеження на економічну діяльність, обсяг виробництва відновився, збільшившись на 8,8% у третьому кварталі року. Тим не менш, перспективи залишаються невизначеними через повторний сплеск інфекцій COVID-19 та повторне введення заходів щодо стримування в багатьох країнах в 2021-2022 роках[19].

У всіх країнах ОЕСР після початкового падіння в перші місяці карантину в 2020 відбулося суттєве відновлення кількості компаній, що входять на ринок. Проте відновлення не було однорідним. У деяких країнах (зокрема, в Австралії, Канаді, Норвегії, Сполученому Королівстві, Сполучених Штатах та Сінгапурі) під час першого карантину спостерігалось менше падіння виходу компаній на міжнародний ринок, за яким відбувся різкий відскок (відновлення V-подібного типу): до вересня сукупний обсяг виходу фірм у цих країнах вищий за рівень 2019 року.

В інших країнах (таких як Італія, Португалія та Іспанія) падіння числа виходів компаній на світовий ринок до квітня було помітнішим, а відновлення було набагато млявішим (відновлення U-типу). Досвід інших країн (переважно з країн континентальної Європи) перебуває між цими двома групами. Зосередивши увагу також на галузевих змінах у виході компаній на міжнародний ринок під час пандемії у різних країнах показує на значну

неоднорідність між країнами. Вихід компаній на міжнародні ринки у таких секторах, як готелі та ресторани, нерухомість та мистецтво та розваги, істотно скоротився в більшості країн. Обробна промисловість та будівництво загалом значно постраждали, але у деяких країнах вони відновлювалися швидше. Вплив на сектор торгівлі (що охоплює оптову та роздрібну торгівлю) демонструє значну неоднорідність країнами, що, очевидно, пов'язані з силою відновлення.

Фінансова підтримка ліквідності фірм та тимчасові зміни у процедурах неплатоспроможності виявилися дуже ефективними у зниженні числа банкрутств. Згідно з даними за жовтень 2021 року, загальна кількість банкрутств із січня (березня) знизилася приблизно на 25% (32%) порівняно з відповідним періодом 2020 року[19].

Падіння світового попиту, викликане кризою COVID-19, зупинило доходи компаній та викликало ризик глобальної кризи ліквідності. За відсутності дій урядів це, мабуть, швидко вилилося б у хвилю банкрутств корпорацій, особливо малих і молодих компаній[19]. Уряди вжили низку екстрених заходів, спрямованих на підтримку ліквідності компаній та стримування потенційного сплеску банкрутств. Підтримка ліквідності включала (рис. 1.2):



Рис. 1.2. Напрямки підтримки ліквідності бізнесу [19]

Крім того, багато країн запровадили заходи нефінансового регулювання для ефективного обмеження кількості банкрутств. Наприклад,

французький уряд змінив дати для характеристики та оголошення фірми неплатоспроможною, обмеживши зобов'язання подати заяву про банкрутство, якщо фірма почала виконувати свої зобов'язання за своїми боргами після 24 березня; ці тимчасові зміни діяли до 24 серпня. У Німеччині з 1 березня припинено дію зобов'язань фірм щодо заяви про неплатоспроможність. У Бельгії господарські суди та реєстри обмежили свою діяльність до 18 травня, а до 17 червня діяв тимчасовий мораторій, щоб захистити підприємства, які були фінансово платоспроможні до 18 березня, від наслідків кризи COVID-19. В Італії до 30 червня діяв мораторій на банкрутство[19].

Ці заходи обмежили кількість заяв про банкрутство після спалаху COVID-19. Швидке уповільнення числа банкрутств, ймовірно, викликане великою фінансовою підтримкою та регулятивним втручанням, може бути корисним для економіки у короткостроковій перспективі. Справді, ці заходи можуть дозволити підтримати життєздатні фірми, знижуючи тимчасові видатки звільнення і повторне наймання, і навіть обмежуючи втрату потенційного обсягу виробництва.

Торгово-промислові палати не мали офіційних планів дій у такій ситуації, як COVID-19. Тісна співпраця з членами та реалізація існуючої стійкості дозволили палатам швидко адаптуватися до цієї проблеми. Торгово-промислові палати реагували на кризу швидко надаючи своїм членам необхідну їм підтримку.

Багатьом представників торгових палат безпрецедентна швидкість реагування потреби членів стала явним плюсом кризи. У той час, коли бюджети торгових палат скорочуються, досвід, який вони пропонують, стає дедалі популярнішим. Багато палат зосереджені на наданні основного набору існуючих послуг, а також послуг, спеціально розроблених, щоб допомогти компаніям адаптуватися до викликів, створених COVID-19.

Торгово-промислові палати підтримують нинішню чисельність персоналу, щоб задовольнити попит, що росте, на їхні послуги з боку бізнесу.

Тому, щоб збалансувати свої бюджети, вони шукали доступу до коштів через державні схеми, зводячи до мінімуму витрати на зовнішню експертизу та зупиняючи проекти, які не зможуть вплинути на бізнес у найближчому майбутньому.

Спалах COVID-19 на початку 2020 року змусив Європу і весь світ зосередити безпрецедентні ресурси та зусилля на діях боротьби зі спалахом та пом'якшення наслідків кризи. Було ясно, що спалах становить серйозну загрозу не лише глобальному здоров'ю та благополуччю громадян, а й світовій економіці з потенційними згубними наслідками для торгівлі та промисловості. У 2021 році увага всього світу поступово переключається на глобальне відновлення, яке підтримує глобальне розгортання вакцини.

Наприклад, в Німеччині, за підтримки Торгової палати компанії та самозайняті люди могли претендувати на гранти для покриття своїх постійних витрат. Програма тимчасової допомоги IV діяла з січня 2022 р. до кінця червня 2022 р. Щоб мати право на отримання гранту для покриття фіксованих витрат, заявники повинні були довести, що їхній оборот скоротився більш ніж на 30%. Підприємства, які особливо постраждали через закриття під час пандемії, отримали додаткове вливання капіталу на додаток до відшкодування своїх постійних витрат.

Програма «Допомога з новим стартом 2022» в Німеччині надавала цільову підтримку у вигляді грантів самозайнятим особам, які через відсутність фіксованих витрат, таких як оренда офісу або орендна плата, не могли скористатися програмою тимчасової допомоги. На період із січня по червень 2022 року в рамках програми «Допомога з новим стартом 2022» щомісяця надавалася підтримка у розмірі 1500 євро. Це означало, що самозайняті особи, які постраждали від пандемії, могли отримати до 9000 євро в рамках програми «Допомога з новим стартом», що дозволило їм відразу ж розпочати роботу після кризи.

Підтримка у важких випадках надавалася Торговою палатою Німеччини в особливих випадках компаніям, що функціонували на

міжнародних ринках, які зіткнулися з фінансовими труднощами внаслідок пандемії. Підтримка була націлена безпосередньо на підприємства, які не мали права на фінансову підтримку в рамках схем допомоги у зв'язку з пандемією, що надаються урядом, землями та місцевою владою. Допомога у важких випадках регулювалася лише на рівні земель. Кожна земля оцінювала випадки на індивідуальній основі та вирішувала, які компанії отримають підтримку у важких умовах.

У рамках програм контргарантій, запропонованих як федеральним урядом так і Торговою палатою, малі й середні підприємства (МСП) і самозайняті особи разом із своїми основними банками могли отримати доступ до інструментів гарантій, коли їм потрібно було отримати кредити або отримати додаткові кошти за участі компаній венчурного капіталу МСП (Mittelständische Beteiligungsgesellschaften).

Уряд Німеччини спільно з Торговою палатою також розширив можливості фінансування в рамках програм допомоги коронавірусу, щоб допомогти підприємствам, які зіткнулися з труднощами на міжнародному ринку. Заходи, які дозволили це зробити, включали збільшення гарантійного ліміту та покриття інвестицій з 1,25 млн євро до 2,5 млн євро, збільшення ризику, що покривається федеральним урядом, та різні кроки щодо прискорення процесу прийняття рішень.

На початку пандемії уряд Великобританії разом із Торговою палатою Великобританії оголосили про плани надання пакету підтримки для бізнесу на суму понад 330 мільярдів фунтів стерлінгів, включаючи (але з деякими обмеженнями):

1. схему збереження робочих місць у зв'язку з коронавірусом, згідно з якою Торгова палата субсидуватиме 80% заробітної плати звільнених працівників;
2. схема підтримки доходів від самозайнятості, яка виплачуватиме самозайнятим особам до 80% їхнього прибутку;

3. схема позики на випадок переривання бізнесу у зв'язку з коронавірусом, яка пропонуватиме підприємствам дешевий кредит, забезпечений державною гарантією, з подальшим розширенням до Схеми позики на випадок більшого переривання бізнесу у зв'язку з коронавірусом та кредитів на повернення (а потім і на схему позики на відновлення);

4. програма корпоративного фінансування Covid 19 (CCFF) для бізнесу;

5. розширення напрямків діяльності Торгової палати до «Time To Pay», що дозволяє підприємствам та самозайнятим відкладати податкові платежі, а також податкові відстрочки як у податкових деклараціях із самооцінки, так і у квартальних податкових деклараціях;

6. державне покриття витрат на встановлену законом виплату хвороби (SSP) для підприємств з менш ніж 250 співробітниками;

7. пільга за діловими тарифами для всіх підприємств у сфері роздрібною торгівлі, готельного бізнесу або дозвілля в Великобританії, а також для суб'єктів підприємницької діяльності, що здійснюють діяльність на міжнародному ринку.

