



**ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ
ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ІВАНА ПУЛЮЯ**

Кафедра економіки та фінансів

ОПОРНИЙ КОНСПЕКТ ЛЕКЦІЙ

з дисципліни

«АНАЛІЗ СВІТОВИХ ТОВАРНИХ РИНКІВ»

**для здобувачів першого (бакалаврського) рівня
вищої освіти усіх форм навчання за освітньо-
професійною програмою «Підприємництво,
торгівля та біржова діяльність» галузі знань 07
«Управління та адміністрування» спеціальності
076 «Підприємництво, торгівля та біржова
діяльність»**

Тернопіль, 2022



Опорний конспект лекцій з дисципліни «Аналіз світових товарних ринків» для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти усіх форм навчання за освітньо-професійною програмою «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» / Укладач: О.Д. Дячун. Тернопіль: ТНТУ, 2022. 86 с.

Укладач: Дячун Ольга Дмитрівна, доцент кафедри економіки та фінансів ТНТУ ім. І. Пулюя, кандидат економічних наук, доцент

Рецензенти: Крупка Андрій Ярославович, доцент кафедри економіки та фінансів ТНТУ ім. І. Пулюя, кандидат економічних наук, доцент

Артеменко Людмила Борисівна, доцент кафедри економіки та фінансів ТНТУ ім. І. Пулюя, кандидат економічних наук, доцент

Опорний конспект лекцій розглянуто та затверджено на засіданні кафедри економіки та фінансів Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя

Протокол № ____ від _____ р.

Схвалено на засіданні науково-методичної комісії факультету економіки та менеджменту Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя

Протокол № ____ від _____ р.

ЗМІСТ

Передмова.....	4
Тема 1. Світовий товарний ринок: теоретичні основи	5
Тема 2. Кон'юнктура та ціноутворення на світових товарних ринках	12
Тема 3. Аналіз світового ринку машин та обладнання	20
Тема 4. Аналіз світового ринку паливно-енергетичних ресурсів.....	30
Тема 5. Аналіз ринку сировинних товарів	44
Тема 6. Аналіз ринку продовольчих товарів	51
Тема 7. Аналіз ринку непродовольчих товарів	62
Тема 8. Аналіз ринку послуг	71
Термінологічний словник.....	80
Орієнтовні питання на екзамен.....	82
Методи контролю.....	84
Критерії оцінювання результатів навчання студентів.....	84
Перелік рекомендованої літератури.....	85

ПЕРЕДМОВА

Метою дисципліни «Аналіз світових товарних ринків» є формування у студентів системи сучасних теоретичних і практичних знань щодо особливостей розвитку сучасних світових товарних ринків відповідно до процесів інтернаціоналізації та глобалізації господарського життя та підготовка до практичної діяльності висококваліфікованих фахівців.

Завдання навчальної дисципліни.

За результатами вивчення дисципліни студент повинен продемонструвати такі результати навчання:

ПРН 1. Використовувати базові знання з підприємництва, торгівлі і біржової діяльності й уміння критичного мислення, аналізу та синтезу в професійних цілях.

ПРН 2. Застосовувати набуті знання для виявлення, постановки та вирішення завдань за різних практичних ситуацій в підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності.

ПРН 5. Організовувати пошук, самостійний відбір, якісну обробку інформації з різних джерел для формування банків даних у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності.

ПРН 7. Демонструвати підприємливість в різних напрямках професійної діяльності та брати відповідальність за результати.

ПРН 11. Демонструвати базові й структуровані знання у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності для подальшого використання на практиці.

ПРН 14. Вміти застосовувати інноваційні підходи в підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності.

ПРН 15. Оцінювати характеристики товарів і послуг у підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності за допомогою сучасних методів.

ПРН 17. Вміти вирішувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур і розв'язувати проблеми у кризових ситуаціях з урахуванням зовнішніх та внутрішніх впливів.

ПРН 19. Застосовувати знання й уміння для забезпечення ефективної організації зовнішньоекономічної діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур з урахуванням ринкової кон'юнктури і діючих правових норм.

ПРН 21. Застосовувати знання й уміння для дослідження регіональних і локальних ринків послуг та формування системи послуг суб'єктами торговельного підприємництва.

Вивчення навчальної дисципліни передбачає формування та розвиток у студентів компетентностей:

інтегральної:

здатність розв'язувати складні спеціалізовані завдання та проблеми у сферах підприємницької, торговельної та біржової діяльності або в процесі навчання, що передбачає

застосування теорій та методів організації і функціонування підприємницьких, торговельних, біржових структур і характеризується комплексністю та невизначеністю умов;

загальних:

ЗК 1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК 2. Здатність застосовувати отримані знання в практичних ситуаціях.

ЗК 6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

спеціальних (фахових):

СК 1. Критичне осмислення теоретичних засад підприємницької, торговельної та біржової діяльності.

СК 2. Здатність обирати та використовувати відповідні методи, інструментарій для обґрунтування рішень щодо створення, функціонування підприємницьких, торговельних і біржових структур.

СК 3. Здатність здійснювати діяльність у взаємодії суб'єктів ринкових відносин.

СК 4. Здатність застосовувати інноваційні підходи в діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.

СК 5. Здатність визначати та оцінювати характеристики товарів і послуг в підприємницькій, торговельній, біржовій діяльності.

СК 12. Здатність аналізувати, оптимізувати та реалізовувати комплекс комерційних, технологічних і логістичних процесів діяльності суб'єктів підприємництва у сфері товарного обігу, в тому числі - електронної комерції.

ТЕМА 1. СВІТОВИЙ ТОВАРНИЙ РИНОК: ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ

Зміст теоретичної частини заняття:

1. 1. Сутність і структура світового товарного ринку.
1. 2. Особливі види ринків.
1. 3. Аналіз шляхів розвитку та умов виникнення світових товарних ринків.
1. 4. Класифікація світових товарних ринків.

1. 1. Сутність і структура світового товарного ринку

Розвиток торговельно-економічних зв'язків між країнами веде до утворення особливої сфери ринкових відносин - світового ринку, становлення якого пов'язане з формуванням товарного виробництва та розвитком товарно-грошових відносин.

Слід розрізняти національні ринки окремих країн і світовий ринок. Так, в кожній країні формується певний рівень продуктивних сил, заробітної плати, середньої норми прибутку і т.д. Просування товарів відбувається по всій території цієї країни, а ціни на однакову продукцію мають тенденцію до вирівнювання. На національному ринку на рух цін на товари впливають, як правило, внутрішні економічні фактори, хоча, безумовно, можуть діяти і політичні рішення: наприклад, введення урядом обмежень на зростання тарифів або цін на соціально значущі товари (хліб, молоко).

Інша ситуація складається на світовому ринку. Тут вже пересування товарів між національними кордонами залежить від зовнішньоторговельної політики держав, міжнародних організацій, регіональних угруповань і безлічі інших зовнішніх факторів. Під їх впливом формуються світовий ринок і світові ціни.

Світовий товарний ринок - це історично сформована постійно розвиваюча система обміну товарами і послугами, заснована на міжнародному поділі праці і міжнародних торгово-економічних, валютно-фінансових і кредитних відносинах.

На процеси, що відбуваються на світовому товарному ринку, впливають ті ж фактори, що і на міжнародну торгівлю, серед яких можна виділити наступні:

- глобалізація світо господарських зв'язків;
- формування нової структури потреб з використанням досягнень науково-технічного прогресу;
- зовнішньоторговельна політика держав;
- політичні процеси в світі;
- триваюча концентрація виробництва і капіталу;
- вплив інтеграційних утворень і міжнародних торгових організацій на питання регулювання торгово-економічних відносин.

Наприклад, інтернаціоналізація і глобалізація світо господарських зв'язків в сукупності з загострюється конкуренцією на світових ринках і під впливом змін світових цін, попиту і пропозиції безпосередньо впливають на процеси, що відбуваються в світовому господарстві: сприяють зближенню національних і світових цін, усуненню зовнішньоторговельних бар'єрів при реалізації товарів і послуг, уніфікації правил ведення зовнішньоторговельної діяльності.

На сучасному світовому товарному ринку все більшу значимість набувають різноманітність, якість і надійність продукції. Широке впровадження у виробництво новітніх інформаційних технологій сприяло появі нових форм торгівлі, таких як електронні біржі (у тому числі товарні), теле- та інтернет-доставка і т.д.

Структура світового товарного ринку постійно змінюється за рахунок появи нових видів товарів і за допомогою виділення з вже існуючих ринків сегментів, на яких динамічно зростають обсяги продажів якої-небудь продукції. Наприклад, з номенклатури ринку машин і устаткування виділилися світовий ринок оренди будівельних машин і устаткування, світовий

ринок пакувального обладнання і т.д. Сформувався світовий ринок наукомісткої продукції, однією із складових якого є ринок науково-технічної продукції

Структуру світового товарного ринку можна представити таким чином:

- ринки традиційних товарів (палива, машин і устаткування, сільськогосподарської продукції, одягу, взуття, харчової продукції, фармацевтичних товарів, чорних і кольорових металів, дорогоцінних металів і дорогоцінного каміння та ін.);
- ринки наукомісткої продукції та результатів інтелектуальної діяльності (електронно-обчислювальної техніки, носіїв інформації та ін.);
- ринки послуг (транспортних, туристичних, фінансових, ділових та ін.).

Кілька десятиліть тому досить дієвим механізмом регулювання світових ринків товарів виступали **міжнародні товарні угоди**, які представляли собою багатосторонні міжурядові угоди між країнами - постачальниками та країнами - покупцями сировини, які укладаються з метою збалансованості попиту і пропозиції, стабілізації цін, обмеження монопольної діяльності ТНК та запобігання перенасиченості ринку або товарного дефіциту.

Міжнародні товарні угоди укладалися, як правило, на кілька років. Їх класифікують наступним чином:

- стабілізаційні угоди, покликані врівноважити попит та пропозиція товару на світовому ринку. Вони обмежують коливання світових цін на товар межами, при виході за які учасники угоди або закуповують залишки товарів для підвищення цін, або продають його з так званих буферних запасів для їх зниження. З тією ж метою можуть скорочувати експорт товару, встановлювати експортні квоти країнам-учасникам. До них ставилися міжнародні угоди з торгівлі натуральним каучуком, кава, какао, боксити, ураном, нікелем;
- адміністративні угоди, призначені для вирішення проблем, що виникають під час торгівлі даним товаром; збору та публікації відповідних інформаційних матеріалів (наприклад, угода про цукор, пшениці тощо);
- угоди щодо заходів розвитку, які укладаються для розвитку експортного потенціалу країн-учасниць і стимулювання попиту на товар (наприклад, угоди щодо тропічної деревини, джуту і джутових виробів, рослинної олії та ін.).

Зрозуміло, такого роду класифікація досить умовна. В даний час всі товарні угоди втратили своє регулююче значення і пов'язані тільки зі збором інформації, обробкою даних і підготовкою оглядів. Винятком залишається діяльність Організації країн - експортерів нафти (ОПЕК).

Особливе місце у світовій торгівлі займає Організація країн - експортерів нафти (ОПЕК), куди входять 12 найбільших держав-експортерів. Метою організації є стабілізація світових цін на нафту шляхом регулювання обсягів видобутку нафти для кожного учасника.

На момент створення ОПЕК (1960) арабські країни-експортери мали не більше 10% виручки за експорт нафти. Поступово ОПЕК ставала домінуючою силою на нафтовому ринку. Якщо в 1970 р картель контролював тільки 2% національної нафтовидобутку, то в 1973 г. - 20%, а в першій половині 1980-х рр. - До 86-88%.

В даний час ОПЕК раніше домінує на ринку пропозиції цього енергоресурсу, володіючи майже 80% світових доведених нафтових резервів і виробляючи 40% всієї світової нафти.

1. 2. Особливі види ринків

Існують особливі види ринків: товарні біржі, міжнародні торги, аукціони, міжнародні виставки і ярмарки.

Товарні біржі є першим видом бірж, що з'явилися у світі (почали діяти з XVII ст. У Західній Європі). Вони являють собою організований ринок, призначений для продажу різних товарів, що користуються попитом і розташовуються поблизу великого торговельного та економічного центру.

Від звичайного ринку товарна біржа відрізняється певною (наперед встановленою) формою організації торгівлі. В даний час торги на товарній біржі мають як би "віртуальний" характер: переважна кількість угод (98- 99%) закінчуються не поставкою купленого товару, а

лише виплатою різниці в цінах. Торги на товарних біржах носять переважно спекулятивний характер. У зв'язку з цим угоди на товарних біржах здійснюються на основі стандартних біржових контрактів, які жорстко регламентують термін поставки товару і його якість. Сам товар, що продається, на біржі не присутній і не підлягає представленню і попередньому огляду. Покупець купує не сам товар, а лише документ, що підтверджує право власності на нього - переважно у вигляді опціонних і ф'ючерських контрактів. Завдяки такому виду організації торгівлі обсяги торгів на товарних біржах збільшилися в кілька сотень разів з тих пір, коли на біржах ще купували і продавали реальні товари.

В даний час на товарних біржах продається приблизно 70 видів різних товарів, до яких відносяться метали (кольорові, рідкісні та дорогоцінні), так звані м'які товари (цукор, чай, кава, какао), енергоносії (нафта, нафтопродукти), а також зерно, олійні і навіть домашню худобу. Найбільшими міжнародними товарними біржами вважаються Нью-Йоркська товарно-сировинна біржа, Чиказька товарна біржа, Лондонська біржа металів.

Міжнародні торги є змагальним методом торгівлі, при якому організатор торгів заздалегідь визначає умови проведення конкурсу між діловими партнерами, включаючи основні умови майбутнього договору, процедуру подання та склад тендерних пропозицій. Слід зазначити, що об'єктами міжнародних торгів можуть бути виконання наукових, проектних та вишукувальних робіт, спорудження промислових і соціальних об'єктів. Як правило, виграють тендери компанії і фірми, що мають високий імідж на світовому ринку і що володіють можливостями пропонувати свої товари та послуги за цінами нижче цін конкурентів.

Головною перевагою розміщення замовлень через міжнародні торги є можливість отримання найбільш вигідних умов для замовника по даній угоді завдяки гострій конкуренції між учасниками та забезпечення неупередженого вибору постачальника і підрядника.

Аукціонна торгівля являє собою публічні торги з продажу аукціонної продукції озвученим або неозвученим способом із змагальним характером їх проведення, в результаті чого товари переходять у власність покупця, який запропонував найвищу ціну. Міжнародні товарні аукціони як особливі спеціально організовані ринки в заздалегідь обумовлених місцях діють з певною періодичністю у встановлені час і терміни. Їх переваги виявляються в тому, що вони дозволяють створити відкриту конкуренцію, виявити ціну товару, швидко його реалізувати у великому обсязі тими експортерами, які володіють сильнішими фінансовими позиціями і високоякісними товарами.

Організація проведення товарних аукціонів має свою специфіку, залежну від характеру і особливостей аукціонного товару і практики його реалізації на міжнародному ринку. Кожному аукціону притаманні свої терміни і періодичність проведення, а також індивідуальні умови продажу.

Процедура міжнародного аукціону складається з чотирьох стадій: підготовки аукціону, огляду товару, проведення аукціонних торгів та оформлення аукціонних угод-розрахунків з покупцями і відвантаження товару.

В даний час широкого поширення набули **міжнародні виставки і ярмарки**, які являють собою місце укладення міжнародних торговельних угод. Одним з основних переваг цього виду ринків є те, що на них зосереджені зразки товарів, вироблених в різних країнах, і у торгових партнерів (продавців-експонентів і потенційних покупців) є можливість встановлювати особисті контакти.

1. 3. Аналіз шляхів розвитку та умов виникнення світових товарних ринків

Аналізуючи причини виникнення товарно-грошових відносин економічна теорія одночасно аналізує причини виникнення товарного обігу й ринку. Теорія і практика формування ринку розвивалась разом з розвитком товарного виробництва. Ринок в процесі своєї еволюції зазнав істотних кількісних і якісних змін, що не могло не вплинути на його характеристику.

В працях класиків економічної теорії категорія “ринок” не мала чіткого політекономічного визначення, оскільки її відносили до зовнішніх поверхневих явищ ринкової економіки, а тому використовували переважно для характеристики ринкового попиту.

Перше наукове визначення ринку зробив французький економіст О. Курно. Він розглядав ринок як простір або “район, на якому взаємовідносини покупців і продавців на стільки вільні, що ціни на одні й ті самі товари мають тенденцію легко і швидко вирівнюватися”.

Альфред Маршалл вивчаючи ринок і ринкову структуру звертав увагу на тенденції його розвитку. Він стверджував, що “чим досконаліший ринок, тим сильнішою є тенденція до того, щоб у всіх його пунктах в один і той самий час платили за одну й ту саму річ однаково ціну”.

Р. Макконел і Л. Брю ринок визначають “як інститут або механізм, який зводить разом покупців (представників попиту і продавців (постачальників)) окремих товарів і послуг”. Є багато різних підходів щодо визначення ринку як економічної категорії.

Які ж умови і причини виникнення ринку? Першою і головною умовою виникнення ринку є **суспільний поділ праці**. Через суспільний поділ праці відбувається обмін діяльністю, завдяки якому людина певної конкретної праці має можливість користуватися продуктами іншої конкретної праці.

Другою не менш важливою умовою є спеціалізація.

Спеціалізація – це форма суспільного поділу праці як між галузями та сферами виробництва, так і на кожному підприємстві на різних етапах виробничого процесу. Кожна галузь має свою притаманну спеціалізацію. Так, в промисловості розрізняють предметну, подетальну, технологічну. В інших галузях існують свої форми спеціалізації.

Щодо причин виникнення ринку, то до них слід віднести:

1. Природна обмеженість виробничих можливостей людини.
2. Економічна відокремленість товаровиробників.
3. Свобода кожному виробником забезпечення своїх особистих інтересів.

Світовий ринок, як і все суспільство, в своєму розвитку пройшов довгий шлях.

Домануфактурне виробництво, що базувалось переважно на ручній праці, мало можливість залишки товарів обмінювати в межах своєї країни. Це був внутрішній ринок, або міський ринок.

З розвитком мануфактурного виробництва (XVI-XVIII ст.) міські ринки вже стають тісними для виробників. Частку виробленої продукції вони прагнуть продавати за межами території виробництва. Так створюється національний ринок, який включає в себе внутрішній ринок, що орієнтується і на іноземних покупців.

Розширення виробництва призвело до пошуку інших ринків. Частка продукції починає продаватись за межами виробництва.

Розвиток обміну привів до появи грошей, що розширювало стимулювання виробництва різноманітних товарів призначених для обміну. Так поступово виникало товарне виробництво і почав формуватися міжнародний ринок.

Ринок, де мають місце відносини купівлі-продажу товарів двох і більше країн, являє собою міжнародний ринок. Міжнародний ринок – це сукупність тих частин національних ринків країн, що взаємодіють між собою з приводу купівлі-продажу товарів та послуг.

Перетворення мануфактурного виробництва на фабрику у першій половині XIX століття призвело до перетворення локальних центрів міжнародної торгівлі в єдиний світовий ринок. Його остаточне формування завершилось у XIX–XX столітті.

Світовий ринок є феноменом товарного виробництва, що переросло національні кордони. Основна його риса – це здійснення міждержавного пересування товарів, послуг, факторів виробництва, фінансових ресурсів. В соціально-економічному плані світовий ринок є сукупністю відносин, що виникають через взаємодію внутрішнього і зовнішнього попиту і пропозиції.

1. 4. Класифікація світових товарних ринків

Виділяють багато типів товарних ринків, які у сукупності складають інфраструктуру ринкової економіки:

1. За співвідношенням попиту і пропозиції:

- ринок продавця;
- ринок покупця.

2. За рівнем обмеження конкуренції:

- монополістичний;
- олігополістичний;
- монопсонічний;
- вільний;
- змішаний.

3. За характером об'єктів товарного обміну:

- ринок товарів (виробів і послуг);
- ринок капіталу;
- ринок робочої сили;
- ринок фінансів тощо.

4. За сферою виробництва:

- ринок товарів матеріального виробництва;
- ринок товарів духовного виробництва.

5. За характером кінцевого використання товарів:

- ринки товарів виробничого призначення;
- ринки товарів споживчого призначення.

6. За терміном використання товарів:

- ринок товарів довгострокового використання;
- ринок товарів короткочасного використання;
- ринок товарів одноразового використання.

7. За територіальним охопленням:

- місцевий ринок;
- регіональний ринок;
- національний (внутрішній) ринок;
- світовий ринок.

8. За методами товарного обміну:

- оптовий ринок;
- роздрібний ринок.

9. За галузевою приналежністю об'єктів міжнародного товарного обміну:

- світовий ринок зерна;
- світовий ринок металів;
- світовий ринок алмазів і т.д.

10. За товарно-галузевою ознакою:

- ринок машин і устаткування;
- ринок мінеральної сировини і палива;
- ринок сільськогосподарської сировини і продовольства і т.п.

Кожна з класифікацій має свої переваги і недоліки, до речі, як і галузь застосування. В одних випадках ринки доцільно класифікувати, наприклад, за рівнем обмеження конкуренції - при аналізі їх конкурентної структури, в інших, наприклад, за галузевою приналежністю об'єктів міжнародного товарного обміну - при плануванні виведення товару на міжнародний ринок.

Контрольні запитання до теми 1

1. Дайте визначення загального поняття ринку.
2. Дайте визначення світового товарного ринку.

3. Охарактеризуйте структуру світового товарного ринку.
4. Що є механізмом регулювання світового товарного ринку?
5. Дайте визначення міжнародної торгової угоди.
6. Класифікація міжнародних торгових угод.
7. Які є особливі види ринків?
8. Що таке міжнародна торгівля?
9. Що таке аукціонна торгівля?
10. Які умови і причини виникнення ринку?
11. Яка класифікація ринків за співвідношенням попиту і пропозиції?
12. Яка класифікація ринків за рівнем обмеження конкуренції?
13. Яка класифікація ринків за характером об'єктів товарного обміну?
14. Яка класифікація ринків за сферою виробництва?
15. Яка класифікація ринків за характером кінцевого використання товарів?
16. Яка класифікація ринків за терміном використання товарів?
17. Яка класифікація ринків за територіальним охопленням?
18. Яка класифікація ринків за методами товарного обміну?
19. Яка класифікація ринків за галузевою приналежністю об'єктів міжнародного товарного обміну?
20. Яка класифікація ринків за товарно-галузевою ознакою?

ТЕМА 2

КОН'ЮНКТУРА ТА ЦІНОУТВОРЕННЯ НА СВІТОВОМУ ТОВАРНОМУ РИНКУ

Зміст теоретичної частини заняття:

2. 1. Кон'юнктура: визначення, фактори та умови формування. Класифікація кон'юнктури.
2. 2. Етапи дослідження і показники аналізу кон'юнктури ринку.
2. 3. Ціноутворення на світовому товарному ринку.
2. 4. Аналіз проблем сучасного ціноутворення.

2. 1. Кон'юнктура: визначення, фактори та умови формування. Класифікація кон'юнктури

Під **кон'юнктурою** ринку найчастіше розуміють конкретну економічну ситуацію, що склалася на ринку під впливом сукупності чинників та умов на цей момент або за обмежений відрізок часу. Термін "кон'юнктура ринку" походить від латинського слова "conjungo" - з'єдную, зв'язую, що свідчить про системність цього поняття.

Залежно від рівня ринку прийнято виділяти:

- а) загальногосподарську кон'юнктуру - тенденції, що відбуваються в народному господарстві окремо взятої країни чи світового господарства в цілому;
- б) державну кон'юнктуру; в) кон'юнктуру окремих сегментів ринку та галузеву кон'юнктуру;
- г) кон'юнктуру ринків окремих товарів і послуг - поточні зміни і коливання в сфері виробництва і збуту конкретних товарів і послуг

Кон'юнктура формується під впливом певних факторів, а саме: природно-кліматичні, макроекономічні, мікроекономічні, політичні, соціальні, науково-технічні фактори.

Дослідження кон'юнктури товарного ринку - необхідна умова будь-якої комерційної та маркетингової діяльності на всіх рівнях управління та основний фактор для визначення та формування ефективної державної економічної та соціальної політики, регулювання податкового механізму, розробки нормативних актів та вдосконалення грошово-кредитної політики.

Масштаби вивчення кон'юнктури ринку залежать від цілей дослідження. Воно же проводиться як в глобальних, світових масштабах, так і на рівні окремих регіонів чи локальних ринків.

Кон'юнктура ринку товарів (товарних ринків) тісно пов'язана зі станом та розвитком інших ринків - капіталу, праці, грошового і валютного ринків. Ситуація на ринку товарів є відображенням загальної економічної кон'юнктури в цілому. У свою чергу, ситуація, що склалася на інших ринках, впливає на кон'юнктуру кожного окремого товарного ринку. Тому аналіз змін економічної кон'юнктури на різних товарних ринках необхідно проводити на основі принципу системності, адже вивчення будь-якого товарного ринку неможливе ізольовано, поза зв'язком із загальногосподарською кон'юнктурою, станом в інших галузях (насамперед, у тих, які є постачальниками вихідних матеріальних ресурсів та споживачами цього виду продукції

Висока динаміка ринкових процесів зумовлює необхідність забезпечення моніторингу ринками, особливо для ринків тих товарів, на які значно впливають різного роду випадкові чинники чи спекулятивні операції - події в міжнародному політичному житті, енергетичні кризи, щоденні зміни курсу цінних паперів провідних компаній світу, спекуляції із фінансовим капіталом.

Дослідження кон'юнктури товарних ринків ґрунтується на певних джерелах інформації, зокрема: монографії і статті, присвячені аналізу проблем економіки в цілому, її окремих галузей, програми соціально-економічного розвитку країни, довгострокові напрями

розвитку ринків, а також статистичні видання, публікації у періодиці, окремі факти й оцінки, що відображені у пресі.

На відміну від загальногосподарської кон'юнктури, яка відображає стан економіки окремих країн, регіонів і світу загалом за певний період, кон'юнктура товарних ринків характеризує поточні зміни і коливання в сфері виробництва і збуту конкретних товарів, призначених як для поставок на експорт, так і для внутрішнього споживання.

Під впливом кон'юнктури ринок розширюється або скорочується, змінюються ціни на товар, попит і пропозиція, створюється або руйнується імідж продукції і її виробника.

У ринковій діяльності підприємства повинні бути враховані різні фактори, які впливають на кон'юнктуру, зокрема:

- виробничі;
- техніко-економічні;
- комерційні.

Для працівників маркетингових служб підприємств, які займаються питаннями збуту певного товару, найбільший інтерес становить вивчення кон'юнктури конкретного товарного ринку (нафти, обладнання тощо). Проте кон'юнктура окремого товарного ринку тісно пов'язана із загальногосподарською кон'юнктурою (у період кризи чи економічного зростання темпи розвитку окремих ринків істотно відрізняються).

Важливою характеристикою кон'юнктури товарного ринку є динаміка цін на товари, які мають значний вплив на співвідношення попиту та пропозиції на ринку.

Незважаючи на нестійкість товарної кон'юнктури, певні періоди в розвитку кон'юнктури ринку можуть характеризуватись досить стійкими співвідношеннями динаміки найважливіших показників.

Найбільш **характерними видами** товарної кон'юнктури є:

- зростаюча;
- висока;
- спадна;
- низька.

Основними ознаками **зростаючої кон'юнктури**, яка формується в умовах товарного дефіциту (перевищення попиту над пропозицією), є зростання цін на товари і збільшення кількості укладених договорів.

Для **високої (стабільної) кон'юнктури** характерними є порівняна стійкість високих цін і найбільша активність споживачів і постачальників. Ці стани товарної кон'юнктури більше відповідають інтересам виробників і в сукупності називаються "ринком продавця".

Спадна кон'юнктура зумовлена затоварюванням ринку (пропозиція перевищує попит) і характеризується зниженням ринкових цін, скороченням кількості договорів у результаті чого ринок переходить в стан **низької кон'юнктури**. Основними її ознаками є низькі ціни і пасивність суб'єктів ринку. Ці два стани товарної кон'юнктури називаються "ринком покупця", оскільки зниження і наступна стабілізація цін на товари відповідають інтересам споживачів товару.

Залежно від періоду часу розрізняють кон'юнктуру, що характеризує ситуацію на певну дату в минулому; поточну кон'юнктуру та прогнозовану кон'юнктуру на певний період у майбутньому.

За рівнем охоплення розрізняють кон'юнктуру:

- загальногосподарську кон'юнктуру;
- кон'юнктуру окремих секторів та регіонів;
- кон'юнктуру ринку товарної групи;
- кон'юнктуру ринку товару;
- кон'юнктуру ринку товарної марки.

2. 2. Етапи дослідження і показники аналізу кон'юнктури ринку

Дослідження кон'юнктури товарного ринку необхідно здійснювати за допомогою аналізу й прогнозу стану ринку конкретного товару і передбачає дослідження галузей виробництва і споживання відповідної продукції, їх взаємозв'язок. Одночасно проводиться аналіз взаємодії та взаємозв'язків між партнерами, що приймають участь у функціонуванні ринку, тобто його інфраструктурного забезпечення. А це, в свою чергу, надасть можливість здійснити прогноз розвитку ринку.

Залежно від цілей дослідження аналіз кон'юнктури ринку необхідно проводити таким чином:

- при визначенні тенденцій та темпів розвитку кон'юнктури ринку аналіз показників здійснюється в динаміці;
- при визначенні кон'юнктури на поточну дату аналіз здійснюється на підставі даних за відповідний період.

Дослідження кон'юнктури ринку необхідно здійснювати поетапно.

Перший етап передбачає визначення основних показників кон'юнктури, а також виявлення та підбір необхідних інформаційних джерел, накопичення відповідної економічної інформації.

Другий етап характеризується здійсненням певного аналізу показників кон'юнктури, що передбачає визначення складових елементів, статистичних показників для проведення необхідного аналізу в динаміці.

Третій етап включає факторний аналіз кон'юнктурутворюючих показників на підставі використання динамічних рядів.

Заключний, четвертий етап передбачає визначення загального результату впливу на стан та формування ринкової кон'юнктури.

Завершує дослідження кон'юнктури товарного ринку розробка прогнозу кон'юнктури, бачення перспектив розвитку кон'юнктури досліджуваного ринку товару.

Мета розробки прогнозу полягає у визначенні найбільш імовірних оцінок кон'юнктури в майбутньому.

Прогноз кон'юнктури передбачає відповіді на такі запитання:

- чи збережуться основні тенденції ринку товару на перспективу (1, 2 квартали, сезон)?
- яких темпів зростання обсягу продажу товару слід очікувати?
- які зміни обсягу, структури попиту на товар можуть відбутися і, відповідно, як зміниться продаж товару?
- яких зрушень в обсязі і структурі товарних запасів можна очікувати?
- на які інші явища, фактори, що можуть вплинути на кон'юнктуру товарного ринку, слід звернути увагу?

Показники ринкової кон'юнктури

Вивчення загальногосподарської кон'юнктури і кон'юнктури товарного ринку необхідно починати з вивчення показників, що дають змогу кількісно оцінити зміни, які відбуваються на ринку, і визначити тенденції у розвитку кон'юнктури.

У країнах Заходу склалася ціла система статистичних даних, що характеризують рух загальногосподарської та товарної кон'юнктури. Усі показники, що використовуються для вивчення кон'юнктури, можна систематизувати за групами: виробництво, внутрішній товарообіг у країнах, показники зовнішньої торгівлі та кредитно-грошової сфери.

Найбільш важливими якісними і кількісними показниками є попит і пропозиція.

Попит - це запит фактичного або потенційного покупця, споживача на придбання товару за наявними у нього коштами, які призначені для цієї покупки.

Попит відображає, з одного боку, потребу покупця в деяких товарах або послугах, бажання придбати ці товари або послуги в певній кількості і, з іншого боку, можливість оплатити покупку за ціною, що знаходиться в межах "доступного" діапазону. Разом з цими

узагальненими визначеннями попиту характеризується рядом властивостей і кількісних параметрів, з яких, насамперед, слід виділити **об'єм**, або **величину**, попиту.

Сукупний попит на товар відображає реальні поточні потреби суспільства плюс необхідність формування нормативних запасів. Тут можна виділити: обсяг особистого і виробничого споживання, валютні інвестиції, норму прибутку в споживаючих галузях, рівень доходів населення, фізичний обсяг і структуру експорту, розмір і структуру запасів, наявність заміників і стан попиту на них у відповідних галузях [7].^[7]

Пропозиція - можливість і бажання продавця (виробника) пропонувати свої товари для реалізації на ринку за певними цінами.

Таке визначення описує пропозицію і відображає його суть з якісного боку. У кількісному плані пропозиція характеризується за своєю величиною і обсягом.

Об'єм, величина пропозиції - це кількість продукту (товару, послуг), яке продавець (виробник) бажає, може і здатний у відповідності з наявністю або продуктивними можливостями запропонувати для продажу на ринку протягом деякого періоду часу при певній ціні. Як і обсяг попиту, величина пропозиції залежить не тільки від ціни, а й від низки нецінових факторів, включаючи виробничі можливості, стан технології, ресурсне забезпечення, рівень цін на інші товари, інфляційні очікування.

У сучасному світі, коли ринкова конкуренція стає все більш жорсткою, найважливішою умовою комерційного успіху стає постійне визначення співвідношення попиту і пропозиції товару на основі аналізу взаємодії кон'юктуро утворюючих факторів, під впливом яких і складається ринкова кон'юнктура. Як правило, до числа основних факторів відносять такі групи:

- постійні та змінні;
- циклічні і нециклічні;
- фактори, що стимулюють розвиток ринку і стримуючі його;
- фактори, що розрізняються за термінами дії.

До постійно діючих факторів нециклічного характеру можна віднести державно-монополістичне регулювання, що включає в себе державне регулювання економіки і вплив ТНК і МНК.

Якщо розглядати вплив на кон'юнктуру товарного ринку такого чинника, як сезонність виробництва і споживання в ряді галузей (особливо у сфері сільського господарства), то його слід віднести до циклічним. Цикли бувають, як відомо, різного характеру і тривалості: великі, більш короткі - виробничі, сезонні, біологічні і т.д.

За тривалістю кон'юктуро утворюючих факторів можна класифікувати як короткострокові - від декількох тижнів до року, середньострокові - як правило, до п'яти років і довгострокові.

Для деяких кон'юктуро утворюючих факторів характерна подвійність їх прояву: з одного боку, вони можуть виступати як постійно діючі, а з іншого - виявляють циклічний характер. Характерний приклад - безперервне вплив НТП на економічний розвиток як окремих країн, так і світової економіки в цілому. Однак крім постійного впливу цього фактора проявляється ще й циклічність його впливу, оскільки знання, технології, випускається продукція постійно удосконалюються і на певному етапі відбувається якісний стрибок або НТР.

До факторів, стимулюючим або стримуючим розвиток ринку, в першу чергу слід віднести кошти торговельної політики, наприклад заходи з підтримки експорту будь-якого товару або так звані торговельні війни.

Для визначення кон'юкттури ринків проводяться складні аналітичні та прогнозні дослідження. Об'єктами дослідження в цьому випадку виступають господарство країни і товарний ринок, вони знаходяться в тісному взаємозв'язку і взаємозалежності.

2. 3. Ціноутворення на світовому товарному ринку

На світовому ринку існує особлива система цін - світові ціни, від яких залежить, які витрати виробників будуть відшкодовані після продажу товарів, а які - ні; який рівень прибутку, чи виникнуть стимули для подальшого розширення зовнішньоекономічної діяльності і т.д.

В умовах ринкової економіки важливо виявити причини, під впливом яких будуть складатися ціни на товарних ринках. Перш ніж визначити умови або ціноутворюючі фактори, слід дати визначення поняттю "ціна".

Ціна - це грошова сума, яку має намір одержати продавець, пропонуючи товар чи послугу, і яку готовий заплатити за даний товар чи послугу покупець.

Однією з характерних рис ціни на товари є її множинність, наявність ряду цін на один і той же товар або товари однакової якості в одній і тій же сфері обігу (імпортні, оптові, роздрібні), на однаковій транспортній базі. Тут можна виділити:

- ціни по звичайних комерційних операціях з платежем:
 - у вільно конвертованій валюті,
 - в неконвертованій валюті або обмежено конвертованою;
- ціни по клірингових угодах;
- ціни товарообмінних, бартерних угод;
- ціни у внутрішній торгівлі;
- ціни на монополізованому ринку;
- ціни невеликих і разових угод;
- ціни за програмами в рамках державної допомоги.

Найбільшою мірою характеризують стан міжнародної торгівлі товарами світові ціни.

Світова ціна - це зовнішньоторговельна ціна, за якою на вільному товарному ринку на регулярній основі здійснюються експортні та імпортні операції з платежами у вільно конвертованій валюті.

Операції на базі світових цін повинні відповідати таким умовам:

- здійснюватися на регулярній основі;
- не враховувати цін бартерних операцій, операцій поставки в рамках державної допомоги, операцій пов'язаного характеру і т.п. ;
- здійснюватися на вільному ринку;
- здійснюватимуться у вільно конвертованій валюті.

На формування цін впливають різні фактори, які умовно можна розділити на наступні групи:

- загальноекономічні (діють незалежно від виду продукції, її виробництва і реалізації);
- конкретно економічні (визначаються особливостями конкретної продукції, умовами її виробництва і реалізації);
- специфічні (діють стосовно окремих видів товарів і послуг);
- спеціальні (інструменти державного регулювання, зміна валютного курсу);
- позаекономічні, політичні, військові.

В аналітичних цілях використовуються індекси цін.

Індекс цін - статистичний показник, що застосовується для вимірювання динаміки цін у часі і в просторі, являє собою відносну величину.

Методика принципів розрахунку індексів цін полягає у визначенні набору товарів, виборі базових об'єктів шляхом репрезентативної вибірки (підприємств різних галузей, торгівлі, сфери послуг), виборі системи зважування показників і формули розрахунку індексів. Індекси цін використовуються для моніторингу руху цін і тарифів, вивчення кон'юнктури ринку, вивчення впливу динаміки цін на рівень життя населення, розрахунку показників рівня життя, показників макрорівня - валового національного продукту (ВНП), валового внутрішнього продукту (ВВП), національного доходу, визначення їх динаміки в порівнянних цінах; для забезпечення міжнародних зіставлень по найважливіших макроекономічних

показників та ін.^[8] Розробкою та аналізом індексів цін займаються міжнародні організації системи ООН, ОЕСР, різні приватні аналітичні служби.

На цінах може позначитися інфляція, грошова політика уряду, кредитна політика банків. У цілому можна відзначити, що в світі спостерігається цілком помірне зростання внутрішніх цін при волатильності і практичної непередбачуваності світових цін. Найвищий стрибок світових цін був відзначений останнім часом на паливо, метали, продовольство.

При підготовці зовнішньоторговельних операцій для визначення рівня цін проводиться відповідний аналіз, який здійснюється порівняльним або розрахунковим методом. **Порівняльний аналіз** передбачає наявність достатньої цінової інформації, яка систематизується і приводиться в стан, що дозволяє зробити обґрунтований висновок про рівень цін на момент укладання угоди. Що стосується **розрахункового методу**, то він зазвичай застосовується при нестачі або відсутності інформації про ціни і полягає в розрахунку за спеціальними формулами можливого рівня цін з урахуванням цін на аналогічні вироби, витрат на виробництво та інших показників.

Основним методом розрахунку контрактних цін у світовій торгівлі є **приведення конкурентних цін та цін світового ринку до єдиного рівня**. Для цього необхідно вивчення цін конкурентів і світових цін на аналогічні товари з внесенням необхідних поправок на зіставлення технічних характеристик, відмінностей у комерційних умовах угод, тенденцій динаміки цін за період, що минув з дати конкурентного матеріалу.

Для дослідження довгострокових тенденцій в міжнародній торгівлі товарами багатьох країн і міжнародні організації використовують Міжнародну стандартну торгову класифікацію ООН, оскільки в ній продавані товари об'єднані в категорії з урахуванням характеру товарів і матеріалів, використовуваних при їх виробництві, стадії обробки, ринкової практики і видів використання продукту, значимості товару з погляду світової торгівлі, технологічних змін.

При проведенні експортних операцій країна отримує вигоду через різницю між високою світовою ціною і внутрішніми цінами.