Висновки до розділу 1

Міжнародна діяльність підприємств означає провадження підприємницької діяльності за межами національних кордонів. А національна (внутрішня) діяльність означає ведення бізнесу біля нації. В основному міжнародна діяльність підприємств містить наступні положення: міжнародні рухи товарів, послуг, капіталу, співробітників та технологій; транскордонні угоди з інтелектуальною власністю; інвестиції у зарубіжні фізичні та фінансові активи розвинених країн; контрактне виробництво та складання товарів за кордоном для продажу на місці або для експорту до інших країн; купівля та продаж у зарубіжних країнах; створення зарубіжних складських та

розподільчих систем; імпорт товарів однієї іноземної країни з другої іноземної країни для подальшого продажу дома.

Зосередивши увагу також на галузевих змінах у виході компаній на міжнародний ринок під час пандемії у різних країнах показує на значну неоднорідність між країнами. Вихід компаній на міжнародні ринки у таких секторах, як готелі та ресторани, нерухомість та мистецтво та розваги, істотно скоротився в більшості країн. Обробна промисловість та будівництво загалом значно постраждали, але у деяких країнах вони відновлювалися швидше. Вплив на сектор торгівлі демонстрував значну неоднорідність країнами, що, очевидно, пов'язані з силою відновлення. Фінансова підтримка ліквідності фірм та тимчасові зміни у процедурах неплатоспроможності виявилися дуже ефективними у зниженні числа банкрутств. Згідно з даними за жовтень 2021 року, загальна кількість банкрутств із січня (березня) знизилася приблизно на 25% (32%) порівняно з відповідним періодом 2020 року. Уряди вжили низку екстрених заходів, спрямованих на підтримку ліквідності компаній та стримування потенційного сплеску банкрутств. Підтримка ліквідності включала: прями трансферти; фінансування фонду заробітної плати; відстрочення сплати податків; мораторії на заборгованість та продовження державних гарантій за кредитами.

РОЗДІЛ 2

ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ЕКОНОМІЧНИХ СУБ'ЄКТІВ В УМОВАХ СВІТОВОЇ ПАНДЕМІЇ

2.1. Тенденції розвитку міжнародної діяльності економічних суб'єктів України в умовах світової пандемії

Пандемія продовжує створювати серйозні проблеми для ланцюжків постачання у всьому світі. Навіть у 2022 році національні карантини уповільнюють або навіть тимчасово зупиняють потік сировини та готової продукції, внаслідок чого порушується виробництво. Однак пандемія не обов'язково створила якісь нові проблеми для ланцюжків постачання. У деяких областях це виявило раніше небачені вразливі місця, включаючи нестачу персоналу та втрати через закриття підприємств. Але загалом це прискорило та посилило проблеми, які вже існували у ланцюжку поставок.

Пандемія коронавірусу (COVID-19) мала широкомасштабний вплив на діловий оборот між галузями з «високим контактом» і всередині них - оптовою та роздрібною торгівлею; транспортування та зберігання; послуги з розміщення та харчування; мистецтво, розваги та відпочинок; та інші послуги. В оптовій та роздрібній торгівлі спостерігалось найменше падіння товарообігу після національних обмежень, хоча «внутрішні» ефекти показують, що другорядні роздрібні магазини постраждали більше, тоді як вуличні магазини показали відносно вищі результати. Найбільше падіння обороту у першій половині 2020 року у сфері послуг з розміщення та харчування припало на підгалузь з виробництва напоїв, а також підгалузь готелів та аналогічних об'єктів розміщення, тоді як у сфері відпочинку та інших видів короткострокового перебування спостерігалися вищі показники: житло, кемпінги, парки транспортних засобів для відпочинку та інше житло під час пандемії коронавірусу.

В індустрії мистецтва, розваг та відпочинку найбільше падіння обороту припало на розважальні заходи, азартні ігри, а також творчість та розважальні заходи; проте внутрішньогалузеві ефекти мають на увазі зміну переваг на користь занять на свіжому повітрі в порівнянні з заняттями в приміщенні. Опитування було проведене Ernst & Young LLP (EY US) [26] наприкінці 2020 року та ще раз у вересні 2022 року. Респондентами були керівники ланцюжків постачання вищого рівня в організаціях з багатьох секторів, включаючи споживчі товари, роздрібну торгівлю, медико-біологічні науки, промислові товари, автомобілебудування та високотехнологічні компанії з прибутком понад 1 млрд. дол. США. Опитування показало, що після серйозних збоїв, викликаних пандемією COVID-19, підприємства планують переглянути свої стратегії ланцюжка поставок, щоб стати стійкішими, сильнішими та співпрацювати з клієнтами, постачальниками та іншими зацікавленими сторонами. Для цього вони збільшать інвестиції у технології ланцюжка поставок, такі як штучний інтелект та аналітику, роботизовану автоматизація процесів та диспетчерські пункти, одночасно перенавчаючи працівників.

Пандемія COVID-19 викликала глобальний збій у торгівлі, фінансах, системах охорони здоров'я та освіти, бізнесу та суспільства, як деякі інші за останні 100 років. Тому не дивно, що лише 2% компаній, які взяли участь в опитуванні, заявили, що вони готові до пандемії. Серйозні збої торкнулися 57%, при цьому 72% повідомили про негативний вплив (17% повідомили про значний негативний вплив, а 55% переважно негативний).

Часто в умовах нестабільної економічної ситуації компанії скорочують свої інвестиції у технології до мінімуму. Але під час пандемії COVID-19 92% не припинили інвестиції у технології. Це говорить про цінність цифрового ланцюжка поставок, що допомагає підприємствам долати руйнівні сили та швидше реагувати на мінливий попит та пропозицію.

Під час пандемії у галузі було кілька явних переможців: 11% повідомили про позитивні ефекти, у тому числі про підвищення споживчого

попиту (71%) та виведення на ринок нових продуктів (57%). Ці компанії були переважно в секторі наук про життя, і позитивний ефект може бути значною мірою пов'язаний з тим, що продукти, які вони виробляють, мають важливе значення. Інші сектори, особливо споживчі товари, не могли утримати товари на полицях у перші дні пандемії, оскільки консерви, борошно та інші основні продукти мали великий попит.

Найважливішими завданнями компанії в подальшому є підвищення прозорості ланцюжка поставок, її ефективність та стійкість. Опитування керівників ланцюжка постачання показують, що головними пріоритетами будуть прозорість, ефективність та перекваліфікація працівників ланцюжка постачання. Ці результати не дивні, оскільки оптимізація витрат у ланцюжку постачання завжди буде в центрі уваги, навіть незважаючи на створення додаткової стійкості. У минулому зниження витрат досягалося за рахунок ощадливих операцій, більш тривалих термінів виконання замовлень та дешевої робочої сили. Але в майбутньому ключовими факторами стануть гнучкість, прозорість, автоматизація та підвищення кваліфікації персоналу, які в сукупності сприятимуть не лише зниженню витрат, а й більш ефективному прийняттю рішень, а також стандартизації та вдосконаленню процесів у ланцюжку поставок та партнерів по екосистемі клієнтів.

Опитування показують, що прозорість ланцюжка поставок входила до трійки головних пріоритетів наприкінці 2020 року та 2022 року. Незважаючи на те, що підвищення прозорості ланцюжка поставок є головним пріоритетом, роботу над ним ще не завершено. Лише 37% респондентів 2022 року відмітили зростання даного напрямку.

Пандемія дійсно прискорила багато раніше існуючих тенденцій, і ланцюжок поставок не є винятком: опитування 2020 року показало, що 64% опитаних керівників ланцюжків поставок кажуть, що цифрова трансформація прискориться через пандемію. А опитування за 2022 рік показує, що йде гонка за впровадженням цифрових технологій та автоматизацією: очікується, що до 2035 року 45% ланцюжків поставок будуть в основному автономними

(наприклад, роботи на складах та в магазинах, безпілотні вилкові навантажувачі та вантажівки, дрони для доставки та повністю автоматизоване планування).