2. 4. Аналіз проблем сучасного ціноутворення

Формування ціни в умовах ринку – провідний важіль господарського механізму підприємства, який реалізується у взаємодії попиту та пропозиції, обслуговує всі етапи суспільного відтворення та виступає основою подальшого розподільчого процесу. Саме в ціні виявляються як елементи вартості суспільного продукту, так і ефективність інституційного забезпечення її утворення. Відтак, ціна – економічний інструмент, завдяки якому вартість товару одержує грошовий вираз та стає об'єктом суспільного розподілу. Аналіз проблем сучасного ціноутворення сприятиме як виявленню суперечностей ціноутворення на світових торгових ринках, так і обґрунтуванню шляхів підвищення його ефективності.

Ефективне ціноутворення сприяє підпорядкуванню виробництва суспільним потребам. А адекватний рівень цін сприяє економічному зростанню, забезпечує ефективне конкурентне середовище, орієнтує виробництво на інноваційний зміст, скорочує витрати виробництва та прискорює обіг виробничого капіталу, підвищує

Аналіз досвіду розвинених країн показує, що саме держава з її можливостями мобілізації ресурсів активно підпорядковує виробництво суспільним потребам, корелює економічні інтереси суб'єктів ринку, забезпечує оптимальні умови господарської діяльності підприємницького сектора та базові умови життєдіяльності домашніх господарств. А рівень державного регулювання процесів ціноутворення, його форми й методи суттєво відмінні в різних країнах. Однак, цінове регулювання здійснюється передусім з метою запобігання інфляції в умовах товарного дефіциту, монополізму виробників, зростання цін на сировинні та енергетичні ресурси, розвитку сприятливого інвестиційного клімату.

Забезпечення ефективної політики ціноутворення державою здійснюється за допомогою регулювання цін, системи оподаткування, вилучаючи частину доходів у виробників та споживачів, підтримки виробників і споживачів, через системи дотації за допомогою прямих та непрямих методів.

Прямі методи регулювання переважають на етапі становлення ринку, недостатнього розвитку механізму його регулювання та в умовах економічної кризи. Це – встановлення на певний термін фіксованих (твердих) цін на товари та послуги першої необхідності, застосування граничних цін або граничних коефіцієнтів їх підвищення, контроль граничних рівнів рентабельності виробничих, посередницько-збутових та торгівельних надбавок, дотування виробників деяких товарів (наприклад, сільськогосподарської продукції), укладання угод про ціни між підприємствами і державою (наприклад, з нафтотрейдерами щодо цін на паливно-мастильні матеріали) тощо.

Непрямі методи державного впливу на ціноутворення переважають в умовах стабільної економіки, коли потенціал ринкового механізму регулювання діє на повну силу. Непряме регулювання досягається передусім через диференціацію рівнів оподаткування та кредитування, митну, акцизну політику тощо.

Теоретично держава має достатньо дієвих важелів впливу на формування цін національної економіки. Однак, практика господарської діяльності підприємств і домашніх господарств в умовах сучасної економічної кризи свідчить про те, що реальний рівень цін товарів і послуг, на жаль, не забезпечує поставлених цілей національного ціноутворення, що зумовлює їх перманентне підвищення, знижує і ділову активність підприємств, і споживчий попит.

Світова практика оптимізації лише податку на додану вартість свідчить, що з початком світової економічної кризи його зниження було оперативно здійснено урядами різних країн і виступило одним із кроків урядів по її подоланню.

В умовах ринку прийняття цінових рішень на підприємстві ускладнюється, що може бути пов'язано з існуванням ряду проблем у сфері цінової політики. Так, до таких проблем належать:

- відсутність стратегічного підходу в ціноутворенні;
- недосконалість інформаційного забезпечення процесу ціноутворення;
- нестабільність законодавчої бази;
- відсутність (або недовір'я) маркетингових досліджень як основи для прийняття цінових рішень;
- низький рівень оцінки факторів ціноутворення;
- відсутність комплексної оцінки цінової чутливості споживачів;
- ігнорування моніторингу цін конкурентів у процесі розробки цінової політики;
- необґрунтований вибір цілей ціноутворення;
- брак кваліфікованих кадрів, що володіють сучасною методологією ціноутворення;
- відсутність єдиного підходу до механізму ціноутворення на підприємствах;
- використання затратного підходу в ціноутворенні;
- несвоєчасність та недовір'я заходів щодо коригування цін;
- відсутність зв'язку ціни з іншими елементами комплексу маркетингу.

Існуючі в даний час проблеми у сфері ціноутворення знижують як ефективність діяльності підприємств у цілому, так і дієвість цінової політики підприємств зокрема. Це, у свою чергу, обумовлює необхідність пошуку й утвердження нового підходу до процесу формування цінової політики підприємств. Суспільне визнання товар одержує на ринку за допомогою механізму цін. При цьому механізм цін доцільно розглядати як складову частину ринкової економіки, що забезпечує вирівнювання попиту і пропозиції товарів на ринку. Так, ціни оперативно реагують на нестачу і надлишок товарів на ринку, заохочуючи виробництво (пропозицію) та обмежуючи попит (споживання) або навпаки.

Основними умовами ринкового ціноутворення є:

- формування державою правової основи, що забезпечує функціонування ринкової економіки;
- економічна самостійність ринкових суб'єктів господарювання;
- встановлення взаємозв'язків між суб'єктами ринку на комерційній основі;
- використання юридичних норм для економічного регулювання;

- достатня свобода при визначенні цін;
- наявність конкуренції.

Інформаційне забезпечення процесу ціноутворення на підприємстві можна визначити як систему збору та обробки даних, що дозволяють проаналізувати вплив факторів цінової політики і прийняти обґрунтоване цінове рішення. В умовах маркетингової орієнтації необхідний системний підхід до формування інформаційного забезпечення цінової політики торговельних підприємств.

Формування цінової політики обумовлює необхідність системного підходу до інформаційного забезпечення обґрунтування управлінських рішень з цін. Даний підхід реалізується в комплексній системі інформаційного забезпечення процесу ціноутворення, що включає шість окремих систем: систему інформації про ринок у цілому; систему інформації про урядову політику; систему інформації про витрати; систему інформації про конкурентів; систему інформації про покупців; систему інформації про обсяги збуту і прибутку підприємства.

Контрольні запитання до теми 2

1. Що таке кон'юнктура ринку?
2. Які існують умови та фактори формування кон'юнктури світового ринку?
3. Які є види кон'юнктури?
4. Назвіть етапи дослідження кон'юнктури ринку.
5. Охарактеризуйте якісні та кількісні показники кон'юнктури ринку.
6. Що таке ціна?
7. Дайте визначення світової ціни.
8. Що таке індекс цін?
9. Які фактори впливу на світову ціну?
10. Назвіть методи, які впливають на політику ціноутворення.
11. Які основні умови ринкового ціноутворення?
12. Назвіть проблеми, які існують у сфері цінової політики.

ТЕМА 3 АНАЛІЗ СВІТОВОГО РИНКУ МАШИН ТА ОБЛАДНАННЯ

Зміст теоретичної частини заняття:

3. 1. Особливості світового ринку машин та обладнання.
3. 2. Сегменти світового ринку машин та обладнання.
3. 3. Аналіз ціноутворення на машини та обладнання.
3. 4. Аналіз світової торгівлі машин та обладнання.

3. 1. Особливості світового ринку машин та обладнання

Однією з найважливіших характеристик сучасного розвитку світової економіки є прискорене зростання міжнародної торгівлі техноємним і наукомісткими товарами, в першу чергу машинами та обладнанням. За кілька останніх десятиліть питома вага цієї групи товарів виріс у світовій торгівлі з 10 до 40% і в даний час більш ніж у два рази перевершує наступну за нею по питомій вазі товарної позиції - паливо (18%). У багатьох країнах ця група в товарній структурі є домінуючою і складає (%): у Чехії - 54, Угорщини - 55, Японії - 58, Республіці Корея - 54, Мексиці - 53, Німеччині - 47. У Китаї частка машин і устаткування в експорті зросла з 21% в 1995 році до 47,5% в 2011 році. Так само швидко розвивається експорт послуг, пов'язаних з виробництвом, збутом і експлуатацією машин та обладнання.

Машинобудування є найбільшою галуззю світового промислового комплексу, а його рівень визначає місце країни в міжнародному поділі праці. У розвинених країнах на нього припадає до 40% матеріального виробництва. Від результатів розвитку цієї галузі залежать загальний технологічний прогрес усього світу, обсяги випуску продукції, ефективність її транспортування, розміри її продажів. Це найбільш глобалізована галузь: вона тісно зав'язана на інші сфери виробництва, так як, з одного боку, є великим споживачем різних матеріалів - металів, пластмас, продукції легкої промисловості, з іншого - забезпечує знаряддями виробництва всі підприємства всіх галузей.

Розвиток машинобудування і торгівля машино технічною продукцією безпосередньо пов'язані з НТП, зростанням і розширенням міжнародної фрагментації виробництва, формуванням глобальних вартісних ланцюжків. Більшість галузей машинобудування тісно взаємозалежні, і готова продукція одних служить вихідним матеріалом для виробництва інших. У зв'язку з цим зростає частка торгівлі проміжною продукцією (комплектуючі вироби, вузли та деталі для подальшого складання).

НТП викликав до життя появу і розвиток нових раніше не існували галузей і методів виробництва на базі новітніх технологій. Відмінною рисою машин і устаткування як товару стала динамічність вдосконалення їх технічних і якісних параметрів. Знижується термін морального зносу машин та обладнання, прискорюється змінюваність поколінь. При цьому терміни морального зношення скорочуються: якщо в 1980-і рр. середні норми амортизації обладнання становили 10-15 років, в 1990-і рр. - 5 років, то в даний час за деякими видами техніки вони можуть складати рік і навіть кілька місяців.

Зростають вимоги до безпеки використання техніки, екологічній чистоті, комфорту, рівнем експлуатаційних витрат, ергонометричними показниками, загальній якості виробів. Одночасно підвищуються запити відносно забезпечення та якості технічного обслуговування, своєчасного постачання запасними частинами й т.д. Всі ці фактори формують основні тенденції розвитку світової торгівлі машинами та обладнанням.

Серйозний вплив на розвиток виробництва і збуту машин і обладнання надає активізація торгівлі патентами і ліцензіями, обміну технічним досвідом. Сучасна міжнародна торгівля супроводжується все більш широким поширенням лізингу, торгівлі на компенсаційній основі, зустрічних операцій, пов'язаних з викупом застарілої техніки та ін. Зростає торгівля уживаними машинами.

Велику роль у розвитку торгівлі машинами та обладнанням відіграє державна політика країн, спрямована на стимулювання виробництва та експорту високотехнологічних товарів, включаючи машини й устаткування. Для заохочення експортерів можуть використовуватися такі методи, як пільгове оподаткування, надання гарантій державних банків, фінансування і кредитування і т.д. Так, Бразилія з метою диверсифікації свого експортного потенціалу та підвищення конкурентоспроможності національної продукції на світових ринках прийняла в 2012 р Нову індустріальну політику, що містить комплекс фіскальних і фінансових заходів щодо стимулювання розвитку галузей промисловості, продукція яких призначається на експорт. Особливі пільги отримало автомобілебудування (зборка і виробництво компонентів), що призвело до зростання інвестицій у галузь.

Машини та обладнання - особливий товар. Вони є об'єктом інвестиційного (безумовно, переважаючого), і особистого попиту. Це - складний, дорогий і специфічний об'єкт світової торгівлі.

3. 2. Сегменти світового ринку машин та обладнання

Машинобудування відноситься до однієї з найбільш сегментованих галузей економіки: підприємства сектора випускають широкодиференційовану продукцію - від звичних всім і щодня використовуваних побутових приладів і автоматів до медичних апаратів і стратегічно важливих ракетних систем та установок.

Настільки широке розмаїття вироблених галузю товарів ускладнює її класифікацію. На сьогоднішній день немає єдиної класифікації машинобудівної галузі. Класифікації, використовувані в офіційних джерелах, залишаються загальними і не завжди є зручними для використання.

Загальноприйнято ділити дану галузь на три сегменти, застосовуючи критерій класифікації *по виду продукції, що випускається, а саме:*

- виробництво транспортних засобів та устаткування;
- виробництво машин та устаткування;
- виробництво електричного, електронного та оптичного устаткування.

Нині галузі машинобудування об'єднані в єдиний машинобудівний комплекс, який містить 12 великих галузей і близько 100 спеціалізованих галузей, підгалузей і виробництв.

До *комплексних* галузей відносяться: важке, енергетичне і транспортне машинобудування; верстатобудівна та інструментальна промисловість; приладобудування; автомобільна промисловість; транспортне та сільськогосподарське машинобудування; шляхобудівельне і комунальне машинобудування; машинобудування для легкої і харчової промисловості і побутових приладів; авіаційна промисловість; суднобудівна промисловість; промисловість засобів зв'язку.

Комплексні галузі, у свою чергу, включають в себе ряд *спеціалізованих первинних галузей*. Наприклад, в таку комплексну галузь, як важке, *енергетичне* і *транспортне* машинобудування, входять: виробництво турбін і парових котлів; дизелів і дизельгенераторів; комбайнів; прохідницьких машин і навантажувальних шахтних машин; кранів мостових електричних, кранів на автомобільному ході і кранів баштових; тепловозів магістральних, вантажних і пасажирських магістральних вагонів, вагонів метрополітену.

У складі *автомобільної промисловості* виділяються: виробництво тролейбусів; вантажних і легкових автомобілів; автобусів; причепів і напівпричепів тракторних; мотоциклів і моторолерів; велосипедів.

Залежно від того, на який сектор орієнтована продукція, що випускається, підприємства умовно поділяють на групи:

- *інвестиційне* машинобудування (важке, енергетичне, транспортне, хімічне, нафтове, шляхобудівельне), розвиток якого визначається інвестиційною активністю паливно-енергетичного комплексу (ПЕК), будівельного і транспортного комплексів;

- **транспортний і сільськогосподарське** машинобудування, машинобудування для **легкої і харчової** промисловості, залежне від платоспроможності сільгоспвиробників, переробників сільгосппродукції, а також попиту населення;

- **наукомісткі підгалузі** - електротехніка, приладобудування, верстатобудування, - що розвиваються слідом за потребами всіх інших галузей промисловості, включаючи і саме машинобудування;

- **автомобільна** промисловість, продукція якої орієнтована на попит кінцевих споживачів (виробництво легкових автомобілів), а також на потреби підприємств, фірм та виконавчих органів влади (виробництво вантажівок і автобусів);

- **інші** галузі машинобудування.

Існують, однак, і інші класифікації галузей машинобудування. Так, за **техніко-економічними особливостями виробництва**, які визначають основні відмінності у вимогах до умов розміщення підприємств, виділяють металомістке, трудомістке і наукомістке машинобудування; а за **використовуваними технологіями** - малозатратне і витратне (середньо- і високотехнологічне).

Структура машинобудування формується під впливом багатьох факторів, найважливішими з яких вважаються: НТП; темпи розвитку галузей народного господарства; концентрація, спеціалізація, кооперування і комбінування; зростання матеріального добробуту і культурного рівня народу; сировинні ресурси країни; місце країни в системі міжнародного поділу праці.

Ще одна класифікація - розподіл продукції машинобудування на продукцію цивільного, військового та державного призначення.

В цілому є велика кількість класифікацій цієї групи товарів. Згідно зі Стандартною міжнародною торговою класифікацією ООН (SITC), машини та устаткування підрозділяються на дев'ять відділів, які включають в себе 50 груп, 217 підгруп, 642 позиції (табл. 3.1).

Таблиця 3.1.

Види машин і устаткування по Міжнародній стандартній торгової класифікації

Відділ	Код відділу	Число груп	Число підгруп	Число основних позицій
Розділ 7. Машини та устаткування		50	217	642
Енергогенеруюче обладнання	71	6	22	44
Машини спеціальні, призначені для конкретних галузей	72	8	33	117
Машини для обробки металів	73	4	15	69
Неспеціальні машини й устаткування для промисловості, не включені в інші категорії, і деталі машини, не включені в інші категорії категорії, і деталі машини, не включені в інші категорії	74	9	56	150
Канцелярське обладнання для автоматичної обробки даних	75	3	11	23
Апаратура й устаткування електрозв'язку, звукозаписувальна та звуковідтворювальна	76	4	14	33
Електричні машини та апарати, прилади, не включені в інші категорії, і їх електричні деталі (включаючи неелектричні деталі електропобутових приладів, які не включені в інші категорії)	77	7	31	126
Автомобілі, включаючи транспортні засоби на повітряній подушці	78	6	16	40
Інше транспортне обладнання	79	3	19	38

Джерело: Міжнародна стандартна класифікація. Четвертий переглянутий варіант. ООН. 2008.
URL: unstats.un.org/unsd/publication/SeriesM/SeriesM_34rev4r.pdf

На ринку машин і устаткування поряд зі стандартною продукцією представлені унікальні за своїми властивостями вироби, що також накладає свій відбиток на розвиток ринку машин і устаткування. До унікального (штучному, індивідуальному) належить обладнання, придатне для експлуатації в умовах надвисоких або наднизьких температур, під тиском, в безповітряному просторі, в умовах вологого тропічного клімату і т.д. Сюди ж можна віднести дрібносерійне виробництво (до 50 од.), яке носить експериментальний характер і вимагає застосування висококваліфікованої робочої сили. Унікальне обладнання проводиться за замовленням, призначене для вирішення якихось певних завдань і відрізняється підвищеним рівнем техно- і наукоємності. До цієї категорії належить і техніка так званого престижного споживання (класу люкс - легкові автомобілі, побутова техніка).

3.3. Аналіз ціноутворення на машини та обладнання

Ціноутворення на машини й устаткування також має свої особливості. Багато в чому воно пов'язане з гігантською і швидко мінливою номенклатурою виробів, а також інтенсивністю змін технічних та якісних характеристик, рівня витрат на виробництво одиниці продукції під впливом НТП і т.д.

Ціни на машини й устаткування в значній мірі пов'язані із загальним циклом розвитку економіки. Очевидно, що в період кризи попит на легкові автомобілі та побутову техніку падає, знижується попит і на інвестиційні товари. Для цього періоду з метою стимулювання продажів використовуються спеціальні знижки на купівлю продукції, надання кредитів, прийняття зустрічних зобов'язань по викупу та утилізації старої техніки і т.д. Одночасно поживляється торгівля запасними частинами, так як в експлуатації виявляється все більше старої техніки, що вимагає ремонту.

Як правило, інформація за цінами міститься у різних галузевих довідниках, до яких відносяться економічні галузеві газети і журнали, спеціальні бюлетені, фірмові каталоги і прейскуранти. Довідкові ціни носять номінальний характер і грають роль лише відправної точки, з якої починається формування ціни пропозиції.

Визначення цін на нестандартне і комплектне устаткування звичайно спирається на витрати виготовлення, на базі яких виконуються складні розрахунки, що враховують вартість наукових і проектно-вишукувальних робіт, інжинірингу, будівельно-монтажних робіт, технічне обслуговування і т.п. Якщо щодо сировинних товарів визначення світової ціни не викликає ускладнень, то стосовно до готових виробів і машинно-технічної продукції для встановлення ціни, яка відповідає світовим показникам, необхідно спиратися на дані провідних компаній, які виробляють та експортують аналогічну продукцію.

За способом формування ціни на машинно-технічної продукцію можна розділити на **розрахункові та наведені**. Розрахункові калькуються на базі витрат виробництва. Наведені мають у своїй основі конкурентні матеріали, дані яких адаптуються шляхом внесення відповідних поправок до конкретної продукції.

В цілому загальна тенденція руху світових цін на машини й устаткування оцінюється як **підвищувальна**, проте за різними групами динаміка цін виглядає **різноспрямованою**. На стандартні серійні товари промислового і побутового призначення ціни знижуються, на унікальні ростуть. Остання тенденція пов'язана зі збільшенням витрат на дослідницькі роботи і конструкторські розробки, замовленнями з боку держави, у тому числі військовими, Міжнародний мегапроект.

До числа особливостей машин і устаткування як товару слід віднести високу питому вагу в загальній їх вартості експлуатаційних витрат. У зв'язку з цим для цієї категорії продукції характерне поняття "**ціна споживання**", тобто купівельна ціна виробу плюс витрати, пов'язані з його експлуатацією протягом періоду його використання. Ціна експлуатації буде складатися з вартості спожитого палива, витратних матеріалів,

електроенергії, витрат на транспортування, монтаж, установку, зберігання, технічне обслуговування, включаючи ремонт і придбання запасних частин, вартість навчання персоналу для обслуговування машин і т.д. У цю категорію будуть включені і суми на оплату утилізації виробів які завершили свій цикл.