Однак просте використання цифрових технологій не означає створення цифрового автономного ланцюжка поставок – для цього також потрібні пов'язані технології ланцюжка поставок у рамках планування, закупівель, виробництва та логістики, які працюють за межами чотирьох стін організації. У цьому різниця між «робити цифру» та «бути цифровим». Прикладом може бути реагування на зміну споживчого попиту, миттєво спостерігається всім ланцюжком створення вартості (організаціями, її постачальниками і постачальниками їх постачальників), щоб вони могли негайно колективно коригувати плани поставок і графіки виробництва. Зрештою цифрові та автономні технології допоможуть полегшити роботу людей, а ланцюжок поставок зробити більш ефективним та оптимізованим.

У перспективі численні збої відбуваються швидше, а такі фактори, як геополітичні ризики, кіберзагрози та економічна нестабільність, продовжують чинити тиск на ланцюжки поставок. Таким чином, ланцюжок поставок майбутнього має бути динамічним, гнучким, ефективним, стійким і об'єднаним у цифрову мережу для підвищення прозорості.

2020 р. ознаменувався одним з найбільших скорочень обсягів торгівлі та виробництва з часів Другої світової війни. Спад як світового промислового виробництва, так і торгівлі товарами у першій половині 2020 року був такої самої глибини, як і в розпал глобальної фінансової кризи. Проте зникли швидше через сприяння V-подібного відновлення у 2020 році. Торгівля продовжувала активно зростати в 2021 році і компенсувала деякі, але не всі накопичені втрати від різкого спаду, що спостерігався раніше.

Початкові очікування доби пандемії двозначного скорочення світової торгівлі товарами у 2020 році не виправдалися. Приблизно із середини 2020 року обсяг світової торгівлі відновився до допандемічного рівня надзвичайно швидкими темпами (рис. А.1 додатку А).

Проте за щодо позитивними показниками сукупної торгівлі ховаються значні різниці між продуктами, секторами економіки та торговими відносинами. Торговий колапс на початку 2020 року не торкнувся всіх продуктів однаковою мірою, і зростання не торкнувся всіх частин глобальної торгової системи однаковою мірою. Вплив на торгівлю конкретними товарами, послугами та торговими партнерами демонструє дуже різноманітну картину і створював значно більший тиск на певні сектори та ланцюжки поставок, ніж під час світової фінансової кризи.

У 2020 році торгівля послугами скоротилася більше та відновлюється повільнішими темпами, ніж торгівля товарами. Не дивно, що торгівля послугами подорожей та туризму різко впала, але торгівля цифровими послугами, такими як телекомунікаційні та інформаційні технології, суттєво зростала. Загалом вартість експорту послуг у країнах ОЕСР знизилася в 2020 р. на -16,7%, що вдвічі перевищує вартість експорту товарів, що знизилася на -8,2%. Це також було одним із факторів, що лежать в основі порівняно великих коригувань випуску порівняно з торгівлею, оскільки на послуги припадає більша частка економіки, ніж їхня частка в міжнародній торгівлі (рис. А.2).

Товарна структура торгівлі товарами значно змінилася: торгівля деякими товарами різко впала (наприклад, паливо, літаки, автомобілі, механічне обладнання, сталь), тоді як торгівля деякими іншими товарами збільшилася (наприклад, засоби захисту та фармацевтичні товари, продукти харчування, а також такі товари, як побутова техніка та електроніка) (рис. А.3).

Аналіз даних показує, що відмінності у впливі на торгівлю за різними категоріями продуктів у 2020 році були не тільки більшими, ніж під час світової фінансової кризи, але й більшими, ніж у будь-який інший рік за останні два десятиліття. Зміни в структурі торгівлі, викликані пандемією COVID-19 за один рік, були такого ж масштабу, як і зміни, які зазвичай спостерігаються протягом 4-5 років.

Деякі міжнародні ланцюжки поставок опинилися під тиском у перші місяці пандемії через надзвичайний попит (наприклад, на засоби індивідуального захисту), але дані також показують, що деякі основні ланцюжки поставок залишалися стійкими та відіграли важливу роль у відновленні економіки наприкінці 2020 року. Наприклад, торгівля деталями та комплектуючими, що використовуються для виробництва легкових автомобілів, скорочувалася повільніше та відновлювалася швидше, ніж торгівля готовими легковими автомобілями (рис. А.4), що дозволяє припустити, що у 2020 р. планувальники мережі продовжували поповнювати запаси компонентів, сподіваючись, що попит скоро повернеться до передкризових показників.

Іншим прикладом є напівпровідникова промисловість, де брак постачання сприяв перебоям у роботі переробних галузей під час пандемії COVID-19. Можливо, це мало місце для деяких наступних користувачів, але торгові дані показують, що торгівля напівпровідниками загалом розширюється швидкими темпами. У 2020 році вартість експорту 10 найбільших експортерів зросла на 11,5% порівняно з 2019 роком, а в період із січня до квітня 2021 року вони зросли на вражаючі 26,3% порівняно з аналогічним періодом 2020 року (рис. А. 5).

Загалом сукупна вартість експорту напівпровідників десятьма найбільшими експортерами під час пандемії у період із січня 2020 року до квітня 2021 року була на 17,3% вищою, ніж зазвичай можна було б очікувати, виходячи з тенденцій 2019 року.

Азія була в центрі розвитку ланцюжка поставок у 2020 році, при цьому в Китаї спостерігалось значне зростання попиту на його експорт. Відстань, пройдена імпортними товарами, також продовжувала збільшуватися в 2020 році, в основному через те, що Китай та інші азіатські країни заповнювали прогалини в постачанні, викликані блокуванням та змінами попиту. Ці зрушення відбулися у контексті значних потрясінь у секторі міжнародних перевезень.

У 2021 році як обсяг, так і (у річному обчисленні) темпи зростання світової торгівлі досягли історичного максимуму у травні та червні. Це частково є відображенням серйозного збою в торгівлі в першій половині 2020 р. (що призвело до низької бази) у поєднанні з ефектом вивільнення відкладеного попиту з 2020 р., а також усуненням попиту з послуг на товари та згортанням відставань у міжнародних ланцюжках постачання. Відновився попит, зокрема, на товари, що не швидко псуються, виробництво та постачання яких можуть бути відкладені в часі, такі як напівпровідники, пластик, меблі та велосипеди.

У багатьох країнах після періоду тимчасового зняття ізоляції наприкінці 2020 року початок 2021 року знову було відзначено хвилею блокувань та обмежень, які позначилися на попиті, пропозиції та міжнародній торгівлі. Відновлення у першій половині 2021 року, як і раніше, було нерівномірним по країнах, і його темпи з часом продовжували змінюватися. Зростання торгівлі Китаю, зокрема експорту, було помітно швидше, ніж в інших великих економік, у другій половині 2020 року та на початку 2021 року.

Один із способів оцінити вплив пандемії та подальшого відновлення – порівняти обсяги торгів із рівнями, які зазвичай очікуються протягом аналогічного періоду за «нормальних» часів, враховуючи як торговий колапс на ранніх стадіях пандемії, так і відновлення з кінця 2020 року. Ліва частина рис. А.6 Додатку А показує, як світова торгівля розвивалася проти історичної тенденції. До червня 2020 року спостерігався дефіцит торгових потоків проти тим, що можна очікувати, з тенденції. Після червня торгові потоки відновилися і до листопада 2020 року були вищими за трендові рівні.

Інший підхід полягає в порівнянні накопичених обсягів торгівлі під час пандемії з тим, що було б відсутність пандемії, як показано на правій панелі рис. А.6. Сума негативних та позитивних відхилень від тренду показує, чи більше загальний накопичений обсяг потоків, тобто запас, ніж зазвичай, чи ні.

8-відсотковий «розрив» в обсягах світової торгівлі товарами, що склався в травні 2020 р., був значно скорочений наприкінці 2020 р. і протягом усього 2021 р. До листопада 2021 р. накопичений обсяг торгівлі, реалізований з початку пандемії, все ще був на 1% нижче чим можна було очікувати. Обсяги світової торгівлі мають збільшитись приблизно на 2,8 процентних пункти порівняно з листопадним рівнем, щоб скоротити розрив до березня 2022 року.

Закриття розривів у торгівлі також відбувалося нерівномірно з різних товарних категорій. Серед 10 провідних товарів, що торгувалися до пандемії, тільки чотири до кінця квітня 2021 року розрив у торгівлі різко скоротився. Попит зріс у всьому світі, протягом усієї пандемії було зафіксовано великі позитивні розриви у торгівлі, а в липні 2021 року позитивний розрив склав відповідно 23% та 16%. Електричні та електронні машини та обладнання, а також пластмасові негативні тенденції скоротилися з середини 2020 року і закрилися у жовтні 2020 року та лютому 2021 року відповідно, що відображає поєднання збільшення обсягів торгівлі (через збільшення споживчого попиту), а також зростання цін. Навпаки, розрив вартості торгівлі мінеральним паливом і маслами як і становить -21%, а розрив щодо автомобілів та органічних хімікатів також залишається негативним (-8,4 і -1% відповідно).