Ціна споживання, як правило, у кілька разів вище, ніж продажна ціна: в 10 разів - для холодильника, автомобіля, літака; в п'ять разів - для трактора і т.д. Таким чином, імпортер зацікавлений не тільки в тому, щоб товар якомога довше зберігав свої споживчі властивості, а й у тому, щоб він зберігав їх при мінімальних витратах на експлуатацію, тобто в оптимізації співвідношення між купівельною ціною і ціною споживання. Ціна споживання стає ключовим фактором конкурентоспроможності товару на світовому ринку.

3. 4. Аналіз світової торгівлі машин та обладнання

Визнаними лідерами у виробництві та експорті машин і устаткування є США, Японія, Німеччина, на частку яких припадає понад 50% всього виробництва машинно-технічної продукції.

В даний час частка експорту у виробництві машин та обладнання провідних промислово розвинених країн становить більш 30% і має тенденцію до зростання. На розширення експорту продукції машинобудування безпосередній вплив надають подальше поглиблення міжнародного поділу праці і високі темпи НТП. На сучасному етапі жодна країна, хоч би якою розвиненою стосовно науки, техніки і промисловості вона не була, не в змозі забезпечити самостійно, не спираючись на досягнення інших країн в цих областях, поступального руху на всіх напрямках НТП, створювати конкурентоспроможну на світовому ринку продукцію. Тому, взаємопроникнення господарських комплексів промислово розвинених країн, особливо в науці та машинобудуванні, призвело до розвитку найбільш прогресивних форм спеціалізації і кооперування, до об'єднання зусиль виробників у міжнародному науково-технічному і виробничому співробітництві.

Міжнародний ринок машин і устаткування характеризується переважним розвитком торгівлі товарами і машинно-технічними комплексами виробничого призначення. Торгівля машинно-технічними товарами культурно-побутового призначення розвивається повільніше, причому ця тенденція, на думку експертів, збережеться і в недалекому майбутньому.

Важливим чинником, що сприяє розвитку міжнародної торгівлі машинами та обладнанням, є різке скорочення «життєвого циклу» більшості видів машинно-технічної продукції, її штучне моральне старіння, якому часто сприяє державна політика прискореної амортизації та податкових пільг для покупців нової і новітньої продукції. Швидке створення такої продукції можливе лише на основі глибокої міжнародної науково-технічної кооперації між країнами-виробниками машин і устаткування. Таким чином, подальша інтернаціоналізація господарського життя, активно виявляється в машинобудівному комплексі, є однією з найважливіших рушійних сил у розвитку міжнародної торгівлі машинами та обладнанням.

Сучасна торгівля машинно-технічною продукцією характеризується такими особливостями, як:

- значне скорочення життєвого циклу більшості видів товарів цієї групи, постійне оновлення номенклатури та асортименту пропонованих виробів, штучне моральне старіння, тому часто сприяє державна політика прискореної амортизації та податкових пільг для покупців нової та новітньої продукції;
- перехід від одиничних до системних продажів і створення відповідних товарів; при цьому покупцеві пропонується не тільки основний товар, а й різноманітні комплектуючі, доповнюючі та супутні товари;
- підвищення вимог до економетричних, гігієнічних, екологічних параметрів товару та його дизайну;

- необхідність відповідності машин, обладнання, комплектуючих вимогам Міжнародної організації стандартів (ISO);
- динамічніший розвиток торгівлі товарами та машинно-технічними комплексами виробничого призначення порівняно з машинно-технічними виробами культурно-побутового призначення;
- вищі темпи зростання експорту машинно-технічної продукції порівняно з її виробництвом, що зумовлено процесами реіндустріалізації в світовій економіці;
- зосередження 80% світового експорту продукції машинобудування у 12 індустріально розвинутих країнах (Японії, Німеччині, США, Франції, Великобританії, Італії, Канаді, Бельгії, Нідерландах, Швейцарії, Швеції, Кореї); при цьому 50 % світового експорту припадає на Японію, Німеччину США;
- концентрація імпорту машинно-технічної продукції в індустріально розвинутих країнах: понад 60% імпорту припадає на США, Німеччину, Великобританію, Францію, Канаду, Італію, Нідерланди, Бельгію, Японію, Іспанію та Швейцарію, а лідерами імпорту машин, обладнання і транспортних засобів є Сполучені Штати Америки, Німеччина та Великобританія – понад 35% світових закупівель;
- активна політика національних урядів щодо стимулювання експорту машинно-технічної продукції та захисту національних товаровиробників з метою збереження та/або розвитку конкурентоспроможності відповідних галузей національної економіки на світовому ринку.

Машини та обладнання в міжнародній торговельній практиці продаються і купуються:

- у вигляді готових до використання виробів (верстати, насоси, компресори, транспортні засоби тощо);
- в розібраному вигляді для подальшого складання в країні-імпортері;
- у вигляді комплектних об'єктів (цехи та дільниці) промислових підприємств, підприємства у закінченому вигляді, електричні станції тощо;
- у вигляді вузлів, деталей та окремих агрегатів в межах коопераційних угод або як запасних частин для технічного обслуговування і ремонту придбаної раніше техніки.

Кожна з форм торгівлі має свої особливості.

Торгівля готовою продукцією. Поставки машин та обладнання в готовому до експлуатації вигляді є найпоширенішою формою торгівлі транспортними засобами, виробами, верстатобудування, технічними товарами побутово-культурного призначення. Основною ознакою цього виду поставок є те, що товар передається покупцеві в готовому до експлуатації вигляді.

Особливістю торгівлі готовими машинами та обладнанням, є те що відносини між продавцем і покупцем не закінчуються, як це відбувається при поставках сировини, продовольства, товарів широкого вжитку тощо. При експорті складного технологічного обладнання продавець зобов'язується (якщо це обумовлено контрактом) виконати такі роботи: здійснити монтаж обладнання; навчити місцевий персонал роботі з обладнанням; забезпечити безперебійну роботу обладнання в гарантійний період; забезпечити регулярну поставку запчастин, а якщо це передбачено умовами додаткової угоди здійснювати технічне обслуговування в післягарантійний період. Експорт стандартного обладнання, яке не потребує монтажу та навчання персоналу, також передбачає продовження взаємовідносин між сторонами з приводу технічного обслуговування в гарантійний період і поставки запасних частин для обладнання протягом всього терміну його експлуатації.

У здійсненні зазначених вище операцій та укладанні відповідних контрактів (на монтаж, підготовку персоналу, технічне обслуговування, поставку запасних частин) зацікавлені обидві сторони. Експортер прагне закріпити свої позиції на ринку країни імпортера, створити імідж надійного партнера та розширити обсяги реалізації своєї продукції. Імпортер, укладає угоди на здійснення цих операцій одночасно з підписанням договору на

поставку обладнання, має можливість отримати певні преференції на виконання додаткових робіт, зокрема знижки з преїскурантних цін на запасні частини, розмір яких може сягати 20–30% вартості товарів, що поставляються.

Необхідною умовою стабільного експорту машин, обладнання та приладів завжди було створення на зарубіжному ринку розгорнутої та добре організованої мережі технічного обслуговування. В останні десятиріччя при виборі покупцем машин та обладнання на світовому ринку визначальним стає не рівень ціни, а саме якісні параметри обладнання та можливості продавця забезпечити належне технічне обслуговування протягом усього періоду експлуатації.

Технічне обслуговування – це комплекс заходів, спрямованих на забезпечення надійної роботи машинно-технічних виробів як у сфері обігу, так і в сфері виробничого та індивідуального споживання.

У сфері обігу процес технічного обслуговування складається з двох етапів: передпродажного сервісу та передпродажного доопрацювання. Перший із них включає виконання таких робіт, як розпакування, розконсервація, усунення пошкоджень транспортування, заправка паливом і мастилом, перевірка систем регулювання, обкатка чи випробування готовності до експлуатації. Передпродажне доопрацювання складається зі складнішої сукупності робіт і послуг: доукомплектування необхідними імпортеру вузлами та агрегатами, усунення можливих виробничих дефектів, заміна деяких вузлів та агрегатів згідно зі стандартами та умовами експлуатації в країні імпортера тощо. Ці роботи можуть виконуватися продавцем, покупцем або посередником, але в будь-якому разі за рахунок продавця (експортера).

У сфері споживання виокремлено два види технічного і обслуговування – гарантійний та післягарантійний періоди. При поставках деяких видів технологічного обладнання з великими термінами амортизації за бажанням покупців експортери здійснюють також модернізацію обладнання, тобто вдосконалення обладнання і технологічного процесу шляхом заміни морально-застарілих вузлів та агрегатів на досконаліші, впровадження сучасних систем управління та автоматики, а також ремонт обладнання, яке не підлягає заміні.

Торгівля машинно-технічною продукцією в розібраному вигляді. Особливості міжнародного поділу праці в останні десятиріччя зумовили прискорений розвиток торгівлі машинами та обладнанням у розібраному вигляді та створення за кордоном підприємств для їх складання. Найінтенсивніше цей процес розвивається в автомобільній промисловості (за оцінками експертів, питома вага автомобілів у розібраному вигляді та комплектуючих виробів на цьому ринку становить 40–50%), у виробництві тракторів, мотоциклів, електропобутових приладів, радіо- та електронної апаратури, сільськогосподарських та інших машин. Тож, з лінгвістичної точки зору, досліджувану форму торгівлі машинно-технічною продукцією точніше було б назвати торгівлею в незібраному вигляді, оскільки її метою є експорт/імпорт деталей, вузлів, комплектуючих певного товару для подальшого складання готового виробу.

Порівняно з продажем готової продукції торгівля у розібраному вигляді має певні переваги, а саме:

- можливість економії на транспортних витратах внаслідок того, що вузли і деталі перевозяться, як правило, в контейнерах (витрати на транспортування одиниці розібраного трактора майже в 2,5 рази менші витрат на доставку готової машини);
- використання переваг тарифної ескалації – готові машини та обладнання в усіх країнах обкладаються вищими ставками мита і митними зборами, ніж вузли та деталі до них;
- можливість експорту (імпорту) комплектуючих при забороні національними урядами імпорту (експорту) готової продукції (так виникло загальновідоме та вже обопільне вигідне «жовте складання» у торговельно-економічних відносинах Японії та країн Південно-Східної Азії);
- можливість створення за кордоном складального виробництва та розповсюдження експорту товарів на сусідні країни (уряди багатьох країн, що розвиваються,

заохочують створення спільних підприємств на своїй території, оскільки це сприяє розвитку національної промисловості, підвищенню зайнятості населення, прискорення науково-технічного прогресу).

Першим етапом є, як правило, просте складання, тобто укладання контракту, згідно з яким експортер постачає повний комплект необхідних комплектуючих, а імпортер здійснює тільки складання готового виробу. Зібрана техніка вивозиться як у треті країни, так і в країни-постачальники комплектуючих і вузлів.

Розвиненішою формою складального виробництва є прогресивне складання, яке передбачає сприяння експортера імпортеру в поетапній організації власного виробництва окремих деталей з тим, щоб протягом певного терміну повністю перейти до самостійного випуску готової продукції. Сприяють розвитку прогресивного складання переважно уряди країн, що розвиваються, з метою створення власної промисловості та подолання залежності від постачальників. Проте, незважаючи на те, що питома вага національних виробів справді збільшується (прогресує), це, як правило, прості, другорядні комплектуючі, а складні вузли та деталі продовжують виробляти та постачати експортери.

Відповідно до угоди про прогресивне складання експортер бере на себе зобов'язання надати імпортеру ліцензію на готову продукцію та ноу-хау на виробництво деталей і вузлів, підготувати проект підприємства та проект організації виробничого процесу, поставити основне та допоміжне обладнання для виробника продукції, регулярно забезпечувати вузлами та деталями складання кінцевої продукції. Такі угоди можуть також містити домовленості щодо здійснення постачальником авторського нагляду за будівельно-монтажними та пусконаладжувальними роботами на об'єкті, інформування імпортера про всі конструктивні поліпшення та вдосконалення технології виготовлення товару. За специфікою взаємодії суб'єктів угоди прогресивне складання слід вважати торгівлею за кооперацією.

Крім достатньо значних витрат на організацію складального виробництва, торгівля продукцією в розібраному вигляді має певні складнощі організаційно-технічного характеру:

- продукцію складання слід технологічно поділити на такі деталі та вузли, складання яких відповідатиме техніко-технологічній базі та рівню кваліфікації робітників на зарубіжному ринку;
- вузли та деталі повинні мати високий ступінь стандартизації та уніфікації, а також бути якісними, щоб усунути етап їх доопрацювання;
- поставка комплектуючих має бути чітко організована (графік) комплектних поставок узгоджується зі штрафними санкціями при порушенні термінів поставки);
- розміри складських запасів вузлів і деталей повинні бути розраховані оптимально, щоб не створювати надлишкових запасів або навпаки, не організовувати щоденну поставку, що позначиться на розмірі транспортних витрат.

Підписанню контракту на поставку вузлів і деталей для подальшого складання передують, як правило, укладання угоди з національною фірмою країни імпортера або дочірньою фірмою експортера, яка має бути заснована в країні імпортера до початку будівництва складального підприємства. По завершенні будівництва підприємства або підготовки до виробництва існуючих у країні імпортера потужностей укладається контракт на поставку деталей і вузлів. Поставки продукції в розібраному вигляді можуть здійснюватися як за контрактами купівлі-продажу, так і на умовах консигнації, а реалізація продукції складального підприємства – одночасно за трьома напрямками: поставка готової продукції продавцю вузлів і деталей (як у рахунок оплати вартості будівництва, так і на комерційній основі); поставка готової продукції споживачам на внутрішньому ринку; поставка продукції на експорт у треті країни.

Торгівля комплектним обладнанням. Стрімкий розвиток торгівлі комплектним обладнанням в останні десятиріччя пов'язаний з виникненням і функціонуванням такої нової сфери товарного обігу, як ринок комплектних об'єктів, під якими розуміються промислові або інші підприємства в цілому, окремі цехи, установки та агрегати, що утворюють закінчений

технологічний комплекс або його самостійну частину. При цьому комплектним обладнанням вважається набір органічно пов'язаних єдиним технологічним процесом машин та обладнання, що забезпечують випуск готової продукції або завершують технологічну стадію. До поняття «комплектні поставки» входить: комплекс дослідницьким і проектно-пошукових робіт, пов'язаних зі спорудженням комплексного об'єкта або наданням технічного сприяння в проектуванні; поставка машин і матеріалів для будівництва об'єкта, а також технологічного обладнання; передача ліцензій і ноу-хау; здійснення авторського нагляду, технічного керівництва монтажними роботами, налагодкою, гарантійними випробуваннями та пуском об'єктів в експлуатацію.

Останнім часом частка поставок комплектного обладнання в загальному обсязі світового експорту машин та обладнання перебувала на рівні 10–15% і, за прогнозами фахівців, у майбутньому експорт комплектного обладнання збереже своє значення для індустріально розвинутих країн, уряди яких стимулюють такий експорт, так і для країн, що розвиваються, заінтересованих у подоланні в найкоротші терміни економічного і технічного відставання.

У сучасній практиці торгівлі комплектним обладнанням використовуються такі форми угод, як:

- поставки розрізненого комплектного обладнання;
- будівництво об'єктів на умовах «під ключ»;
- будівництво об'єктів на компенсаційній основі;
- будівництво об'єктів на умовах "під готову продукцію" ("продукція в руки");
- будівництво об'єктів на умовах «ринок у руки»;
- закупки комплектного обладнання та будівництво об'єкта на умовах «БОТ».

Поставки розрізненого комплектного обладнання залежно від характеру та обсягу наданих послуг можна поділити на два умовні рівні. До першого, спрощеного, рівня належать поставки на базисних умовах «EW», «FOB», «CAF» або «CIF». У даному разі розрахунки за контрактом можуть здійснюватися з оплатою товару готівкою, з поділом платежів відповідно до етапів виконання робіт. На відміну від торгівлі готовими машинно-технічним виробами, в контрактах на поставку окремого комплектного (обладнання передбачено виконання обмеженого обсягу проектних робіт та, якщо необхідно, модельних випробувань з передачею їх результатів замовнику. При вищому рівні зобов'язань постачальника комплектного обладнання обсяг наданих послуг значно збільшується, а їх характер ускладнюється. Такі зобов'язання включають різноманітні інжинірингові послуги – проведення шеф-монтажних, монтажних робіт, пусконаладжувальних випробувань обладнання та об'єктів у цілому тощо. В обох варіантах загальна координація та управління ходом робіт залишаються за замовником, який за окремими контрактами залучає різні фірми та організації до виконання певних видів робіт або поставок. Тому при цій формі торгівлі комплектним обладнанням його експортери не несуть юридичної та матеріальної відповідальності за спорудження об'єкта в цілому.

Поставки комплектного обладнання на умовах «під ключ» передбачають спорудження та передачу на свій ризик об'єкта однією стороною (підрядником) іншій стороні (замовнику), яка має прийняти цей об'єкт та сплатити за нього обумовлену ціну. При цьому постачальник несе всю юридичну та матеріальну відповідальність за введення в дію повністю завершеного об'єкта після всіх необхідних технічних і технологічних випробувань. Відповідальність замовника полягає в створенні необхідних умов для будівництва та забезпечення, якщо необхідно, спорудження об'єктів інфраструктури будівництва, постачання будівельних матеріалів національного виробництва й організації набору підсобної робочої сили.

Для виконання своїх зобов'язань постачальник (експортер) може залучати інші юридичні та фізичні особи на субпідрядних умовах або кооперуватися з іншими фірмами, утворюючи консорціуми, учасники якого пов'язані між собою взаємними зобов'язаннями, а перед замовником – солідарною відповідальністю.

Поширеною формою розвитку торгівлі комплектним обладнання є *компенсаційні угоди*, які передбачають поставки комплектного обладнання та технологій на умовах довгострокових кредитів, розрахунки за які здійснюються поставками готової продукції з побудованих об'єктів або інших підприємств. Як і в контрактах на поставку комплектного обладнання на умовах "під ключ", перевагою для замовника при укладанні компенсаційної угоди є можливість використання місцевої сировини, матеріалів і робочої сили, що, як правило, зменшує витрати. Разом з тим усі можливі ризики, пов'язані з визначенням вартості проекту, організації та підсумками виконання робіт, повністю лягають на замовника.

У багатьох випадках, особливо для замовників з країн, що розвиваються, є недостатнім отримання нової техніки та технології у вигляді готового об'єкта через те, що нестача власних кваліфікованих кадрів призводить до неможливості ефективного використання побудованих підприємств. Тому в цих країнах поширені угоди на будівництво об'єктів на умовах "під готову продукцію". Порівняно з контрактами на умовах «під ключ» в угоди «під готову продукцію» додатково включаються пункти стосовно підготовки місцевого персоналу замовника та освоєння ним технічних і управлінських навичок, придбання технічних і комерційних ноу-хау, доведення роботи об'єкта до гарантованих параметрів і вихід на проектну потужність.

Угоди «під готову продукцію» передбачають повну відповідальність постачальника за проектні рішення на всіх стадіях спорудження об'єкта. Важливим є заключний етап передачі об'єкта замовнику, терміни якого обмежуються узгодженою заздалегідь, датою (або періодом після завершення будівництва). Виникаючі після закінчення цього періоду витрати на підготовку персоналу замовника поділяються, як правило, між учасниками угоди і відповідно до обумовленого співвідношення, а іноді повністю оплачуються експортером.

Ще ширший спектр обов'язків і відповідальності постачальників (експортерів) виникає при укладанні *угод на умовах «ринку у руки»*. Сама назва цього типу угод вказує на те, що постачальник не тільки будує об'єкт, а й забезпечує збут продукції цього підприємства, організовуючи маркетингову діяльність.

Закупівля комплектного об'єкта забезпечує певні переваги замовнику. Для організації самостійного будівництва об'єкта необхідне створення науково-дослідних організацій (здатних провести дослідження та розробку технологій), спеціальних проектних інститутів і конструкторських бюро, а також відповідних навчальних закладів, що потребує як матеріальних витрат, так і часу. Закупивши у компетентної фірми комплектне обладнання та обумовивши у контракті надання нею технічної допомоги в підготовці місцевих кадрів, замовник у досить короткі терміни отримує обладнаний новітньою технікою об'єкт та необхідні кадри для його експлуатації. Крім того, закупівля комплектного обладнання та об'єктів може сприяти зниженню загальних валютних витрат держави за рахунок включення урядами імпортуємих країн в умови укладання контрактів положення щодо розподілу поставок із замовником, що дає останньому можливість виготовляти на своїх підприємствах частину обладнання, як правило, нескладного чи допоміжного, а також поставляти частину будівельних матеріалів для створення комплектного об'єкта.

Контрольні запитання до теми 3

1. Назвіть фактори впливу на розвиток машинобудування та торгівлю машино-технічною продукцією.
2. Які є сегменти світового ринку машин та обладнання?
3. Які фактори впливу на формування структури машинобудування?
4. Які особливості ціноутворення на машини і устаткування?
5. Назвіть основних лідерів у виробництві та експорті машини і устаткування.
6. Які чинники впливають на розвиток міжнародної торгівлі машинами та обладнанням?
7. Охарактеризуйте особливості сучасної торгівлі машино-технічною продукцією.
8. Які є форми торгівлі машинами та обладнанням?

ТЕМА 4

АНАЛІЗ СВІТОВОГО РИНКУ ПАЛИВНО-ЕНЕРГЕТИЧНИХ РЕСУРСІВ

Зміст теоретичної частини заняття:

4. 1. Сутність світового ринку паливних та енергетичних ресурсів. Енергетичні баланси.
4. 2. Аналіз світового ринку нафти і нафтопродуктів.
4. 3. Аналіз світового ринку газу.
4. 4. Світові ринки вугілля, електроенергії та інших енергоносіїв.

4. 1. Сутність світового ринку паливних та енергетичних ресурсів. Енергетичні баланси

Минулі десятиріччя продемонстрували, що однією з ключових заporук розвитку як світової економіки в цілому, так і кожної країни зокрема є стабільне забезпечення енергоносіями. У ХХІ ст. умови розвитку світової енергетики регламентуються обмеженістю та вичерпаністю ресурсів викопних видів палива, перш за все нафти та природного газу, протиріччями між наявністю власних енергоносіїв країн і потребою в них, значним забрудненням навколишнього середовища продуктами їх згоряння, різким підвищенням попиту на енергоресурси, зумовленим зростанням населення планети. Синергічна дія комплексу цих факторів обумовлює сучасні тенденції загострення енергетичних питань у життєдіяльності людства, кожної окремої країни. Через необхідність забезпечення енергетичних потреб розвитку власної економіки найважливішими чинниками реалізації інтересів держав світу, їх політичної поведінки, базою для економічних і політичних союзів і навіть джерелом міжнародних конфліктів сьогодні стали боротьба за володіння ресурсами, за право їх транспортування та вплив на ринок енергоносіїв. При цьому до цієї боротьби намагаються долучитися всі економіки світу без винятку. Саме ті країни, які здобувають переваги в ній, уже сьогодні отримують безперечні можливості впливу не тільки на розвиток власної життєдіяльності, але й, можливо, інших країн. Ті ж країни, що опиняються на задвірках світових енергетичних процесів, потрапляють під загрозу втрати власної енергетичної незалежності, яка, у свою чергу, є одним із синонімів національної безпеки.

Різними інституціями розробляються різноманітні оцінки як геологічних запасів паливно-енергетичних ресурсів (ПЕР) у світі та перспектив їх видобутку, так і споживання енергії різними регіонами та секторами економіки.

Отримані оцінки можуть відрізнятися одна від одної. Це обумовлено не тільки використанням різної фактологічної бази й методів підрахунку та прогнозу, не тільки вибором різних сценаріїв розвитку, але й окремими політичними, економічними та соціальними факторами.

Прогнозні оцінки запасів, видобутку та використання ПЕР щорічно змінюються (коригуються), але для прийняття рішень на політичному, економічному та соціальному рівнях важливо оперувати наявними тенденціями та можливими сценаріями розвитку, потенційними можливостями як видобутку, так і споживання конкретних видів енергоносіїв.

Зараз понад 90% усієї енергії, що використовується людиною, виробляється за рахунок органічного палива – нафти, газу і вугілля.

Для світової енергетики початку ХХІ ст. характерним є випереджаючі можливості видобутку та економії збільшення потреб в енергоносіях економік країн світу та збільшення стурбованості країн-імпортерів зростаючою залежністю від окремих країн-постачальників.

Паливно-енергетична сировина (ПЕС) — паливно-енергетичні корисні копалини: нафта, природний газ, вугілля, торф, уран та ін. відіграє важливу, якщо не ключову, роль у життєздатності будь-якої держави, так як з нею пов'язані практично всі галузі економіки, а деякою мірою і політична та економічна незалежність.

У сировинному секторі світового господарства провідну роль відіграють паливно-енергетичні ресурси – нафта, нафтопродукти, природний газ, кам'яне вугілля, енергія (ядерна,

гідроенергія та ін.). Ця група товарів зберігає роль лідера серед інших товарних груп у міжнародній торгівлі, поступаючись лише групі машин та обладнання.

Паливно-енергетичний комплекс (ПЕК) відіграє найважливішу роль у світовій економіці, тому що без його продукції неможливе функціонування усіх без винятку галузей. До складу ПЕК входять газова, нафтова і вугільна промисловості, енергетика.

Світовий попит на первинні енергетичні ресурси (ПЕР) у 1995 – 2015 рр. зростав повільніше, ніж у 80-і роки ХХ ст. (без урахування колишнього СРСР), і ця тенденція збережеться в наступні десятиліття ХХІ ст. Одночасно буде підвищуватися ефективність їхнього використання, особливо в промислово розвинутих країнах. Як вважають фахівці, у цей період загальне споживання усіх видів ПЕР у світі може зрости приблизно в 1,6 – 1,7 рази і складе близько 17 млрд. т умовного палива. При цьому в структурі споживання домінуючий стан збережеться за паливно-енергетичними ресурсами органічного походження (більш 94%). Частка енергії АЕС, ГЕС і інших не перевищить 6%.

У загальному обсязі виробництва і споживання ПЕР лідируючу роль збереже нафта, на другому місці залишиться вугілля, і на третьому – газ. Проте в структурі споживання частка нафти упаде з 39,4% до 35% при зростанні частки газу з 23,7% до 28%. Трохи знизиться частка вугілля – з 31,7% до 31,2%. Невелике збільшення частки неорганічних енергоресурсів буде відбуватися на тлі скорочення питомої ваги атомної енергії – з 2,3% у 1995 р. до 2% до 2015 р.

Структура ПЕК у світовому господарстві визначається видами використовуваної первинної енергії і балансом між ними. У таблиці 4.1 наведені джерела первинної енергії і відповідні їм види вторинної енергії, що виходить у результаті перетворення.

Таблиця 4.1

Види первинної і вторинної енергії

Види первинної енергії	Відповідні їм види вторинної (перетвореної) енергії
1. Кам'яне і буре вугілля	Кокс, агломерати, електроенергія
2. Нафта	Бензин, гас, дизельне паливо, мазут
3. Природний газ	Енергія теплоелектростанцій
4. Вода	Гідравлічна енергія
5. Уранові і т. п. руди	Атомна енергія

Наприкінці 90-х років ХХ ст., як відомо, відбулося уповільнення темпів економічного розвитку фактично в усіх країнах світу. У державах ОЕСР (Організації економічного співробітництва і розвитку, в яку входять 29 промислово розвинутих країн), зокрема, у Японії (яка пережила глибокий спад) економічне зростання у середньому склало 2,2%.

У міру зниження темпів економічного розвитку скорочувалися темпи приросту споживання ПЕР. Визначений вплив на обсяги споживання ПЕР і їхні структури зробило різке зниження цін на нафту, що почалося наприкінці 1997 р. Така тенденція зберігалася до кінця століття, але на початку ХХІ століття ціни пішли вгору і продовжують зростати. Передбачається, що видобуток нафти підвищиться, частка природного газу у структурі як споживання, так і виробництва також безупинно буде зростати. Так, у середньому в структурі виробництва частка природного газу виросла на 0,1%. Знижується частка вугілля в структурі споживання, що свідчить про заміщення нафтою і газом деякого його обсягу.

Як вважають експерти, виробництво і споживання енергії атомних і гідроелектростанцій недостатнє, їхнє становище у паливно-енергетичному комплексі світової економіки ще невисоке, а частка в паливно-енергетичному балансі світу не перевищує 5,5%.

Найбільш швидкими темпами електроенергетика розвивалася в 50 – 60-их рр. ХХ століття. Практично за цей період відбулося подвоєння виробництва електроенергії, країни стали переходити на енергозберігаючі технології. Лідерами у виробництві енергії традиційно є: США – 3,0 трлн. кВт/год; РФ – 1,1 трлн. кВт/год; Японія – 1,0 трлн. кВт/год; КНР – 0,66 трлн. кВт/год.

Структура споживання первинних енергоресурсів у світовому господарстві має такий вигляд: нафта – 41,2%; тверде паливо – 28,3%; газ – 22,3%; атомна енергія – 9%; ГЕС та інші нетрадиційні джерела – інше споживання.

Географічно споживання енергії у світовому господарстві складається в такий спосіб: розвинуті країни – 53%; країни, що розвиваються – 29%; країни Східної Європи – 18%.

Основні найбільші у світі джерела видобутку енергоресурсів такі: нафта – Самотлор (Західний Сибір), Саудівська Аравія і Кувейт; газ – Республіка Комі, Уренгой, Голландія, США.

Приріст обсягів доведених запасів нафти, що здобуваються, відзначався у Венесуелі, Бразилії, Нігерії й Австралії, а природного газу – у Саудівській Аравії, Ірану, ОАЕ, Нігерії, Єгипті, КНР, Австралії і США. Незважаючи на це, вони не змогли заповнити обсяги їхнього видобутку.

Поряд із зростанням споживання нафти і газу активно застосовуються нетрадиційні види і джерела енергії, що відбиває прогресивні зрушення в структурі ПЕК світового господарства. Ці види енергоресурсів є більш ефективними і сприяють зниженню енергоємності та матеріалоємності виробництва і переробці енергії з одного виду в інший.

В міжнародній практиці вивчення структури та порівнювальний аналіз обсягів використання енергетичних ресурсів, як своєї країни, так і у порівнянні з іншими країнами світу є важливим джерелом інформації та невід'ємною складовою оцінки стану енергетики країни.

В умовах стрімкого технологічного розвитку і глобалізації, та беручи до уваги обмеженість енергетичних ресурсів, важливо мати повну уяву, як про внутрішні потреби країни, так і про ситуацію в інших країнах та в світі взагалі.

Результати аналізу інформаційних потоків у сфері енергетики щодо обліку виробництва (добування), надходження, транспортування, зберігання, розподілу та споживання (використання) енергоресурсів (включаючи витрати на зберігання та втрати при їх транспортуванні та перетворенні) свідчать про те, що якісні характеристики енергетичної інформаційної бази потребують поліпшення.

Наявні методи формування окремих балансів основних паливно-енергетичних ресурсів не повною мірою відображають реальний стан енергоємності національної економіки, її потенційних можливостей та конкурентоспроможності.

В міжнародній практиці для аналізу структури, а також для внутрішніх та міжнародних порівнянь енергетичних ресурсів застосовуються **енергетичні баланси**.

Отриману інформацію використовують як у межах країни для прийняття відповідних управлінських рішень, так і для міжнародних порівнянь, отже вона має бути відповідно високої якості. Останнім часом якості та повноті інформації приділяють особливу увагу і це питання є актуальним як для фахівців та науковців, так і для користувачів. Саме розгорнутий аналіз структури, побудова енергетичних балансів дозволяють отримати найбільш повну та прозору інформацію щодо виробництва та споживання енергетичних ресурсів на макрорівні.

Зведений енергетичний баланс за методологією МЕА та Євростата будується на базі балансів окремих енергетичних продуктів. Наведення даних з статистики енергетики в натуральних одиницях у вигляді балансів по окремим енергетичним продуктам від поставки до споживання забезпечує контроль за повнотою даних і служить простим засобом збору основних статистичних даних щодо кожного енергетичного продукту, що сприяє спрощенню

отримання ключових даних. Для зручності використання продуктових енергетичних балансів в процесі формування єдиного зведеного енергетичного балансу, структура обох балансів є ідентичною. Отже, першим етапом є формування продуктового енергетичного балансу для певного енергетичного продукту. Другим етапом є зведення продуктових енергетичних балансів в єдину таблицю в натуральних одиницях виміру. І останнім етапом є перерахунок продуктів, облікованих в натуральних одиницях, в тони нафтового еквіваленту і побудова зведеного енергетичного балансу. Перерахунок всіх енергетичних продуктів в єдині умовні одиниці дає широкі можливості для аналізу структури та порівнянь.

Перевага схеми побудови енергобалансу МЕА полягає в інтегральному характері надання даних щодо балансів окремих видів енергоресурсів, у виділенні окремою частиною сектору перетворення енергії, можливості розрахунку енергоємності економіки (ВВП) та ін.

Структура балансу: Валові внутрішні поставки = перетворення + власне споживання енергетичним сектором = втрати при розподіленні = неенергетичне використання = кінцеве споживання.

В свою чергу Валові внутрішні поставки складаються з виробництва + надходжень з інших джерел + імпорт – експорт +/- запаси +/- міжнародна морська бункеровка +/- між продуктової передачі +/- статистичні розбіжності.

За допомогою продуктового енергетичного балансу чітко простежується рух продукту у всіх ключових точках його життєвого циклу: процес утворення, перетворення, кінцеве споживання.

Під час опрацювання даних з енергетики та формування енергетичного балансу дуже важливою є тісна співпраця між фахівцями з енергетики різних міністерств та державних служб, застосування досвіду міжнародних напрацювань із заданої тематики. Кінцевою метою даної співпраці є формування найбільш повної та достовірної моделі енергетичного балансу країни.

Спеціальні статистичні обстеження є корисними в оцінюванні інтенсивності споживання енергії, у вивченні наслідків запровадження енергетичних програм, у відстеженні можливостей для покращення ефективності використання енергетичних ресурсів, а також у прийнятті управлінських рішень у сфері

Отже, вивчення проблеми отримання повних, достовірних та своєчасних даних щодо обсягів виробництва, імпорту/експорту та використання енергетичних матеріалів та продуктів перероблення нафти показало, що існує цілий ряд переваг у побудові енергетичного балансу.

4. 2. Аналіз світового ринку нафти і нафтопродуктів

Лідуючі позиції в групі паливно-енергетичних товарів займає нафта. Цей товар є в сучасних умовах унікальним видом енергетичних ресурсів, замінити який у масовому масштабі в найближчій перспективі не є можливим. Нафта і продукти її переробки з давніх часів і дотепер вважаються одними із найважливіших для задоволення потреб споживачів усіх країн практично у всіх сферах життєдіяльності людства.

Вважається, що нафту людство виявило ще у VII-IV тисячолітті до нашої ери. Населення збирало її з поверхонь родовищ і використовувало у своєму побуті. Проте, у промислових масштабах видобуток і переробка нафти були розпочаті у IX тисячолітті.

На теперішній час торгівля нафтою і нафтопродуктами є, з одного боку, прибутковим бізнесом внаслідок високого попиту, а, з іншого боку, - багатоаспектною проблемою. Існування останньої пов'язана з тим, що світовий видобуток нафти переважно здійснюється в країнах із невисоким або ж середнім рівнем економічного розвитку (Ближній і Середній Схід), а її переробка при високій інтенсивності споживання зосереджена в економічно розвинутих країнах. Причому потреба останніх у нафтопродуктах є настільки значною, що маючи власні родовища нафти, завжди виникає потреба в імпорті.

Нафтовидобувна промисловість у світовому господарстві розвивається в обмеженому числі країн унаслідок крайньої нерівномірності розміщення сировинної бази. Поклади нафти, придатні для промислової розробки, зосереджені лише в декількох районах земної кулі,

головним чином – у країнах Перської затоки (2/3 світових запасів), у північно-західних районах Росії, країнах Карибського басейну і у Західній Африці. Близько 77% запасів зосереджено в країнах ОПЕК, а частка цих країн у світовій торгівлі нафтою складає близько 65%. У той же час на світовому ринку нафти в останнє десятиліття підсилюється роль нових експортерів, що не входять в ОПЕК, – Мексики, Великобританії, Норвегії, АРС.

Розвідані запаси нафти у світі розподіляються в такий спосіб (%): Саудівська Аравія – 25,4; Ірак – 11; ОАЕ – 9,4; Кувейт – 9,3; Іран – 9,1; Венесуела – 6,8; Росія – 4,8; Китай – 2,4; США – 2,4. На країни ОЕСР припадає тільки 12% світових запасів нафти. Залежність цих країн від імпорту нафти, у тому числі із країн – членів ОПЕК, залишається дуже високою: на 99,7% у Японії; 95,8% у Франції; 95,4% у Німеччині; 39,4% у США.

Нестабільність у районі Перської затоки, де зосереджені значні запаси нафти, впливає на світові ціни і стимулює нагромадження запасів на випадок непередбачених ситуацій. Важливим фактором, що впливає на розвиток нафтової промисловості, є те, що залучення значних інвестицій пов'язане з визначеними труднощами. На ринок нафти істотно впливають і прийняті багатьма країнами заходи для охорони навколишнього середовища, що пов'язано з проблемою глобального потеплення клімату в результаті викиду в атмосферу газів, що створюють парниковий ефект.

На частку США припадає близько 1/4 світового споживання нафти, частка в загальносвітовому видобутку останнім часом істотно знизилася приблизно до 12%. Очікується, що світовий попит на нафту в найближчі роки буде збільшуватися в країнах, що розвиваються, і країнах азіатського регіону.

У світовій класифікації товарна група «Нафта і нафтопродукти» містить як безпосередньо сирину нафту, так і продукти її переробки. Останні в залежності від їх призначення, фізико-хімічних характеристик, ступеня очищення і наявності в них сірки, включають: моторне та енергетичне паливо, нафтові мастила, вуглецеві та в'язучі матеріали, нафтохімічну сировину, нафтопродукти спеціального призначення.

Приймаючи до уваги таку класифікацію нафтопродуктів, можна стверджувати, що нафта виконує функцію одного з найважливіших видів сировини для створення високоефективного палива та різноманітних хімічних матеріалів (зокрема, для виробництва синтетичних спиртів, каучуків і каучукоподібних матеріалів, синтетичних смол, медичних препаратів, консистентних змазок, мастил, синтетичних мийних засобів, добрив, інсектицидів, продуктів харчування, товарів текстильної і фармацевтичної промисловості тощо).

Таким чином, ринок нафтопродуктів (інакше – нафтовий ринок або ринок нафти) ринок відіграє ключову роль у забезпеченні соціально-економічного розвитку кожної країни та суспільного прогресу у світі загалом.

Основними складовими будь-якого типу ринку, включаючи нафтовий ринок, є пропозиція, попит та ціна.

Обсяги пропозиції і попиту у натуральному і грошовому виразі на світовому ринку нафти та нафтопродуктів вражають своєю масштабністю. За рівнями цих показників даний ринок займає перше місце у світі. Зокрема, середньорічний товарооборот на ринку нафти сягає майже 300 млрд. доларів.

У 2016 р. відбулося стрімке зростання попиту на нафту, задоволення якого було забезпечено країнами ОПЕК. Основний обсяг зростання був покритий Іраном, який після зняття міжнародного ембарго досить швидко повернувся до рівня, що мав місце до встановлення санкцій.

Аналіз динамічних змін за країнами світу показав, що у переважній більшості країн видобуток нафти зростав. Найбільший приріст мав місце у Іраку (+58%), США (+36,8%), Бразилії (+21,8%) і ОАЕ (+16,4%). При цьому скорочення обсягів видобутку відбувалося у Венесуелі (-15,3%), Китаї й Ірані (по -2,3%) та Кувейті (-0,8%).

Між тим найбільш інформативною та важливішою з точки зору визначення перспектив розвитку світового ринку нафти і нафтопродуктів є оцінка динамічних змін за

останні роки, що видно за ланцюговими темпами росту. Так, у 2015 р. відбувся найбільший приріст обсяг видобутку нафти, що забезпечено зростанням показника, перш за все, у таких країнах як Ірак (+12,7%), США (+7,4%), ОАЕ (+7%). У 2016 р. відбулося сповільнення приросту до 0,5%, але при цьому мало місце найбільше зростання у Іраку на 32,6%, Ірані на 15,9% при одночасному зменшенні обсягів у Китаї (-7,2%) та США (-5,7%).