Таким чином, 2020 р. ознаменувався одним з найбільших скорочень обсягів торгівлі та виробництва з часів Другої світової війни. Спад як світового промислового виробництва, так і торгівлі товарами у першій половині 2020 року був такої самої глибини, як і в розпал глобальної фінансової кризи. Проте зникли швидше через сприяння V-подібного відновлення у 2020 році. Торгівля продовжувала активно зростати в 2021 році і компенсувала деякі, але не всі накопичені втрати від різкого спаду, що спостерігався раніше.

В Україні за період 2019-2021 рр. змінилася географічна та товарна структура зовнішнього торгівлі товарами. Так, в географічній структурі

відбулися на зростання зовнішньої торгівлі з країнами Азії – на +3,1% в експорті та на +1,9% в імпорті товарів. Також відбулося скорочення зовнішньої торгівлі з країнами Європи на -3,2% в експорті та на -1,6% в імпорті.

Таблиця 2.1

Динаміка структури зовнішньої торгівлі України в 2018-2021 рр., %

Роки	Європа	Країни ЄС (27)	Азія	Африка	Америка	Австралія і Океанія
Експорт						
2018	43,5	41,3	29,1	8,7	3,4	0,1
2019	53,4	40,2	33,3	9,9	2,9	0,1
2020	48,3	36,5	40,0	8,2	3,1	0,1
2021	50,3	39,4	36,4	8,3	4,8	0,1
Зміна за 2021-2019	-3,2	-0,8	3,1	-1,7	1,9	0,0
Імпорт						
2018	44,4	39,0	23,8	1,3	7,2	0,1
2019	62,5	39,9	28,6	1,3	7,2	0,2
2020	60,4	42,6	30,2	1,5	7,8	0,1
2021	60,9	39,7	30,5	1,7	6,6	0,2
Зміна за 2021-2019	-1,6	-0,1	1,9	0,3	-0,6	0,1

Також протягом 2020 року постерігалася тенденція до зменшення обсягів зовнішньої торгівлі: експорт зменшився на 1,73%, імпорт – на 10,7%, сальдо зовнішньої торгівлі – на -52%.

Порівнюючи показники 2019 і 2020 рр., слід зазначити, що відбулося зменшення обсягів імпорту всіх найбільш вагомих його часток: машин, обладнання та механізмів і електротехнічного обладнання (на 1763,3 млн дол. США, або на 13,3%); мінеральних продуктів (на 4581 млн дол. США, або на 35,3%); продукції хімічної та пов'язаних з нею галузей (на 151 млн дол. США, або на 2%); засобів наземного транспорту, літальних апаратів і плавучих засобів (на 418 млн дол. США, або на 6,8%); полімерних матеріалів, пластмас та виробів з них (на 155,3 млн дол. США, або на 4,4%); недорогоцінних металів та виробів з них (на 521,4 млн дол. США, або на

14,3%). Водночас збільшився обсяг імпорту інших товарних груп (на 775,6 млн дол. США, або на 5,7%).

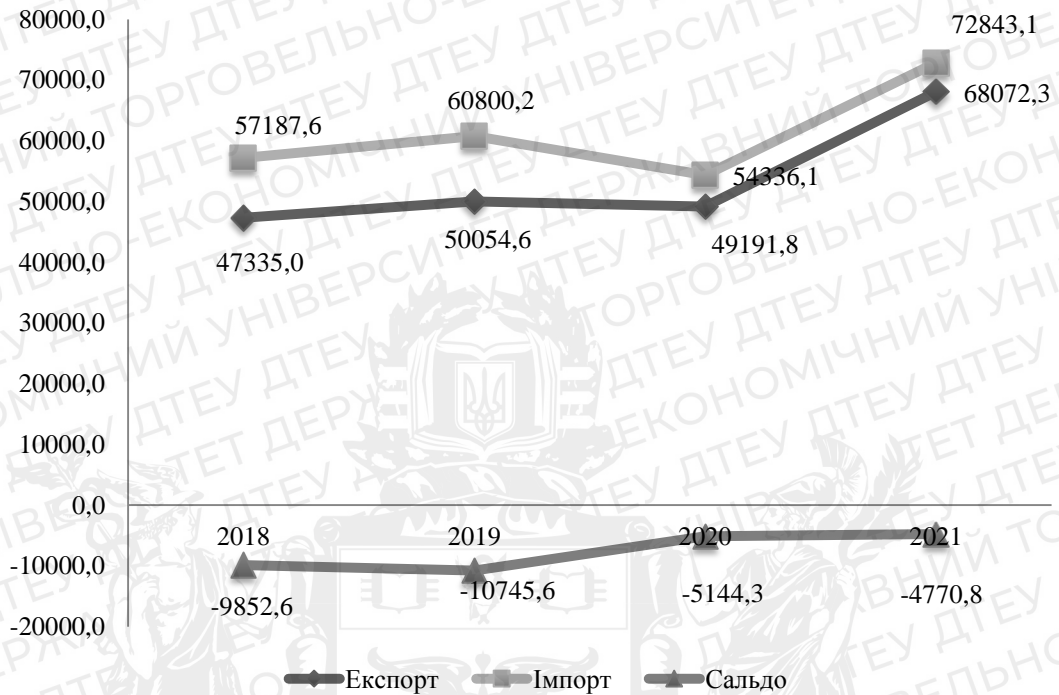


Рис. 2.1. Динаміка зовнішньої торгівлі України в 2018-2021 рр., млн. дол.

Також варто зазначити, що у 2020 р. спостерігалось збільшення обсягів імпорту Україною фармацевтичної продукції (на 380,4 млн дол. США, або на 17,8%), що пов'язано з пандемією COVID-19. Таким чином, у загальній товарній структурі імпорту полімерні матеріали, пластмаси та вироби з них обійшли недорогocінні метали та вироби з них за рахунок меншого зменшення обсягів їх імпорту.

В 2020 році Україна найбільше експортувала продукти рослинного походження, з яких більшу частину складають зернові культури (9417,3 млн дол. США, або 19,1% загального експорту товарів з України). Друге місце в товарній структурі експорту України займали недорогocінні метали та вироби з них, з яких більшу частину складають чорні метали (7690,7 млн дол. США або 15,6% загального експорту). Третє місце в товарній структурі експорту країни займали жири та олії тваринного або рослинного походження (11,7% загального експорту). Це вказує на те, що в Україні

провідними галузями промисловості в 2020 році були сільське господарство, металургія, харчова та добувна галузі. Таким чином, у 2020 р. було зменшення з-поміж найбільш вагомих часток у товарній структурі експорту обсягів продуктів рослинного походження, недорогоцінних металів та виробів з них, а також зменшився обсяг експорту інших товарних груп. Водночас обсяги експорту жирів та олій тваринного або рослинного походження, мінеральних продуктів, машин, обладнання та механізмів і електротехнічного обладнання та готових харчових продуктів зросли.

2.2. Напрями підтримки міжнародної діяльності економічних суб'єктів Торгово-промисловою палатою України в умовах подолання наслідків пандемії

Система Торгово-промислових палат в Україні забезпечує сприятливе бізнес-середовище в Україні, створює та розширює можливості розвитку бізнесу через відкриття нових ринків для вітчизняного експорту, сприяння динамічній інтернаціоналізації українського бізнесу та активну інтеграцію в світову економіку, вдосконалення інституційного середовища в процесі діалогу бізнесу та влади, а також надання послуг, затребуваних бізнесом.

Система торгово-промислових палат в Україні - найбільша регіонально розгалужена незалежна членська та експертна організація, з високим рівнем корпоративної культури, шанована в Україні та світі, об'єднує висококваліфікованих співробітників та експертів, які із задоволенням співпрацюють задля реалізації окресленої місії.

Центр підтримки експорту Торгово-промислових палат – структурний підрозділ, діяльність якого спрямована на підтримку експортерів системою торгово-промислових палат в Україні та забезпечення координації роботи центрів підтримки експорту в регіональних торгово-промислових палатах.

В своїй діяльності Центр керується Конституцією України, законами України, постановами Верховної Ради України, указами Президента України, іншими підзаконними нормативними актами, наказами та розпорядженнями Президента ТПП України, рішеннями З'їзду, Ради та Президії ТПП України, Статутом ТПП України.

Торгово-промислова палата України займає вагоме місце у наданні послуг підприємствам, які допомагають їм адаптуватися до COVID-19. До них відносяться існуючі послуги, такі як захист при прийнятті рішень та досвід цифрової трансформації, до нових послуг, таких як поради щодо доступу до державних грантів та того, як найкраще працювати з колегами у віддаленому робочому середовищі.