У трійку лідерів світового ринку нафти входять Саудівська Аравія, Росія та США. Причому за розміром ринкової частки конкурентні позиції Саудівської Аравії і США поліпшуються, тоді як у Росії погіршуються. Оцінка рейтингу цих країн показує на те, що у 2015 р. абсолютне лідерство Росії було втрачено, тоді як Саудівська Аравія у 2015 р. вийшла на 1-ше місце на світовому ринку і у 2016 р. отримала першість. Водночас звернемо увагу на близькість ринкових часток Саудівської Аравії і Росії (близько 14%).

До групи країн із середньою конкурентною позицією можна віднести Ірак і Китай, ринкові частки яких становлять 5-6%, однак якщо Ірак стрімко нарощує свою ринкову частку після зняття ембарго, піднявшись у рейтингу за 4 роки з 7 на 4 позицію, то у Китаю повільно зменшується ринкова частка і водночас погіршується рейтингова позиція.

До групи країн із слабкою конкурентною позицією слід віднести ОАЕ, Кувейт, Венесуелу та Бразилію, ринкові частки яких становлять 3-4%. Однозначності у зміні ринкових позицій цих країн немає, оскільки рейтинги ОАЕ і Бразилії зростають, тоді як інших країн – погіршуються.

У сучасній торгівлі реалізація сирової нафти залежить від комплексу характеристик, які покладені в основу наукової її класифікації. Комплексну характеристику нафти надає її марка. Марки нафти характеризуються хімічним складом і місцем походження, що безпосередньо впливає на її вартість. Всього існує 3 марки нафти в світі, які прийнято вважати еталонними: британська північноморська нафта Brent; американська нафта WTI; близькосхідна нафта Middle East Crude.

Основні характеристики сучасного розвитку світового ринку нафтопродуктів:

- явища, які відбуваються на нафтовому ринку, є проявом загальних закономірностей розвитку ринкової економіки, а отже його розвиток є об'єктивним процесом, що залежить від стану ринкової кон'юнктури, що, в свою чергу, потребує постійного дослідження основних елементів ринку, які є спільними з елементами інших типів ринків;

- різний рівень соціально-економічного розвитку окремих країн світу обумовлює різну інтенсивність споживання нафти і нафтопродуктів;

- уповільнення темпів розвитку світової економіки і зниження рівнів споживання первинної енергії передбачають зниження загального приросту споживання нафти у світі;

- монопольний характер розвитку даного ринку, який сформувався внаслідок дії об'єктивних і суб'єктивних факторів, серед яких: неоднорідність розміщення нафтових родовищ, формування потужних світових організацій, які діють в інтересах нафтовиробників або світової спільноти загалом;

- загострення протиріч між основними гравцями ринку, що мають різні політичні, економічні та інші інтереси, і водночас висока сила дії на характер функціонування даного ринку комплексу різноманітних ризиків;

- світовий ринок не є монолітний, він розвивається фрагментарно у розрізі окремих регіонів світу;

- динамічний розвиток інновацій та нових технологій у сфері видобутку нетрадиційних видів енергоресурсів, зокрема технологій видобутку сланцевої нафти у США (т. зв. сланцева революція) та підвищення ролі альтернативних джерел енергії, призводить до зміни структури пропозиції енергоресурсів загалом, що позначається на обсягах і структурі попиту і пропозиції на нафтовому ринку;

- формування міжнародної політики протидії глобальній зміні клімату і реалізація урядами країн міжнародних зобов'язань у сфері низько вуглецевого розвитку, що зменшує споживання нафти і залежність країн від її поставок та т. ін.

Виходячи із трендів щодо цін, обсягів пропозиції і попиту, перспектив розвитку світової економіки можна стверджувати, що у найближчій перспективі місткість ринку нафти і нафтопродуктів буде продовжувати зростати. До того ж постійно зростає рівень автомобілізації населення, що передбачає зростання світової потреби в нафтовому паливі та нафтових мастилах.

Цінова політика по нафтовому ринку буде визначатися поведінкою основних гравців енергетичного ринку світу. Так, очікується, що країни ОПЕК будуть змушені у найближчі роки продовжувати утримувати ціни на нафту на низькому рівні задля того, щоб довести нерентабельність видобутку сланцевої нафти. Але у довгостроковому періоді експерти ОПЕК прогнозують зростання цін на нафту до 2040 р. до рівня 200 дол./барр., що пояснюють переходом галузі у новий інвестиційний цикл.

Важливим фактором майбутнього розвитку світового нафтового ринку його експерти називають також зростання популярності електромобілів, наслідком чого буде відмова від споживання бензину та інших нафтопродуктів, а відтак – закриття до 2035 р. близько ¼ нині працюючих у світі нафтопереробних заводів.

4. 3. Аналіз світового ринку газу

Кінець XX – початок XXI століття характеризуються стрімким розвитком світового газового ринку. Зростають не тільки кількісні параметри ринку – обсяги видобування і споживання природного газу, але змінюється і його внутрішня структура, формуються і розвиваються нові сегменти, змінюється технологічна і транспортна інфраструктура, простежуються зміни у географії регіонів видобування і споживання газу, формуються нові транспортні потоки.

Доведені світові запаси природного газу складають близько 144 трлн. м³, забезпеченість запасами складає близько 70 років. У перерахуванні на умовне паливо запаси газу наблизя до доведених запасів нафти, а нинішній видобуток газу складає менш 60% від нафтовидобутку.

Світові запаси природного газу за останні роки накопичувались більш високими темпами. Серед фахівців існує думка про більш широкий географічний розподіл запасів газу в порівнянні з нафтою. Основні запаси газу зосереджені в двох регіонах: на Близькому Сході – майже 72% доведених запасів. На США і Канаду приходить близько 4,5%, на західноєвропейські країни – ледве більш 3%.

Споживання природного газу є перспективним напрямком, оскільки при його згорянні не спостерігаються істотні негативні наслідки, а також має достатня ресурсна база.

Очікується зростання споживання газу в країнах ОЕСР для виробництва електроенергії, що пов'язано з підвищенням ККД газових турбін і відносно низькими витратами на будівництво таких електростанцій у порівнянні з вугільними станціями аналогічної потужності. У західноєвропейських країнах газ поставляється в основному з родовищ Північного моря, Нідерландів, Росії й Алжиру.

Торгівля зрідженим газом зосереджена в основному в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні (близько 75% світової торгівлі цією продукцією). Основним імпортером є Японія, зростання імпорту очікується в республіці Корея і на Тайваню.

Відзначається збільшення попиту на продукти переробки природного газу – етан, зріджені нафтові гази і важкі конденсати.

Товарно-транспортна структура світового ринку природного газу.

Особливістю природного газу є те, що він не може розглядатися як товар ізольовано, без жорсткої "прив'язки" до системи транспортування. Саме транспортна ланка у технологічному ланцюжку "видобування-транспортування-споживання" виступає ключовим елементом, який визначає товарну форму такого енергоносія, як природний газ.

Виділяємо три основних сегменти ринку природного газу:

- 1) стиснутий природний газ, що транспортується магістральними газопроводами;

- 2) скраплений природний газ, що транспортується суднами-газовозами (технологія LNG);
- 3) стиснутий природний газ, що транспортується суднами-газовозами (технологія CNG, Compressed Natural Gas).

Найбільшим за обсягами споживання сегментом ринку в даний час є ринок стиснутого природного газу, що постачається від родовищ до споживачів магістральними газопроводами. Найвищі темпи зростання цього сегменту припали на 70-80-ті роки минулого століття. В подальші роки відбувалося уповільнення темпів зростання і, починаючи з 2000 року, настає фаза стабілізації обсягів транспортування магістральними газопроводами в одних регіонах світу або незначне зростання в інших. Основною причиною таких процесів є вичерпання запасів газу великих родовищ і поступове падіння рівня завантаження діючих газопровідних систем. З іншого боку, триває процес відкриття та промислового освоєння нових родовищ та виникає необхідність спорудження нових магістральних газопроводів. Однак будівництво нових потужностей для транспортування газу та формування нових газотранспортних трубопровідних коридорів сьогодні стримується необхідністю залучення значних інвестиційних ресурсів, які часто є непосильними для окремих компаній чи навіть національних бюджетів окремих країн. Окрім того, приріст розвіданих запасів газу відбувається за рахунок віддалених і важкодоступних регіонів, що ще більшою мірою впливає на зростання витрат. Найбільш динамічним сегментом світового ринку природного газу є ринок LNG. Високі темпи зростання цього сегменту в даний час пояснюються наступними причинами: 1) швидкий розвиток технологій LNG;

- 2) найбільші споживачі природного газу – США, Японія, Південна Корея, Китай, Індія – роблять ставку саме на скраплений газ як найдешевше, екологічне і транспортабельне паливо;
- 3) недоліки трубопровідного транспорту, які проявляються у необхідності будівництва нових газопроводів після вичерпування запасів старих родовищ;
- 4) основні газові родовища Західного Сибіру, з яких постачається газ у Європу, вступили у стадію падіння видобутку.

Одним із найбільш динамічних сегментів газового ринку на сьогодні є ринок скрапленого природного газу (Liquefied Natural Gas, LNG). Якщо у 1970 році частка скрапленого природного газу складала лише 3% від обсягів світової торгівлі газом, то сьогодні вона становить вже 27%. За прогнозним сценарієм розвитку глобального газового ринку, наведеним у матеріалах 20-ї Світової газової конференції, споживання скрапленого газу на планеті зростатиме на 10% у рік, у той час як традиційного (трубопровідного) лише на 2,4%. У 2020 році частка LNG у світовій торгівлі газом склала близько 35%, а у 2030 році очікується – близько 60%, що відповідатиме 18-20% в загальних обсягах споживання природного газу на Земній кулі.

Високі темпи розвитку ринку скрапленого газу, стрімке зростання попиту на цей продукт привертають увагу багатьох дослідників. Адже цей відносно новий напрямок у газопостачанні ґрунтується на особливих, відмінних від традиційних технологіях. Формування нових транспортних каналів з використанням технологій LNG потребує залучення значних інвестицій з тривалим періодом окупності. Однак зростання попиту на природний газ і відповідний ріст цін на енергоносії роблять все більш привабливими такі проекти.

Розвиток ринку скрапленого природного газу потребує адекватного розвитку техніко-технологічної інфраструктури, основними елементами якої є термінали для скраплювання газу, судна-газовози та термінали для приймання і регазифікації.

На думку багатьох зарубіжних експертів, в недалекому майбутньому на світовому ринку газу буде домінувати саме скраплений природний газ. Такий прогноз обумовлений, з одного боку, підвищенням ефективності скраплювання природного газу і постійним зниженням собівартості технології скраплювання, а, з іншого боку, висока гнучкість каналів постачання LNG забезпечує високий рівень варіативності при обслуговуванні багатьох ринків. Технологія виробництва і транспортування скрапленого газу перетворює його у такий же мобільний енергоносій, яким є, наприклад, нафта. Можна стверджувати, що технології LNG є

новим, більш прогресивним кроком у розвитку паливної енергетики, і вже тепер скраплений природний газ стає важливою частиною глобального ринку газу.

Аналіз основних тенденцій еволюції і формування ринку скрапленого природного газу засвідчує, що з кожним роком все більше країн світу намагаються проникнути на цей ринок, орієнтуючись на власні економічні інтереси та цілі стратегічного розвитку. Завдяки таким процесам відбувається як зростання пропозиції, за рахунок нових країн із значними запасами природного газу та розвитку виробничих потужностей в країнах, що є учасниками даного сегменту, так і обсягів попиту, за рахунок зростання кількості країн-імпортерів та нарощування потужностей терміналів для приймання LNG.

4. 4. Світові ринки вугілля, електроенергії та інших енергоносіїв

Вугілля є найбільш розповсюдженим із усіх видів паливно-енергетичних ресурсів органічного походження. Його запаси перевищують сумарні запаси нафти і газу. Світові розвідані запаси складають понад 5 трлн. т, а вірогідні – близько 1,8 трлн. т, при сучасному рівні світового видобутку 4,5 млрд. т у рік забезпеченість запасами складає 440 років. Вугільні ресурси розвідані в 75 країнах світу, більш 96% запасів зосереджено в 10 країнах: США (445 млрд. т), Китаї (272 млрд. т), Росії (200 млрд. т), ПАР (130 млрд. т), Німеччині (100 млрд. т), Австралії (90 млрд. т), Великобританії (50 млрд. т), Канаді (50 млрд. т), Індії (29 млрд. т) і Польщі (25 млрд. т).

Основними галузями-споживачами вугілля є металургія та енергетика. На вироблення електроенергії витрачається близько 65% вугілля, що добувається. Використання вугілля в цій сфері стримується у зв'язку з утворенням значної кількості вуглекислого газу при його спалюванні, що сприяє утворенню парникового ефекту в атмосфері.

За оцінками експертів, частка вугілля в структурі світового паливно-енергетичного балансу становить близько 27%.

Незважаючи на значні обсяги розвіданих запасів, вугілля значно поступається природному газу та нафті за витратними й екологічними показниками його використання. Тому попит на цей вид сировини неухильно зменшується.

На сьогоднішній день середньорічний рівень видобутку вугілля становить близько 5,5 млрд. т.

Основними імпортерами вугілля є країни Західної Європи (близько 160 млн. т) та Азіатсько-Тихоокеанського регіону (понад 200 млн. т, у тому числі Японія – 130 млн. т, Південна Корея – близько 50 млн. т, Тайвань – близько 20 млн. т), а провідними експортерами є США, Австралія, Південна Африка (ПАР), Колумбія, Венесуела, Індонезія, Канада, Китай, Польща, Росія. Поставки з цих країн забезпечують понад 90% світових імпортних потреб.

Ринок вугілля традиційно вважається ринком покупця – пропозиція на ньому перевищує попит. Починаючи з середини 1990-х років, на світовому ринку вугілля ціна мала чітку виражену тенденцію до зниження, унаслідок загального здешевлення вартості енергоносіїв та зменшення ролі вугілля в енергобалансах провідних країн-енергоспоживачів. Загалом ціни на вугілля більш стабільні та менш підлеглі поточним кон'юнктурним коливанням ніж ціни на нафту.

Світові ціни на вугілля у 2002-2020 рр. залишалися на рівні 45 – 50 дол. США за тонну. Розвиток НТП і підвищення продуктивності праці у вугільній промисловості сприятиме зниженню витрат виробництва під час видобутку вугілля, проте вплив цього фактору на зміну цін на вугілля може бути зведений до мінімуму через подорожчання транспортних та інших витрат, пов'язаних частково із можливим подорожчанням нафти.

Провідну роль на світових ринках паливних ресурсів будуть відігравати екологічно чисті технології використання вугілля. У зв'язку з цим, враховуючи умови конкуренції на світовому ринку вугілля, потенційними експортерами можуть стати країни, які пропонують конкурентоспроможну за якістю та цінами продукцію.

За оцінками експертів, епоха вугілля минула. Однак найближчим часом його роль у світовому енергобалансі залишатиметься ще значною.

Ефективне функціонування ринку електроенергетики як складової енергетичної системи має важливе значення для економіки будь-якої країни. Кожна країна обирає власну модель організації даного ринку беручи до уваги історичні, соціально-політичні та економічні фактори.

Електрична енергія – один з найважливіших видів енергії. В останні два десятиліття на ринках електроенергії в усьому світі відбуваються радикальні зміни у бік лібералізації та реорганізації основ функціонування ринку. Галузь, в якій колись переважали контрольовані державою монополії, піддається масштабній приватизації і лібералізації. Нині практично в усіх країнах ЄС створено вільний ринок електроенергії, а всі споживачі мають право і можливість самостійно обирати постачальника.

Електроенергія як товар має свої специфічні властивості: потужність, час, режим споживання, якість, відстань, перетворюваність.

Є низка специфічних чинників, які впливають на формування і функціонування ринкових відносин в електроенергетиці:

1. Жорсткість зв'язку виробництва і споживання електроенергії. Ця особливість зумовлює безальтернативність транспортування електроенергії та зв'язок електропостачальника і споживача з територіальною системою електропостачання – лініями електропередач. Якщо для транспортування інших видів енергоресурсів можливе використання альтернативних видів транспорту, то для електроенергії це неможливе. Тому суб'єкти підприємницької діяльності в електроенергетиці, які володіють магістральними та міждержавними чи місцевими електричними мережами, є «природними» монополістами, діяльність повинна регулюватися державою. Ринки можуть формуватися і діяти в електроенергетиці лише в умовах нерозривності технологічного циклу виробництва, передачі, розподілу і використання електроенергії. Отже, необхідна єдина мережа електропередач, єдина система комерційного і технічного диспетчерування. Це вимагає дотримання певних правил, які зобов'язують будь-якого власника електромереж забезпечити рівноправне обслуговування будь-яких господарюючих суб'єктів і тим самим створити сприятливе конкурентне ринкове середовище. Оскільки виробництво і споживання електроенергії збігаються в часі, то таку продукцію не можна виробити і закупити наперед, наприклад, в очікуванні покращення кон'юнктури ринку, збільшення цін на енергію чи перебоїв в електропостачанні. Тому в електроенергетиці велика увага повинна приділятися питанням прогнозу попиту не тільки за величиною, але і за часом, оскільки завищення попиту призведе до заморожування великих інвестицій, а його заниження може бути пов'язане з великими збитками для енергопостачальних компаній через зниження надійності електропостачання.

2. Монопродукт. В асортименті продукції цієї галузі економіки здебільшого – енергія, надання окремих видів послуг, що обмежує можливості поповнення енергетичних підприємств обіговими коштами.

3. Товари-субститути. Своєрідність ринку електричної енергії визначається також тим, що у багатьох галузях споживчого використання електроенергія виступає як безпосередній конкурент теплової енергії, а також нафти.

4. Стандарт якості. Одним із факторів конкурентоспроможності є якість товарів та послуг, які пропонуються на ринку. Однак характерною особливістю електроенергії є те, що її якість (якщо вона відповідає певним стандартам) покращити неможливо. Це означає, що при збалансуванні попиту і пропозиції конкуренція виробників і постачальників енергії може відбуватися лише за рахунок цінних факторів, пропозиції її за нижчими цінами.

5. Обмеженість передачі електроенергії. Технічні та економічні можливості передачі енергії на великі відстані обмежені. Масова передача електроенергії на відстані понад 1000 км ставить перед електротехнікою серйозні економічні проблеми.

Якщо говорити про класичне визначення ринку як сфери товарного обігу, де виникають і реалізуються відносини купівлі-продажу та здійснюється конкретна господарська діяльність щодо просування товару (електроенергії) від їх виробників до споживачів, основними складовими механізму функціонування ринку електроенергії виступають попит,

пропозиція та ціна. Також важливим показником на ринку виступає попит на електроенергію. Він у свою чергу визначається такими факторами:

- економічною динамікою країни загалом і окремого регіону, про вивчення попиту якого йде мова;
- структурою електроспоживання, яка склалася в регіоні (співвідношення промислового і комунально-побутового споживання, частка енергоємних галузей виробництва);
- ефективністю і темпами електрифікації економіки і побуту;
- енергетичною ефективністю використання електричної енергії споживачами, підвищення якої не тільки надає економічні переваги, а й зменшує забруднення довкілля;
- впровадженням політики енергозбереження на рівні окремих регіонів;
- кліматичними особливостями регіону;
- різновидами та рівнями тарифів на електроенергію. У цілому енергетичний ринок є досить особливим.

Для вироблення електроенергії у світі щорічно споживається 15 млрд. т умовного палива, а обсяг виробленої електроенергії зростає. Сумарна потужність електростанцій всього світу наприкінці ХХ ст. перевищувала 2,8 млрд. кВт, а вироблення електроенергії вийшло на рівень 14 трлн. кВт/г на рік. Більше 3/5 усієї електроенергії виробляється в промислово розвинених країнах – США, Росії, Японії, Німеччині, Канаді, а також у Китаї. Найбільшими експортерами електроенергії в світі є Франція, Росія, Парагвай, Німеччина, Канада, Швейцарія, Україна.

Найбільше електроенергії на душу населення виробляють Норвегія (31,8 тис. кВт/г), Ісландія (28,6 тис. кВт/г), Канада (18,5 тис. кВт/г), Кувейт (16,7 тис. кВт/г), Швеція (16,4 тис. кВт/г), США (14,3 тис. кВт/г), Фінляндія (13,5 тис. кВт/г), Катар (10,9 тис. кВт/г), Австралія (10,5 тис. кВт/г), Нова Зеландія (9,3 тис. кВт/г).