Так, в Україні було запроваджено такі програми:

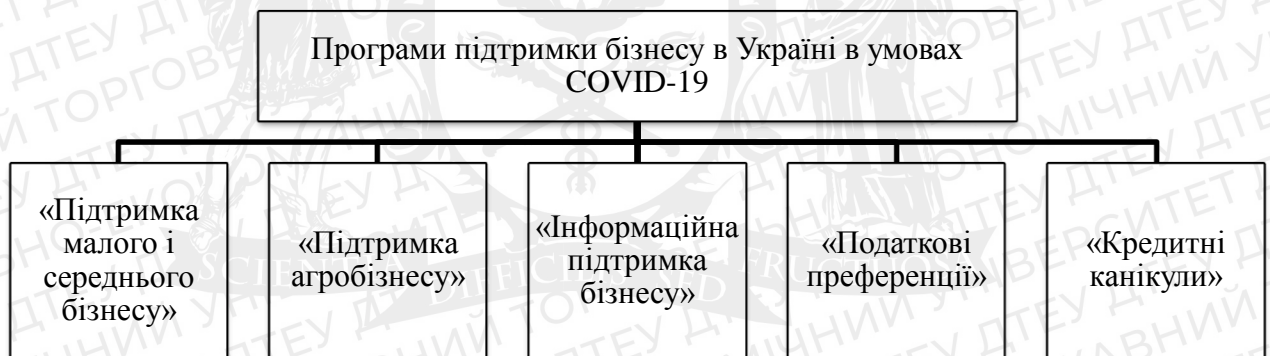


Рис. 2.2. Програми підтримки бізнесу в Україні в умовах COVID-19 [8]

Побічним ефектом спалаху COVID-19 стало прискорення розвитку цифрового бізнесу. Такі розробки, як цифрова трансформація та орієнтація на благополуччя співробітників, які обговорювалися протягом багатьох років і знаходяться на різних стадіях впровадження, стали важливими для забезпечення безперервності бізнесу. COVID-19 створив як можливість, і необхідність змін для торгової палати. Хоча вважається, що жодна з наданих послуг не стане надмірною, зсув, викликаний COVID-19, розширив

взаємодію з ширшою базою учасників, а перехід в онлайн зробив ресурси більш доступними.

Торгово-промислової палаті України доцільно впровадити наступні заходи:

1) пропонувати акредитовані на національному рівні курси з міжнародної торгівлі, які проводять мережа акредитованих палат, які разом складають навчальну програму з імпорту та експорту:

- Інкотермс® 2020;
- Експорт документації;
- Процедури імпорту;
- Митні процедури та документація;
- Правила переваги походження;
- Внутрішня та зовнішня обробка.

Кандидати, які завершили ці курси повинні нагороджуватися визнаною на національному рівні премією Торгово-промислової в галузі міжнародної торгівлі для розвитку бізнесу на міжнародному рівні;

2) покращення доступу українських підприємств до міжнародного ринку. Торгово-промислова палата може надавати уявлення про типові канали розподілу B2C та B2B, а також давати практичні поради щодо вибору та укладання угод з іноземними ринковими агентами та дистриб'юторами в наступних аспектах:

1. Підтримка доступу до іноземних ринків. Враховуючи, що вихід на нові експортні ринки може спричинити певні труднощі, Торгово-промислова палата України повинна допомогти експортерам, надаючи мережу потенційних клієнтів, агентів, дистриб'юторів і ринків, а також забезпечуючи спеціалізоване навчання місцевому бізнес-середовищу. Так, Торгово-промислова палата України повинна допомагати у визначенні різних варіантів виходу на нові ринки, наприклад, надаючи детальний аналіз і консультації щодо відповідних стратегій виходу на ринок.

2. Торгові місії та виставки. Одним із найкращих способів для компаній розширити свою присутність за кордоном є приєднання до організованих торгових місій. Торгово-промислова палата України може допомогти експортерам визначити та підготувати виставки та торговельні місії, щоб зробити їх максимально продуктивними.

3. Експортний клуб. Деякі міжнародні торгові палати координують діяльність місцевих торговельних клубів, щоб сприяти міжнародній торгівлі нових і існуючих експортерів. Експортери отримують реальну вигоду від діяльності однорангової мережі. Тому Торгово-промисловій палаті України доцільно перейняти даний досвід для вітчизняних підприємств.

4. Маркетингові та перекладацькі послуги. Маркетинг на будь-якому новому експортному ринку, ймовірно, сильно відрізнятиметься від маркетингу в Україні, від дизайну до тону та індивідуальності, і, можливо, правил онлайн-маркетингу. Тому Торгово-промислова палата України може надавати місцеві маркетингові послуги за зниженою ціною. Вона також може надавати компаніям послуги перекладу комерційної якості, включаючи юридичні, ділові та технічні матеріали від ряду постачальників.

3) грантові програми та програми підтримки бізнесу. Тут доцільно виділити два напрямки, а саме:

- підтримка вже існуючих компаній, що здійснюють свою діяльність на міжнародному ринку;
- підтримка нових компаній, що хочуть вийти на міжнародний ринок.

Так доцільно створити три програми (рис. 2.3). Критеріями визначення доцільності здійснення грантової та кредитної підтримки на пільгових умовах мають стати важливість бізнесу та його потенційний внесок в економіку України, а також оцінка фінансово-економічного стану підприємства, фінансових потреб та подальших можливостей щодо розвитку. Окрім впровадження даних програм, доцільним є створення пільгової системи оподаткування для підприємств на етапі їх відновлення чи розширення напрямків діяльності.



Рис. 2.3. Пропоновані програми підтримки бізнесу ТПП

Отже, враховуючи досвід розвинених країн світу, Торгово-промисловій палаті України доцільно впровадити наступні заходи: пропонувати акредитовані на національному рівні курси з міжнародної торгівлі, які проводять мережа акредитованих палат, які разом складають навчальну програму з імпорту та експорту; покращення доступу українських підприємств до міжнародного ринку; грантові програми та програми підтримки бізнесу (підтримка вже існуючих компаній, що здійснюють свою діяльність на міжнародному ринку; підтримка нових компаній, що хочуть вийти на міжнародний ринок). Критеріями визначення доцільності здійснення грантової та кредитної підтримки на пільгових умовах мають стати важливість бізнесу та його потенційний внесок в економіку України, а також оцінка фінансово-економічного стану підприємства, фінансових потреб та подальших можливостей щодо розвитку. Окрім впровадження даних програм, доцільним є створення пільгової системи оподаткування для підприємств на етапі їх відновлення чи розширення напрямків діяльності.

Висновки до розділу 2

На основі проведеного дослідження можемо зробити наступні висновки:

Пандемія продовжує створювати серйозні проблеми для ланцюжків постачання у всьому світі. Навіть у 2022 році національні карантини

уповільнюють або навіть тимчасово зупиняють потік сировини та готової продукції, внаслідок чого порушується виробництво. Пандемія коронавірусу (COVID-19) мала широкомасштабний вплив на діловий оборот між галузями з «високим контактом» і всередині них - оптовою та роздрібною торгівлею; транспортування та зберігання; послуги з розміщення та харчування; мистецтво, розваги та відпочинок; та інші послуги. У перспективі численні збої відбуваються швидше, а такі фактори, як геополітичні ризики, кіберзагрози та економічна нестабільність, продовжують чинити тиск на ланцюжки поставок. Таким чином, ланцюжок поставок майбутнього має бути динамічним, гнучким, ефективним, стійким і об'єднаним у цифрову мережу для підвищення прозорості.

2020 р. ознаменувався одним з найбільших скорочень обсягів торгівлі та виробництва з часів Другої світової війни. Спад як світового промислового виробництва, так і торгівлі товарами у першій половині 2020 року був такої самої глибини, як і в розпал глобальної фінансової кризи. Проте зникли швидше через сприяння V-подібного відновлення у 2020 році. Торгівля продовжувала активно зростати в 2021 році і компенсувала деякі, але не всі накопичені втрати від різкого спаду, що спостерігався раніше.

Враховуючи досвід розвинених країн світу, Торгово-промисловій палаті України доцільно впровадити наступні заходи: пропонувати акредитовані на національному рівні курси з міжнародної торгівлі, які проводять мережа акредитованих палат, які разом складають навчальну програму з імпорту та експорту; покращення доступу українських підприємств до міжнародного ринку; грантові програми та програми підтримки бізнесу (підтримка вже існуючих компаній, що здійснюють свою діяльність на міжнародному ринку; підтримка нових компаній, що хочуть вийти на міжнародний ринок). Критеріями визначення доцільності здійснення грантової та кредитної підтримки на пільгових умовах мають стати важливість бізнесу та його потенційний внесок в економіку України, а також оцінка фінансово-економічного стану підприємства, фінансових

потреб та подальших можливостей щодо розвитку. Окрім впровадження даних програм, доцільним є створення пільгової системи оподаткування для підприємств на етапі їх відновлення чи розширення напрямків діяльності.



ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

На основі проведеного дослідження можемо зробити наступні висновки.

Міжнародна діяльність підприємств означає провадження підприємницької діяльності за межами національних кордонів. А національна (внутрішня) діяльність означає ведення бізнесу біля нації. В основному міжнародна діяльність підприємств містить наступні положення: міжнародні рухи товарів, послуг, капіталу, співробітників та технологій; транскордонні угоди з інтелектуальною власністю (патенти, авторські права, товарні знаки, графічні позначення, суміжні права тощо); інвестиції у зарубіжні фізичні та фінансові активи розвинених країн; контрактне виробництво та складання товарів за кордоном для продажу на місці або для експорту до інших країн; купівля та продаж у зарубіжних країнах; створення зарубіжних складських та розподільчих систем; імпорт товарів однієї іноземної країни з другої іноземної країни для подальшого продажу дома.

2020 р. ознаменувався одним з найбільших скорочень обсягів торгівлі та виробництва з часів Другої світової війни. Спад як світового промислового виробництва, так і торгівлі товарами у першій половині 2020 року був такої самої глибини, як і в розпал глобальної фінансової кризи. Проте зникли швидше через сприяння V-подібного відновлення у 2020 році. Торгівля продовжувала активно зростати в 2021 році і компенсувала деякі, але не всі накопичені втрати від різкого спаду, що спостерігався раніше.

Зосередивши увагу також на галузевих змінах у виході компаній на міжнародний ринок під час пандемії у різних країнах показує на значну неоднорідність між країнами. Вихід компаній на міжнародні ринки у таких секторах, як готелі та ресторани, нерухомість та мистецтво та розваги, істотно скоротився в більшості країн. Обробна промисловість та будівництво загалом значно постраждали, але у деяких країнах вони відновлювалися швидше. Вплив на сектор торгівлі (що охоплює оптову та роздрібну

торгівлю) демонструє значну неоднорідність країнами, що, очевидно, пов'язані з силою відновлення. Фінансова підтримка ліквідності фірм та тимчасові зміни у процедурах неплатоспроможності виявилися дуже ефективними у зниженні числа банкрутств. Згідно з даними за жовтень 2021 року, загальна кількість банкрутств із січня (березня) знизилася приблизно на 25% (32%) порівняно з відповідним періодом 2020 року. Уряди вжили низку екстрених заходів, спрямованих на підтримку ліквідності компаній та стримування потенційного сплеску банкрутств. Підтримка ліквідності включала: прямі трансферти; фінансування фонду заробітної плати; відстрочення сплати податків; мораторії на заборгованість та продовження державних гарантій за кредитами.

Пандемія продовжує створювати серйозні проблеми для ланцюжків постачання у всьому світі. Навіть у 2022 році національні карантини уповільнюють або навіть тимчасово зупиняють потік сировини та готової продукції, внаслідок чого порушується виробництво. Однак пандемія не обов'язково створила якісь нові проблеми для ланцюжків постачання. У деяких областях це виявило раніше небачені вразливі місця, включаючи нестачу персоналу та втрати через закриття підприємств. Але загалом це прискорило та посилило проблеми, які вже існували у ланцюжку поставок. Пандемія коронавірусу (COVID-19) мала широкомасштабний вплив на діловий оборот між галузями з «високим контактом» і всередині них - оптовою та роздрібною торгівлю; транспортування та зберігання; послуги з розміщення та харчування; мистецтво, розваги та відпочинок; та інші послуги. У перспективі численні збої відбуваються швидше, а такі фактори, як геополітичні ризики, кіберзагрози та економічна нестабільність, продовжують чинити тиск на ланцюжки поставок. Таким чином, ланцюжок поставок майбутнього має бути динамічним, гнучким, ефективним, стійким і об'єднаним у цифрову мережу для підвищення прозорості.

В Україні за період 2019-2021 рр. змінилася географічна та товарна структура зовнішнього торгівлі товарами. Так, в географічній структурі

відбулися на зростання зовнішньої торгівлі з країнами Азії – на +3,1% в експорті та на +1,9% в імпорті товарів. Також відбулося скорочення зовнішньої торгівлі з країнами Європи на -3,2% в експорті та на -1,6% в імпорті. Також протягом 2020 року постерігалася тенденція до зменшення обсягів зовнішньої торгівлі: експорт зменшився на 1,73%, імпорт – на 10,7%, сальдо зовнішньої торгівлі – на -52%.

Торгово-промислова палата України займає вагоме місце у наданні послуг підприємствам, які допомагають їм адаптуватися до COVID-19. До них відносяться існуючі послуги, такі як захист при прийнятті рішень та досвід цифрової трансформації, до нових послуг, таких як поради щодо доступу до державних грантів та того, як найкраще працювати з колегами у віддаленому робочому середовищі. Так, в Україні було запроваджено такі програми: «Підтримка малого і середнього бізнесу»; «Підтримка агробізнесу»; «Інформаційна підтримка бізнесу»; «Податкові преференції»; «Кредитні канікули».

Враховуючи досвід розвинених країн світу, Торгово-промисловій палаті України доцільно впровадити наступні заходи: пропонувати акредитовані на національному рівні курси з міжнародної торгівлі, які проводять мережа акредитованих палат, які разом складають навчальну програму з імпорту та експорту; покращення доступу українських підприємств до міжнародного ринку; грантові програми та програми підтримки бізнесу (підтримка вже існуючих компаній, що здійснюють свою діяльність на міжнародному ринку; підтримка нових компаній, що хочуть вийти на міжнародний ринок). Критеріями визначення доцільності здійснення грантової та кредитної підтримки на пільгових умовах мають стати важливість бізнесу та його потенційний внесок в економіку України, а також оцінка фінансово-економічного стану підприємства, фінансових потреб та подальших можливостей щодо розвитку. Окрім впровадження даних програм, доцільним є створення пільгової системи оподаткування для підприємств на етапі їх відновлення чи розширення напрямків діяльності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Вплив COVID-19 та карантинних обмежень на економіку України: кабінетне дослідження. Липень 2020 р. С. 7–8.
2. Вплив COVID-19 на економіку і суспільство країни: підсумки 2020 р. та виклики і загрози постпандемічного розвитку: консенсус-прогноз № 53. Квітень 2021 р. С. 29–31.
3. Короленко Н., Ларіна Т. Тенденції розвитку зовнішньої торгівлі України в умовах глобальної кризи COVID-19. Інвестиції: практика і досвід. 2021, № 1. С. 60–65. DOI: 10.32702/2306- 6814.2021.1.59.
4. Макроекономічний та монетарний огляд Національного банку України. Червень 2020 р. URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/MM_2020-06.pdf?v=4.
5. Основні макроекономічні показники соціально-економічного розвитку України за 2020 рік. URL: http://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2020/bl/makro/12_2020_m.pdf.
6. Підтримка експорту. Міністерство економіки України. URL: https://me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=dc_24b847-1034-4333-8c72-eed79f229dc1&title=InformatsiiaProReformuPidtrimkaEksportu.
7. Ремінський М. М., Скоробогатова Н. Є. Особливості забезпечення міжнародної конкурентоспроможності підприємств в умовах невизначеності під впливом пандемії COVID-19. URL: <http://ape.fmm.kpi.ua/article/view/233620>.
8. Соціально-економічне становище України за 2020 рік. URL: http://ukrstat.gov.ua/druk/soc_ek/2020/publ_12_2020_u.html.
9. Статистичний огляд соціально-економічного становища України за 2021 рік. URL: http://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2022/dop/02/dop_21_u.pdf.

10. Тур О. В. Особливості підтримки діяльності підприємств малого бізнесу у країнах ЄС в умовах пандемії COVID-19. Актуальні питання діяльності суб'єктів господарювання в умовах пандемії COVID-19: матеріали міжнар. наук.- практ. конф. (м. Харків, 26 лют. 2021 р.). Харків: ХНУВС, 2021. С. 332–335.
11. Шевченко-Переписьолкіна Р. І. Шляхи розвитку малого бізнесу в умовах COVID-19. Економіка та управління підприємствами. 2020. № 49. С. 147–151. DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastuct49-26>. URL: http://www.marketinfr.od.ua/journals/2020/49_2020_ukr/28.p df.
12. Overview of the steel and iron ore market 2020. URL: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ru/Documents/research-center/overview-of-the-steeland-iron-ore-market-2020.pdf>
13. World Food Situation. Food and Agriculture Organization of the United Nations. URL: <http://www.fao.org/worldfoodsituation/csdb/en/>
14. International Trade Centre. List of importing markets for a product exported by Ukraine. URL: <http://surl.li/ozzj> (
15. WORLD STEEL IN FIGURES. URL: <https://www.worldsteel.org/steel-by-topic/statistics/WorldSteel-in-Figures.html>
16. Production of major vegetable oils worldwide. Statista. URL: <http://surl.li/vehv>.
17. Cereal production (metric tons). The World Bank. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/AG.PRD.CREL.MT?end=2018&start=2010>
18. Скоробогатова Н. Є., Ремінський М. М. Формування зовнішньоторговельної стратегії вітчизняних експортно-орієнтованих підприємств під впливом пандемії COVID-19. Економічний вісник НТУУ «КПІ». 2021. URL: <http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/231180>
19. IMF. World economic outlook: the Great Lockdown. April 2020.
20. Arriola, C. (2020), “Efficiency and risks in global value chains in the context of COVID-19”, <https://dx.doi.org/10.1787/3e4b7ecf-en>.