Основним напрямом розвитку світової сучасної електроенергетики є створення потужних енергетичних об'єднань (ЕО), що охоплюють величезні території з десятками мільйонів мешканців. Створення могутніх ЕО супроводжується ускладненням структури генерувальних потужностей і схеми системоутворюючих електричних мереж, а також значним ускладненням систем диспетчерського і протиаварійного керування. Разом з тим, створення потужних ЕО забезпечує значний економічний ефект і підвищує надійність електропостачання споживачів. Основними чинниками, що забезпечують підвищення економічного ефекту при створенні потужних ЕО, є:

- зниження сумарної встановленої потужності, необхідної для покриття максимуму навантаження ЕО в цілому за рахунок поєднання графіків навантаження окремих електроенергетичних систем (ЕЕС), що входять до складу ЕО;
- зниження аварійного резерву потужності ЕО за рахунок взаємодопомоги паралельно працюючих ЕЕС;
- зниження ремонтного резерву потужності, що полегшує проведення капітальних ремонтів; укрупнення ЕС і збільшення одиначної потужності агрегатів, що дозволяє понизити вартість кіловата нової генерувальної потужності, підвищити продуктивність праці при будівництві і експлуатації ЕС завдяки переважному введенню на ТЕС високоекономічних енергоблоків великої потужності зі зменшеними питомими витратами палива; підвищення надійності електропостачання і якості електроенергії завдяки підтримці більш стабільних значень частоти і напруги;
- раціональне вирішення комплексних гідроенергетичних проблем на основі створення великих каскадів ГЕС, потужності і ресурси яких можуть бути використані при їх роботі у складі потужних ЕО, що забезпечує додаткову економію палива;
- зменшення труднощів, викликаних позаплановими відхиленнями балансів потужності і електроенергії окремих ЕЕС, через що можуть бути знижені резерви, призначені для компенсації позапланових відхилень.

Електроенергетична галузь в цілому і багато підприємств, які входять до її складу, є природними монополіями. Декілька особливостей, притаманних електроенергетичному виробництву (тісний режимний зв'язок паралельно працюючих електростанцій і електроустановок споживачів, неможливість складувати електроенергію, швидкість поширення на величезну територію перехідних аварійних процесів) на відміну від інших природних монополій (газопостачання, водопостачання) визначають необхідність існування жорсткої єдиної системи автоматичного і оперативного керування режимом ЕЕС. З метою обмеження негативних властивостей природних монополій, стримуючих розумне конкуренцію та захисту інтересів споживачів в більшості країн з розвинутою промисловістю і електроенергетичною галуззю діють регіональні або загальнодержавні (федеральні) регулювальні комісії, які погоджують тарифи на електроенергію. Контролюють взаємини між виробниками і постачальниками електроенергії, з одного боку, і її споживачами – з іншого.

Більшість підприємств електроенергетики знаходяться у власності держави у Франції (у руках муніципалітетів зосереджене всього 5 % розподільного бізнесу) і Португалії (в приватній власності – біля 5 % генерувальної потужності). Повністю приватизована електроенергетика Англії і Уельсу, Японії (у власності кінцевих споживачів зосереджено приблизно 15 % генерувальної потужності) і Бельгії (у власності муніципалітетів і кінцевих споживачів знаходиться по 5 % генерувальної потужності, у володінні муніципалітетів – приблизно 20 % розподільних мереж).

У США у приватній власності знаходиться більше 70 % генерувальної потужності (приблизно 30 % належать уряду, муніципалітетам і іншим організаціям) і більше 75 % розподільних мереж. Значного поширення володіння місцевої влади набуло в Австрії (100 % мереж і 85 % генерації), Канаді (основні мережі – 99 %, генерація і розподільні мережі – по 80 %) і Нідерландах (100 % мереж і 85 % генерації). У Норвегії державі належить близько 30 % генерувальних потужностей і 75 % основних мереж, у Швеції – 100 % основних мереж, половина генерувальних потужностей і розподільних мереж. Мета перетворень, які здійснюються в електроенергетичному секторі різних країн світу, є різною. Перш за все, вони визначаються станом електроенергетичної галузі на момент реформування, економічним станом країни, обсягами інвестицій в електропостачання. В результаті перетворень планується досягнення таких результатів: підвищення ефективності функціонування галузі; створення конкурентних відносин між виробниками і постачальниками електроенергії; зниження тарифів на електроенергію; створення сприятливих умов для промислових споживачів.

У всіх країнах великі споживачі можуть споруджувати власні станції, щоб повністю виключити або зменшити використання купленої електроенергії. Найефективніше в цих випадках використання промислових ТЕЦ, що працюють паралельно з ЕЕС. Національна енергетична політика зазвичай підтримує промислові ТЕЦ, вітрові, сонячні і інші енергоустановки, що використовують поновлювані енергоресурси. Так, наприклад, у Фінляндії на промислових енергоагрегатах виробляється майже третина всієї електроенергії. Законодавство США, стимулюючи створення промислових ТЕЦ і невеликих енергоустановок на поновлюваних енергоресурсах, зобов'язує енергокомпанії купувати електроенергію, вироблену на ТЕЦ і на таких енергоустановках.

Починаючи з 50-х років неухильно зростала частка атомної енергії в паливно-енергетичному балансі індустріально розвинутих країн. Своєрідним піком «атомного ентузіазму» стали 70-і роки, коли в багатьох країнах світу були прийняті грандіозні програми розвитку атомної енергетики. У середині 80-х років найбільшими продуцентами атомної енергетики у світі виступ США, Франція, СРСР, Великобританія, Канада, ФРН, Іспанія, Бельгія.

Але після ряду серйозних аварій на АЕС у США й особливо після Чорнобильської аварії ряд країн вирішили узагалі відмовитися від АЕС (Ірландія, Люксембург, Данія, Нова Зеландія, Австралія), інші країни вирішили ліквідувати вже побудовані атомні реактори (Швеція, Філіппіни, Австрія). Однак США, Франція, ФРН, Великобританія продовжують з різним успіхом тримати курс на розвиток атомної енергетики.

Ресурси сучасної паливної бази для ядерної енергетики визначаються вартістю видобутку урану при витратах, що не перевищують 130 доларів за 1 кг U3O8. Понад 28% ресурсів ядерної сировини приходить на США і Канаду, 23% – на Австралію, 14% – на ПАР, 7% – на Бразилію. В інших країнах запаси урану незначні. Ресурси торія (при витратах до 75 дол. за 1 кг) оцінюються приблизно в 630 тис. т, з яких майже половина знаходиться в Індії, а інша частина – в Австралії, Бразилії, Малайзії і США.

Велику роль у рішенні проблем споживання енергії відіграє Міжнародне агентство по атомній енергії (МАГАТЕ) – автономна міжурядова організація, що діє з 29 липня 1957 року. Вона входить у загальну систему Організації Об'єднаних Націй, однак не відноситься до числа її спеціалізованих установ, а пов'язана з ООН спеціальною угодою. Місцезнаходження – Відень. Призначення МАГАТЕ, відповідно до її Статуту, — «прямувати до досягнення більш швидкого і широкого використання атомної енергії для підтримки світу, здоров'я і добробуту в усьому світі». Недопущення поширення військового використання ядерної енергії являє собою найважливішу складову цієї відповідальної місії.

Іншим важливим напрямком діяльності МАГАТЕ є обмін і поширення інформації. В Агентстві створена унікальна Міжнародна система ядерної інформації (ІНІС), що відрізняється децентралізованістю як організації, так і експлуатації. Держави-члени самі відповідають за введення інформації в систему і за надання послуг зі спеціалізованого виведення інформації для користувачів усередині своїх країн.

За даними Інформаційної системи МАГАТЕ по енергетичних реакторах (ПРІС), на кінець 1994 року в 30 країнах експлуатувалося 432 АЕС загальною потужністю 340 ГВт. На них було вироблено тоді близько 17% загальносвітового виробництва електроенергії. І хоча темпи розвитку ядерної енергетики в останні роки в більшості країн сповільнилися, проте наприкінці 1994 року в 15 країнах споруджувалося 48 АЕС. На підході бум будівництва АЕС у ряді країн Азіатсько-Тихоокеанського регіону. Тільки в 1960 – 1990 роках частка електричної енергії енергоспоживання зростає майже вдвічі, досягнувши 30-відсоткової позначки. І ця тенденція зберігається. Більш того, вона, швидше за все, буде підсилюватися, оскільки дотепер два мільярди людей у світі не мають електрики у своїх будинках.

Ядерна енергія сьогодні, в принципі, є реальним, істотним і перспективним джерелом забезпечення потреб людства в довгостроковому плані. Адже частка гідроенергії складає близько 20%, а альтернативних джерел – не більш 0,5% світового виробництва електроенергії.

Зрозуміло, ядерна енергетика не безаварійна, не застрахована від технічних збоїв, пов'язана з відходами, що вимагають особливого поводження. Але ці реальні проблеми піддаються сучасним і надійним технічним рішенням, покликаним гарантувати максимальну безпеку.

Гідроенергетичний потенціал не відноситься, безперечно, до мінеральних ресурсів (корисних копалин). Однак він є тим природним дарунком, який можна поставити в один ряд із запасами палива.

Світовий економічний гідроенергетичний потенціал досягає 9,7 – 9,8 трлн. кВт/г (тобто та його частина, використання якої на даному етапі економічно виправдане) і використовується в даний час на 21%. Ступінь освоєння гідроенергетичного потенціалу особливо велика в Західній і Центральній Європі (70%), у Північній Америці і Росії вона нижче (відповідно 38 і 20%).

Контрольні запитання до теми 4

1. Дайте визначення «паливно-енергетична сировина».
2. Які є види первинної і відповідні їм види вторинної енергії?
3. Що таке «енергетичний баланс»?
4. Який товар є лідером в групі паливно-енергетичних товарів?
5. Назвіть основні характеристики сучасного розвитку світового ринку нафтопродуктів.
6. Охарактеризуйте основні сегменти ринку природного газу.
7. Які основні країни-імпортери вугілля?

8. Чинники, які впливають на формування і функціонування ринкових відносин в електроенергетиці.
9. Яка роль енергетичних об'єднань у розвитку світової електроенергетики?
10. Дайте характеристику діяльності МАГАТЕ.

ТЕМА 5
АНАЛІЗ РИНКУ СИРОВИННИХ ТОВАРІВ
Зміст теоретичної частини заняття:

5. 1. Поняття, особливості ринку сировинних товарів. Структура.
5. 2. Чинники впливу на формування ринку сировинних товарів.
5. 3. Міждержавне регулювання світових ринків сировини.

1. Поняття, особливості ринку сировинних товарів. Структура

Під сировиною, як правило, розуміють продукти видобувної промисловості і сільського господарства. Тому основними ринками сировинних товарів є: ринки продовольства, ринки сільськогосподарської сировини, ринки руд і металів, ринки палива.

Західними фахівцями пропонується ширше трактування сировини як комплексу, що об'єднує матеріали, які безпосередньо видобуваються з навколишнього середовища (нафта, руди, ліс тощо), та напівфабрикати, тобто матеріали, що були оброблені, але є непридатними до споживання як готові продукти. Вони, в свою чергу, слугують сировиною для виробництва готової продукції (метали, лісоматеріали, хімічна сировина, продукти первинної переробки сільськогосподарської продукції). Так, статистики ООН відносять до сировини продовольство, сировинні матеріали (шкіряна сировина; каучук, включаючи штучний; лісопродукти, включаючи целюлозу і папір; текстильні волокна та ін.), руди та інші мінерали, включаючи природні добрива, паливні матеріали та кольорові метали. Проте чорні метали та продукти хімії, пряжа, тканини належать за цією схемою до готових виробів.

Таким чином, чіткої класифікації сировинних товарів у міжнародній торгівлі не існує. Тому найчастіше поняття «сировинні товари» об'єднує як саму сировину, так і товари (продукцію) первинної переробки.

У міжнародній практиці до сільськогосподарської сировини належить продукція рослинництва, продукти тваринництва, рибальства, сировина для харчової промисловості.

Промислова сировина поділяється на сировину мінерального походження (нафта, вугілля, руди, сіль, нерудні копалини) та сировину, що отримується штучним шляхом (штучні волокна, штучний каучук, пластмаси тощо). У світовому споживанні сировини питома вага паливно-сировинних товарів оцінюється експертами на рівні 75–80% (за вартістю).

До товарів первинної переробки належить продукція переробної промисловості (хімічної, харчової, збагачувальної тощо), яка є результатом першої стадії обробки сировини. Ця продукція, в свою чергу, є сировиною для подальшого виробництва.

У міжнародній торгівлі поширений поділ сировинних товарів залежно від методів торгівлі:

- на біржові (зернові, цукор, кава, бавовна, натуральний каучук, джут, натуральний шовк, вовна, кольорові метали та ін.);
- та небіржові (вугілля, природний газ, нафта, руди чорних і кольорових металів, чорні метали, лісові, целюлозно-паперові та інші товари).

Угоди по товарах першої групи укладаються на відповідних спеціалізованих міжнародних товарних біржах, а товари другої групи продаються і купуються за довгостроковими та короткостроковими контрактами.

Ринок сировинних товарів характеризується рядом *особливостей*:

- попит та пропозиція на сировинні товари залежить від кліматичних умов, природних запасів, політико-економічних криз, особливо в найважливіших сировинних регіонах. Тому в цілому міжнародна торгівля сировинними товарами характеризується нестабільністю ринку;

- спостерігається довгострокове перевищення пропозиції сировинних товарів над попитом. Це призводить у ряді випадків до сировинної кризи в країнах, що розвиваються, з вузькою сировинною спеціалізацією, оскільки експорт сировинних ресурсів забезпечує їм від 50 до 100% експортних доходів;

- партнери прагнуть встановити досить тривалі відносини на основі довгострокових міжнародних контрактів, в яких експортеру забезпечується стабільний збут, а імпортеру - гарантоване регулярне постачання. На довгострокові контракти припадає близько 30% світового сировинного експорту, при цьому на природний газ - 100%, мідні, олов'яні, свинцево-цинкові концентрати - 90%, кам'яне вугілля 75%, залізну руду - 60%, марганцеву руду - 30%;

- купівля-продаж сировинних товарів тісно пов'язана з постачанням інших видів товарів, є частиною комерційних операцій, складних видів зовнішньоекономічного співробітництва (техніко-економічного, науково-технічного), великомасштабних угод на компенсаційній основі;

- знижуються темпи зростання експорту сировинних товарів при абсолютному збільшенні розмірів торгівлі даної товарної групи;

- темпи зростання торгівлі паливом і сировиною мінерального походження випереджають темпи зростання торгівлі продовольством і сільськогосподарською сировиною;

- зростає торгівля "напівфабрикатами, виготовленими на основі мінеральної і рослинної сировини, а також сировиною глибокої обробки/переробки і спеціально підготовленими матеріалами підвищеної якості;

- підвищуються вимоги імпортерів до екологічної безпеки товарів, що поставляються;

- високий ступінь монополізації. Найбільші торговельні і промислові компанії прагнуть встановлювати монопольно-високі ціни на сировинних ринках. При цьому внутрішньо корпоративні постачання сировини ведуться за зниженими трансфертними цінами;

- зростає державне втручання у визначення обсягів, напрямків, форм і методів торгівлі сировинними і продовольчими товарами.

В останні десятиріччя спостерігається тенденція до зниження темпів зростання експорту сировинних товарів, хоча абсолютні розміри торгівлі цією групою товарів збільшуються. Різке, порівняно з минулими десятиліттями, зменшення питомої ваги сировинних товарів у світовому експорті відбувається внаслідок інтенсивного зростання експорту інших груп товарів. Однак і за цієї тенденції експорт сировинних товарів на сьогодні становить майже 20% світового експорту, а з урахуванням торгівлі напівфабрикатами – чорними і кольоровими металами та хімічними товарами – приблизно 40%.

На світовому ринку сировинних товарів за даними Світового банку, до країн, для яких експорт цих товарів є пріоритетним (понад 50% загального обсягу експорту товарів і послуг), відносяться: Албанія, Болівія, Ботсвана, Бурунді, В'єтнам, Гайана, Гана, Гваделупа, Гвінея, Гондурас, Гренландія, Заїр, Замбія, Ісландія, Куба, Ліберія, Мавританія, Мадагаскар, Малі, Монголія, Намібія, Нігер, Нікарагуа, Нова Зеландія, Перу, Руанда, Самоа (США), Свазіленд, Сомалі, Судан, Танзанія, Того, Уганда, Чад, Чилі, Екваторіальна Гвінея.

Важливою тенденцією на ринку сировинних товарів є також підвищення вимог імпортерів до екологічної безпеки товарів, що поставляються. Характерною рисою світового ринку сировини є сильні позиції транснаціональних корпорацій. Особливо це стосується торгівлі чаєм, кавою, какао, бавовною, тютюном, міддю, залізною рудою, лісовою сировиною.

Особливістю розвитку світового експорту сировинних товарів є також нижчі темпи зростання торгівлі продовольством і сільськогосподарською сировиною порівняно з торгівлею паливом і сировиною мінерального походження. Якщо в 60–70-і роки питома вага продовольства у світовому експорті становила приблизно 20%, то на сьогодні вона скоротилась до 10%, а сільгоспсировини – з 10 до 3%. При цьому питома вага мінеральної сировини та палива залишається майже незмінною – на рівні 12–14%. Скорочення експорту продовольства зумовлене підвищенням рівня самозабезпеченості країн, що імпортують продовольчу сировину та продукти харчування, внаслідок реалізації національних програм модернізації сільського господарства та розвитку власної харчової промисловості, а також

застосування окремими країнами та інтеграційними угрупованнями протекціоністських заходів щодо сировинного експорту країн, що розвиваються.

Суттєвою особливістю ринку сировинних товарів є високий ступінь його урегульованості, наявністю великої кількості виробників і високим рівнем конкуренції. Серед інструментів регулювання світових ринків сировини слід виокремити створення асоціацій експортерів та укладання міжнародних товарних угод.

5. 2. Чинники впливу на формування ринку сировинних товарів

У торгівлі кожним із сировинних товарів можна виокремити специфічні особливості та тенденції, чинники, що впливають на динаміку, структуру, темпи торгівлі та формують коротко- і довгострокову кон'юнктуру товарного ринку. Разом з тим слід зазначити загальні для сировинних товарів особливості та тенденції розвитку світової торгівлі.

В цілому міжнародна торгівля сировинними товарами характеризується нестабільністю ринку, його залежністю від сукупності різноспрямованих чинників, які можна поділити на дві групи: постійно діючі і тимчасові.

До постійно діючих можна віднести:

- науково-технічний прогрес у видобуванні, переробці, збереженні та транспортуванні;
- відносно нечутливий до цін попит на основні товарні групи сировини;
- циклічність ділової активності, що зумовлює зміну кількісних показників попиту;
- сезонність отримання та споживання, особливо сільськогосподарської продукції;
- коливання цін, спричинене змінами в попиті та пропозиції;
- достатньо високий рівень регулювання світових ринків сировини.

Такі чинники, як стихійні лиха, соціальні конфлікти, політичні зіткнення, спалахи спекуляцій (споживачів і виробників) є тимчасовими, але вони справляють великий вплив на кон'юнктуру світових сировинних ринків. Крім того, по групі сировинних товарів на світовому ринку спостерігається довготермінове перевищення пропозиції над попитом, що призводить до так званої сировинної кризи для країн, що розвиваються, і особливо тих із них, що мають вузьку сировинну спеціалізацію. Для цих країн торгівля сировинними товарами має вирішальне значення, оскільки експорт паливно-сировинних ресурсів, продовольства і напівфабрикатів забезпечує їм від 50 до 100% експортних доходів. В останні десятиріччя спостерігається тенденція до зниження частки країн, що розвиваються, в світовому експорті продовольства та сільськогосподарської сировини при збереженні позицій в експорті мінеральної сировини і товарів паливно-енергетичної групи. За оцінками фахівців, країни, що розвиваються, забезпечують 40–50% експорту продовольства, сировини та палива, а також 15–20% світового експорту напівфабрикатів. Причому експорт напівфабрикатів з таких країн має стійку тенденцію як до кількісного збільшення, так і до розширення номенклатури.

На місткість світового ринку сировини впливають дві протилежні тенденції:

- зниження матеріале- та енергомісткості у виробництві, що зменшує місткість ринку;
- процес створення національної промисловості в більшості країн, що розвиваються, який збільшує місткість ринку.