21. Arriola, C., P. Kowalski and F. van Tongeren (2021), “The impact of COVID-19 on directions and structure of international trade”, OECD Trade Policy Papers, No. 252, OECD Publishing, Paris, <https://dx.doi.org/10.1787/0b8eaafe-en>.
22. Hyndman, R. and B. Billah (2003), “Unmasking the Theta Method”, *International Journal of Forecasting*, Vol. 19/2, pp. 287-290.
23. OECD (2018), *Good Jobs for All in a Changing World of Work: The OECD Jobs Strategy*, OECD Publishing, Paris, <https://dx.doi.org/10.1787/9789264308817-en>.
24. OECD (2014), “The crisis and its aftermath: A stress test for societies and for social policies”, in *Society at a Glance 2014: OECD Social Indicators*, OECD Publishing, Paris, https://dx.doi.org/10.1787/soc_glance-2014-5-en.
25. OECD (2010), *OECD Employment Outlook 2010: Moving beyond the Jobs Crisis*, OECD Publishing, Paris, https://dx.doi.org/10.1787/empl_outlook-2010-en.
26. How COVID-19 impacted supply chains and what comes next. 2023. URL: https://www.ey.com/en_gl/supply-chain/how-covid-19-impacted-supply-chains-and-what-comes-next

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А



Рис. А.1. Обсяг світової торгівлі та промислового виробництва (з урахуванням сезонних коливань (2010 р. = 100)

Джерело: розрахунки ОЕСР з урахуванням CPB World Trade Monitor.

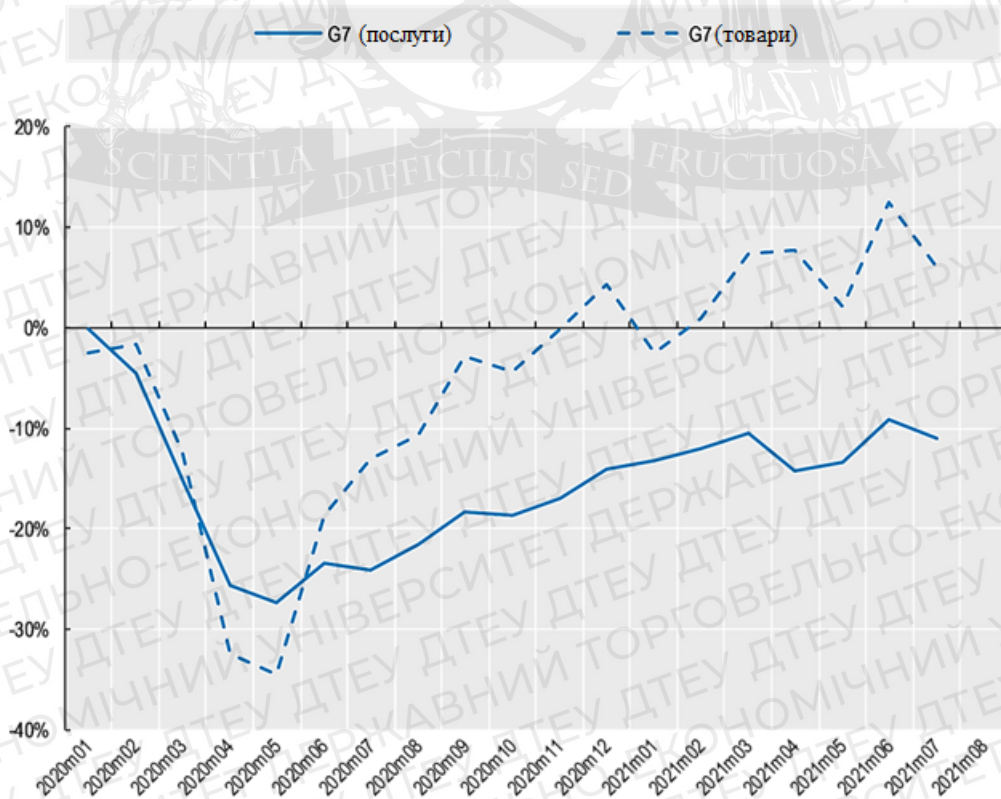


Рис. А.2. Експорт послуг та товарів по відношенню до того ж місяця 2019 року (країни G7)

Джерело: розрахунки ОЕСР із використанням даних СОР у поточних доларах США.

Продовження Додатку А

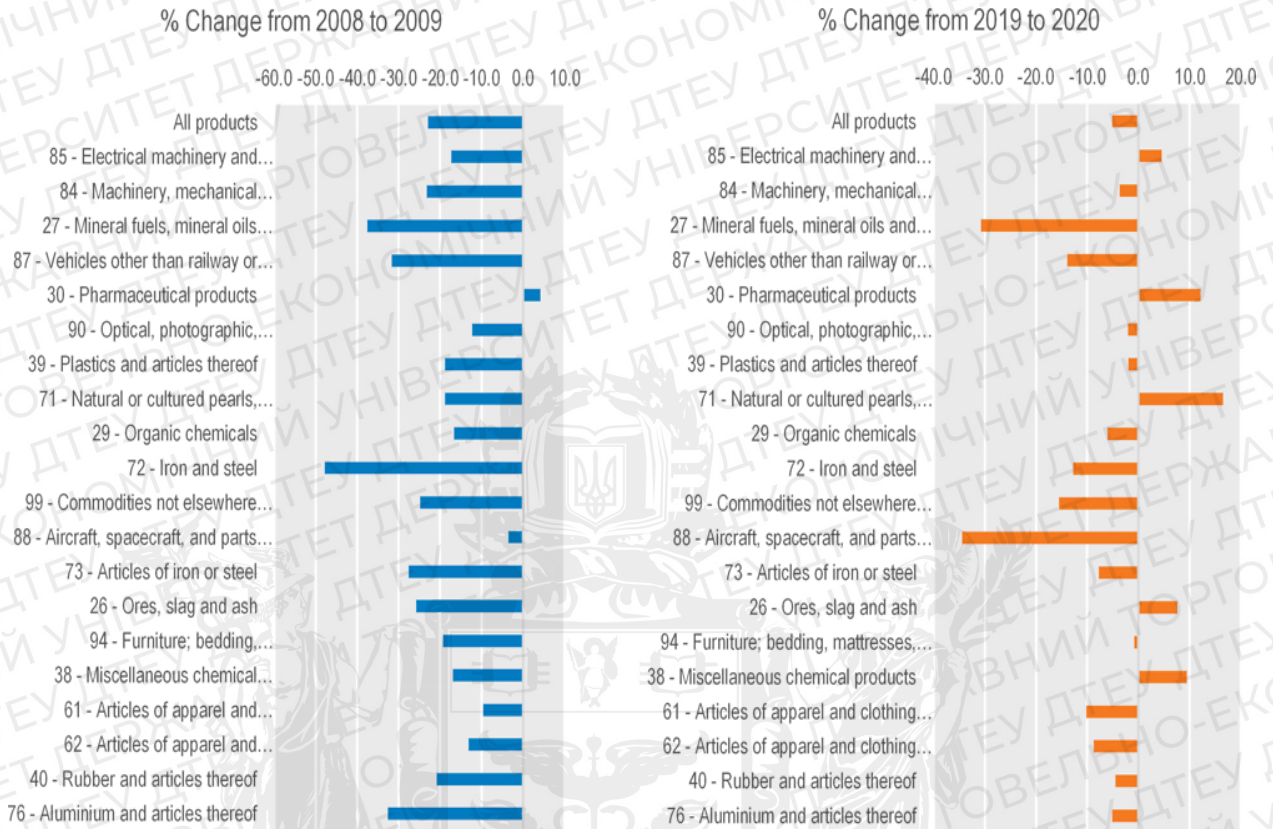


Рис. А.3. Зміни у торгівлі 20 товарами, що найбільше продаються

Примітка. Рейтинг 20 товарів, що найбільше продаються, був складений на основі обсягу торгівлі (експорт + імпорт) в експорті 2019 року. Цифри в описі продуктів є абрєвіатурами двоцифрових кодів Гармонізованої системи класифікації продуктів.

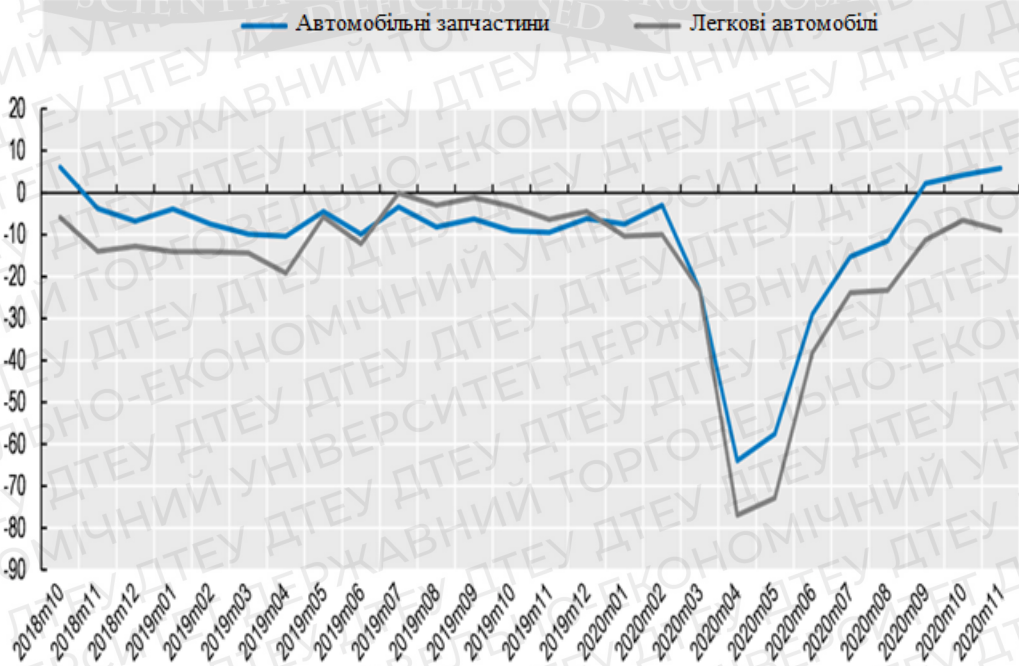


Рис. А.4. Експорт легкових автомобілів та автомобільних запчастин та аксесуарів

Продовження Додатку А

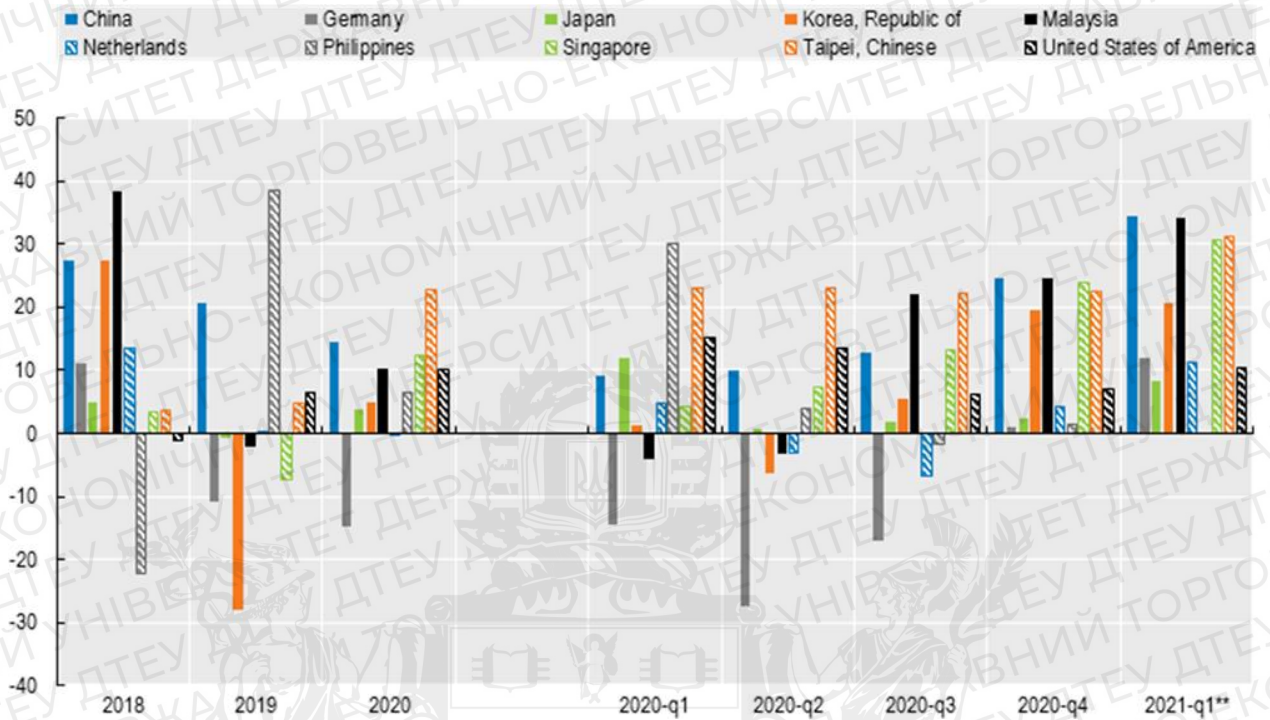


Рис. А.5. Пропозиція напівпровідників (HS-8542) під час пандемії COVID-19 (10 найбільших постачальників) (річні темпи зростання (%) вартості експорту до всіх країн країнами походження)

Примітка. Рейтинг найбільших світових постачальників заснований на частці світового експорту в 2019 р. ** Перший «квартал» 2021 р. охоплює період із січня до квітня 2021 р., а порівняння проводиться з періодом з січня до квітня 2020 р.

Джерело: Розрахунки на основі бази даних Trade Map ІТЦ.

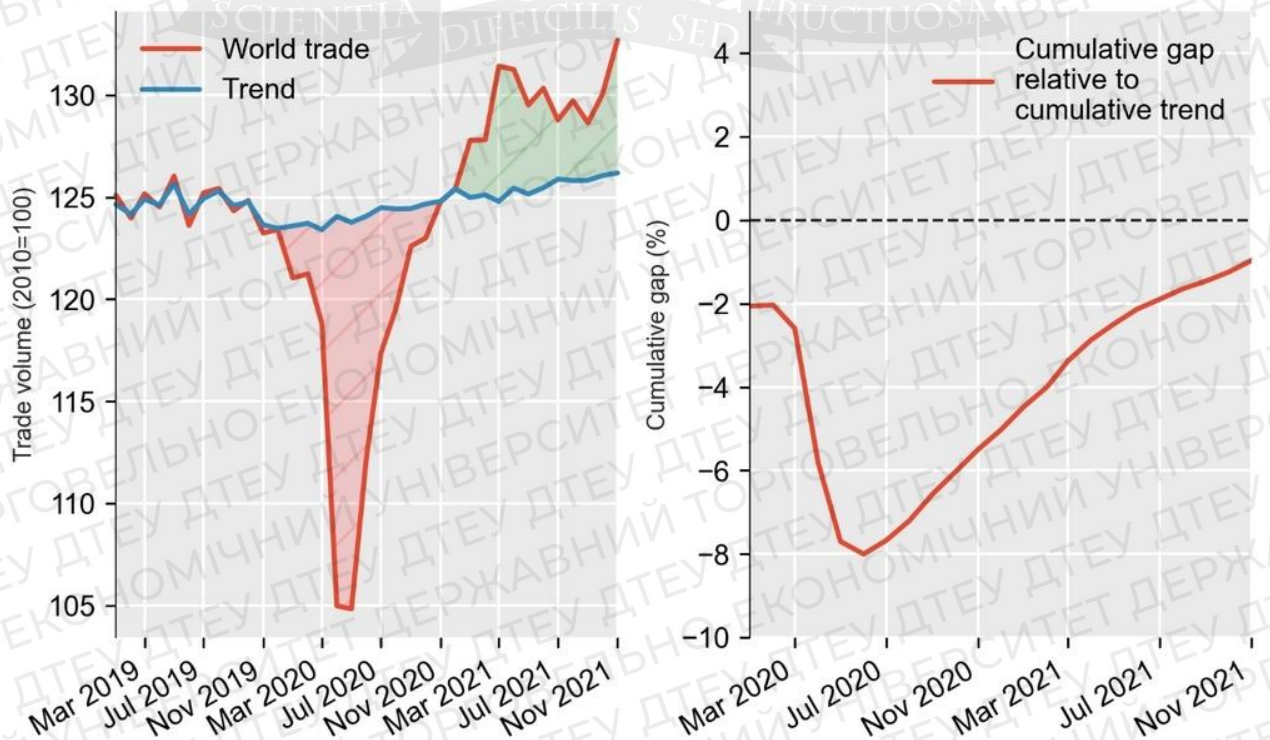


Рис. А.6. Торговий розрив щодо тренду світової торгівлі

Джерело: розрахунки ОЕСР з урахуванням CPB World Trade Monitor.