Крім об'єктивної тенденції до скорочення частки матеріальних ресурсів у суспільному виробництві, в останні десятиріччя в більшості промислово розвинутих країн здійснювались спеціальні національні програми, спрямовані на цільове скорочення споживання електроенергії та матеріалів.

За сучасної структури економіки та макроумов на світовому ринку ефективніше інвестувати капітали в економію ресурсів, ніж в організацію пошуку та видобування нових корисних копалин. Фахівці передбачають збереження тенденції до зниження матеріале- та енергомісткості виробництва в майбутньому. Разом з тим на збільшення потреб у сировині та

паливі в майбутньому впливатиме процес реструктуризації та створення національних виробництв у більшості країн, що розвиваються, а також модернізації сільського господарства. Це неминуче призведе до значного збільшення споживання сировини та палива, насамперед у таких галузях, як нафтохімія, хімія, чорна та кольорова металургія та ін.

Тенденція до зростання торгівлі напівфабрикатами, виготовленими на основі мінеральної та рослинної сировини, а також сировиною глибокої обробки/переробки та спеціально підготовленими матеріалами підвищеної якості є віддзеркаленням як процесів спеціалізації у світовій промисловості, так і сучасних напрямів техніко-технологічного та організаційного розвитку виробництва. Крім того, в торгівлі сировиною підвищеного ступеня готовності зацікавлені і експортери, і імпортери: експортери – внаслідок більшої результативності експортної операції за рахунок реалізації товару із значною часткою доданої вартості, а імпортери – через можливість економії на транспортних витратах і витрата на утилізацію відходів виробництва. За оцінками експортерів, у сучасній світовій торгівлі паливом та сировиною питома вага на півфабрикатів і продукції глибокої переробки сягає 50%.

Важливою тенденцією на ринку сировинних товарів є також підвищення вимог імпортерів до екологічної безпеки товарів, що поставляються. Це – відтворення як вимог кінцевих споживачів продукції, так і конкуренції серед експортерів. Саме з цієї причини в торговельному обороті збільшується частка нафти і нафтопродуктів зі зниженим вмістом сірки, бензину без тетраетилсвинцю, композит-керамічних матеріалів, що замінюють асбоцемент, безпечних видів пластмас тощо.

Характерною рисою світового ринку сировини є сильні позиції транснаціональних корпорацій. Особливо це стосується торгівлі чаєм, кавою, какао, бавовною, тютюном, міддю, залізною рудою, бокситами, лісовою сировиною. За статистикою, ТНК контролюють 80–90% торгівлі цими товарами, що дає їм можливість широко застосовувати обмежувальну ділову практику як стосовно виробників сировини, так і конкурентів і споживачів.

Особливістю розвитку світового експорту сировинних товарів є також нижчі темпи зростання торгівлі продовольством і сільськогосподарською сировиною порівняно з торгівлею паливом і сировиною мінерального походження. Якщо в 60–70-ті роки питома вага продовольства у світовому експорті становила приблизно 20%, то на сьогодні вона скоротилась до 10%, а сільгоспсировини – з 10 до 3%. При цьому питома вага мінеральної сировини та палива залишається майже незмінною – на рівні 12-14%.

Скорочення експорту продовольства зумовлено підвищенням рівня самозабезпеченості країн, що імпортують продовольчу сировину та продукти харчування, внаслідок реалізації національних програм модернізації сільського господарства та розвитку власної харчової промисловості, а також застосування окремими країнами та інтеграційними угрупованнями протекціоністських заходів щодо сировинного експорту країн, що розвиваються.

У торгівлі сировинними товарами існує і цінова проблема: ціни на сировинні товари характеризуються значними коливаннями, які не завжди можна передбачити. Світові ціни можуть стимулювати або стримувати виробництво та експорт окремих сировинних товарів і розвиток міжнародної торгівлі сировиною в цілому, впливати на співвідношення між сировинними галузями, на розвиток національних економік. Від коливання цін на сировину значною мірою залежить економічний стан експортуючих цю сировину країн.

Суттєвою особливістю ринку сировинних товарів є високий ступінь його регульованості, що об'єктивно зумовлено нестабільністю ринку, наявністю великої кількості виробників і високим рівнем конкуренції. Серед інструментів регулювання світових ринків сировини слід виокремити створення асоціацій експортерів та укладання міжнародних товарних угод.

Перші міждержавні сировинні асоціації як форми впливу на товарні ринки з'явилися в 20-х роках ХХ сторіччя. Їх головна мета полягала у регулюванні обсягів виробництва (недопущенні перевиробництва) певних видів сировини, а також стимулюванні процесу

монополізації сировинних галузей, в яких ще збереглась значна кількість недостатньо крупних конкуруючих між собою виробників.

Якісно інший зміст мали асоціації експортерів сировини, що виникли в 60-ті роки ХХ ст. Їх поява значною мірою пояснювалась політичними чинниками: розпад колоніальної системи, зміцнення політичної незалежності країн, що розвиваються, утвердження їх суверенітету над природними ресурсами, націоналізація іноземної власності тощо. Економічними мотивами створення міждержавних сировинних асоціацій є: поява значної кількості незалежних постачальників і посилення їх позицій на світових ринках; концентрація експортного потенціалу з багатьох видів сировини в незначній кількості країн; низька короткострокова цінова еластичність попиту на сировинні товари в поєднанні з низькою ціною еластичністю пропозиції за межами асоціації, при якій підвищення цін не призводить до швидкого зростання виробництва даного або альтернативного типу сировини в країнах, що не є членами відповідної асоціації.

Розквіт діяльності асоціацій країн-експортерів певного типу сировини припадає на 60–80-ті роки ХХ ст., коли їх кількість досягала 30. Інструментами діяльності таких асоціацій стали встановлення квот на виробництво та експорт сировини, домовленості щодо обмеження амплітуди цінових коливань (встановлення коридору цін) тощо. Але, за оцінками фахівців, реальний вплив асоціацій на конкретні товарні ринки та ефективність цих дій були незначними. Тому більшість асоціацій припинила свою діяльність. Найуспішніше діє Організація країн – експортерів нафти (ОПЕК), яка створена в 1960 р. та об'єднує 13 країн, що розвиваються. Країни – члени ОПЕК досягли значного збільшення доходів від торгівлі нафтою за рахунок спільного підвищення експортних цін, а також зміцнення позицій національного капіталу в добуванні та переробці нафти країн – членів організації.

5. 3. Міждержавне регулювання світових ринків сировини

На сьогоднішній день існує багато міжнародних міжурядових організацій торгівлі, що сприяють, розвитку торгівлі:

- Світова організація торгівлі (СОТ);
- Міжнародний торговий центр ЮНКТАД/ СОТ (МТЦ);
- Організація економічного співробітництва і розвитку (ОЕСР);
- Конференція ООН з торгівлі і розвитку (ЮНКТАД);
- Європейська економічна комісія ООН (ЄЕК ООН);
- Комісія ООН з міжнародного торговельного права;
- Азіатсько-Тихоокеанська економічна і соціальна комісія ООН;
- Світова митна організація (СМО);
- Всесвітній банк;
- Міжнародний валютний фонд та ін.

Торгівля окремими видами товарів на світовому ринку координується спеціалізованими міжнародними організаціями. Так, на ринку продовольства помітну роль відіграє Продовольча і сільськогосподарська організація (ФАО), що є спеціалізованою установою ООН (заснована в 1945 р.). Її основними цілями є: підвищення якості харчування і життя; вдосконалення виробництва і розподілу продовольства й іншої сільськогосподарської продукції; поліпшення умов життя сільського населення; внесок у розвиток світової економіки. До інших міжнародних організацій, що займаються регулюванням того чи іншого ринку продовольства, відносяться:

- Міжнародна рада по зерну (МРЗ);
- Міжнародна організація з цукру (створена в 1968 р., зі штаб-квартирою в Лондоні);
- Асоціація країн-продуцентів кави (регулювання ринку кави здійснюється також на підставі міжнародних угод з кави, остання укладена в 1994 р.);

Регулюванню світового ринку вовни сприяє діяльність Міжнародного секретаріату з вовни.

Координацію дій країн-експортерів міді на світовому ринку здійснює Міжурядова рада країн-експортерів міді (СШЕК); регулювання ринку бокситів - Міжнародна асоціація бокситодобувних країн (ІБА); ринку олова - Асоціація країн-виробників та ін.

На ринку палива особливе місце посідає Організація країн-експортерів нафти (ОПЕК), яка утворена в 1960 р. Вона координує й уніфікує нафтову політику держав-членів і визначає засоби захисту їх інтересів; проводить роботу зі стабілізації цін на світових нафтових ринках; сприяє стійким доходам країн-виробників нафти і регулярному постачанню нафтою країн-споживачів; займається питаннями охорони навколишнього середовища.

Щоб стабілізувати розвиток міжнародної торгівлі сировиною, країни укладають різні **міжнародні угоди**:

- стабілізаційні угоди, що призначені для забезпечення стабілізації і рівноваги попиту та пропозиції. Ними передбачаються квоти на обсяг сировини. Вони укладаються стосовно міді, олова, цинку, нікелю, алюмінію, кави, какао, каучуку;

- адміністративно-товарні угоди, що призначені для статистичного аналізу сировинних ринків і вироблення рекомендацій з ведення торгівлі окремими видами товарів, наприклад, цукром, пшеницею й іншими зерновими;

- міжнародні товарні угоди щодо заходів розвитку, котрі призначені для створення і розвитку експортоорієнтованих виробництв сировини. Вони укладаються, наприклад, щодо джуту, деревини коштовних порід, рослинної, зокрема маслинової олії та ін.

Важливою формою міждержавного регулювання світових ринків сировини є **міжнародні товарні угоди** – багатосторонні міжурядові угоди між експортерами та імпортерами сировинного товару, що укладаються з метою розвитку міждержавної торгівлі цим товаром, запобігання виникненню надлишку або дефіциту товару, регулювання і вдосконалення виробництва та збуту товару, попередження надмірних коливань світових цін на товар.

Виокремлюють три типи міжнародних товарних угод, хоча на практиці в межах однієї угоди можуть міститися ключові особливості кожного з типів угод:

- угоди на основі обмеження амплітуди цінових коливань (аналог багатостороннього контракту, що передбачає укладання звичайних комерційних угод, але з тією особливістю, що експортери беруть зобов'язання поставити, а імпортери – придбати заздалегідь узгоджену кількість товару за ринковою ціною в межах встановленого максимуму та мінімуму);

- угоди на основі експортно-імпортних квот (домовленості, що ґрунтуються на введенні експортного контролю шляхом встановлення квот країн-постачальників, які переглядаються залежно від коливань ринкових цін, але в попередньо обумовлених межах);

- угоди на основі буферних запасів (передбачають створення стабілізаційних (буферних) запасів сировини та допускають коливання світових цін на товар тільки в заздалегідь узгоджених межах). У разі виходу світової ціни за ці межі учасники угоди для підвищення світової ціни починають закупівлю товару в так званий буферний запас угоди або продаж товару з цього запасу для зниження світової ціни. При цьому запаси поділяються на національні – квазіміжнародні (знаходяться в країнах-експортерах і контролюються ними, але розподіляються згідно з міжнародними домовленостями) та міжнародні, або буферні (знаходяться в розпорядженні міжнародних організацій та ними розподіляються).

Адміністративними органами регулювання міжнародної товарної угоди є Міжнародна рада, Виконавчий комітет, Виконавчий директор. Усі товарні угоди передбачають систему консультацій, юридичну процедуру розгляду суперечок, а також санкції.

Сировинні товари на світовому ринку можуть також реалізуватися за довгостроковими комерційними контрактами, за короткостроковими контрактами, через міжнародні товарні біржі та аукціони, а також у межах реалізації угод між імпортером і переможцем міжнародного тендеру (при проведенні тендерів, наприклад, на геологорозвідувальні роботи).

За оцінкою фахівців, на довгострокові контракти припадає не менше 30% світового сировинного експорту, зокрема по природному газу – 100%; мідних, олов'яних та свинцево-цинкових концентратах – 90%; кам'яному вугіллю – 75%; залізній руді – 60%, марганцевій руді – 30%, глинозему – 20%, нафті – 10%. При цьому 80–90% вартості всіх операцій за довгостроковими комерційними контрактами припадає на основні чотири товари: нафту, природний газ, кам'яне вугілля та залізну руду. Найширше довгострокові контракти застосовують індустріальне розвинуті країни.

Контрольні запитання до теми 5

1. Що відноситься до «сировинних товарів»?
2. Назвіть основні особливості ринку сировинних товарів.
3. Охарактеризуйте чинники впливу на формування ринку сировинних товарів.
4. Проаналізуйте основні тенденції які впливають на світовий ринок сировини.
5. Яка міждержавна асоціація є найуспішнішою на ринку сировини?
6. Назвіть основні міжнародні організації торгівлі.
7. Які є види міжнародних угод?
8. Дайте визначення «міжнародні товарні угоди».
9. Які є типи міжнародних товарних угод?

ТЕМА 6 АНАЛІЗ СВІТОВОГО РИНКУ ПРОДОВОЛЬЧИХ ТОВАРІВ

Зміст теоретичної частини заняття:

6. 1. Загальна характеристика світового ринку продовольчих товарів.
6. 2. Класифікація продовольчих ринків.
6. 3. Аналіз проблем світового ринку продовольчих товарів.
6. 4. Основні тенденції розвитку світового ринку продовольчих товарів.

6. 1. Загальна характеристика світового ринку продовольчих товарів

Зростання кількості світового населення, зміна шаблонів харчового раціону, активне проникнення новітніх технологій як у процес виробництва, так і у процес розподілу створюють передумови для значних якісних та кількісних змін на світовому ринку продовольчих товарів.

Кон'юнктура світового ринку продовольчими товарами залежить від ряду факторів національного та міжнародного характеру. Нерівномірність розвитку та особливості міжнародного поділу праці у виробництві продовольства історично зумовлені:

- 1) розбіжностями географічного положення території країн, їх агроресурсним потенціалом;
- 2) кількістю населення;
- 3) кваліфікацією трудових ресурсів;
- 4) соціально-економічними факторами виробництва та торгівлі продовольчими товарами.

Необхідно відзначити, що нинішня кон'юнктура глобального ринку продовольства передусім характеризується зміною співвідношення світового попиту і пропозиції, ціновими коливаннями, а також динамічним зростанням торгівлі продовольством з урахуванням потреб населення і його доходів у різних частинах світу.

Досліджуючи тенденції розвитку світового ринку продовольчих товарів, доцільно виокремити як загальносвітові тенденції, так і регіональні особливості розвитку світового ринку продуктів харчування та напоїв. Слід відзначити, що міжнародна торгівля продовольчими товарами є однією з найстаріших форм міжнародної торгівлі, з часом вона зазнала значних як структурних, так і змістовних змін. У світі немає жодної країни, яка б у тій чи іншій формі (як експортер, імпортер або посередник) не брала участі у міжнародному обміні сільськогосподарськими товарами або продуктами харчування та напоями. Світове виробництво зростає, проте рівень зростання, а також моделі розвитку сільського господарства дуже відрізняються у всьому світі. Окрім природних обмежень, ці відмінності відображають різні економічні та структурні реформи, а також маркетингові стратегії компаній, що мають вирішальне значення для збереження диверсифікованих сільськогосподарських ландшафтів у всьому світі. У 2016 році загальні обсяги продажів продуктів харчування та напоїв по всьому світі становили приблизно 1585 млрд. дол. США, при цьому на такі регіони, як Азія, Латинська Америка, Африка та Середній Схід, припадало понад 57% від цього обсягу. За попередніми оцінками, в 2017 році цей показник уже становив 1617 млрд. дол., а в 2021 році він досяг рівня 1788 млрд. дол. США. Азійсько-Тихоокеанський регіон є найбільш динамічно зростаючим ринком продуктів харчування та напоїв, що насамперед зумовлено швидкими темпами зростання населення, вищим рівнем та більшою широтою розподілу доходів, поширенням культури споживання їжі за межами дому. Серед країн регіону виокремлюється Індія, яка за прогнозованими темпами приросту випереджає Пакистан, Індонезію та Китай. Економічна експансія, зростання доходів та швидке збільшення кількості представників середнього класу у суспільстві призвели до зростання витрат на продукти харчування в цій країні в останні п'ять років. Також такі зміни значно вплинули на прискорення переходу до вживання запакованих продуктів, зростання мереж фаст-фудів, а

також зростання інтересу до натуральних здорових продуктів та збільшення кількості роздрібних торговців, які пропонують такі продукти для споживачів. Ще однією тенденцією на світовому ринку продуктів харчування є так званий процес преміумізації – створення та поширення продуктів преміальної якості. Зростання виробництва таких товарів ми пов'язуємо зі збільшенням представників середнього класу та заможних покупців серед представників молоді, особливо сімей із дітьми, які надають перевагу відомим світовим брендам.

Найпривабливішим сегментом ринку продуктів харчування в Азійсько-Тихоокеанському регіоні є молочна продукція, на Середньому Сході та у Північній Африці – жири та олії, як і в Австралійсько-Азійському регіоні. Напої ж виступають тією групою товарів, на яку очікує зростання попиту в усіх без винятку регіонах світу. Характеризуючи домінантні тенденції в споживацьких уподобаннях, слід відзначити безпрецедентний перехід від сільського до міського життя, тобто подальшу активну урбанізацію.

Зростаюча кількість споживачів середнього класу із зростанням доходу, особливо на ринках, що розвиваються, таких як Китай, створює свою специфіку в тенденціях споживання, стимулюючи подальшу преміумізацію, тобто стимулюючи попит на високоякісну упаковану їжу, яка включає органічні продукти та продукти локального виробництва. Можна стверджувати, що підвищення обізнаності щодо здоров'я є не новою тенденцією, проте вона продовжує чинити значний вплив на світовий ринок через зміщення сьогodнішніх споживчих уподобань до продуктів із високою харчовою цінністю і, як результат, проявляється у споживанні більш здорових варіантів, таких як харчові продукти зі зниженим вмістом жиру. Споживання продуктів харчування продовжує зростати, оскільки збільшується асортимент продуктів та послуг у категорії товарів «продукти харчування та напої» у всіх роздрібних каналах. Магазини та торгові центри вже зараз конкурують безпосередньо з традиційними магазинами продуктів харчування, забезпечуючи широкий спектр товарів та доставку замовлень додому. В країнах із більш низьким рівнем доходів популярними продовжують бути вуличні кіоски та стенди, що пропонують дешевшу альтернативу інвестуванню в магазин, кафе або бар, з сучасним обладнанням, що покращує якість та асортимент товарів, які вони вже зараз можуть запропонувати. Крім того, споживачі шукають елементи доданої вартості, які впливають не тільки на те, що вони купують, але і також на те, як та в кого вони це купують. Електронна комерція вже змінила торговий ландшафт, відібравши певну частку ринку в стандартних офлайн-форм роздрібної торгівлі. Завдяки передовим технологіям, що змінюють взаємодію роздрібних торговців E-commerce зі своїми клієнтами (наприклад, алгоритми штучного інтелекту, що допомагають здійснювати пошук продуктів, можливості віртуальної реальності (VR) та доповненої реальності (AR), які пропонують споживачам продукти, що захоплюють) очікується, що ця тенденція буде продовжувати своє динамічне зростання на більшості регіональних ринків. Якість вважається найважливішим фактором у рішенні про закупівлю, трохи більше, ніж ціна, і значно більше, ніж усі інші аспекти. Єдиними секторами, для яких ціна вважається більш важливою, ніж якість, виступають такі продуктові категорії, як «Молочна продукція», «Жири та олії» та «М'ясо та птиця».

Згідно з даними опитування, проведеного компанією Euromonitor на початку 2020 року, основні елементи якості, ціни, бренду та упаковки все ще є провідними рішеннями щодо придбання продуктів харчування. Якість для споживачів важливіша за ціну, а торгова марка має більшу вагу за упаковку у всіх регіонах світу, крім Африки на південь від Сахари. На розвинутих ринках Європи, Північної Америки та Австралії очікується, що вдосконалення етичної практики та екологічних тем набудатиме все більшого значення. Споживачі почали оцінювати етичні показники брендів, політику пошуку та стійкого розвитку за допомогою дедалі ефективнішого, більш значущого впливу відповідних груп впливу. Ключовими компонентами етичної позиції є екологічна свідомість протягом усього виробничого процесу щодо добробуту людей і тварин, використання та стійкість ресурсів і вплив транспорту до переробки, виробничих ресурсів і продуктивність та можливість переробки. На всіх ринках служби доставки, що стимулюються зростанням використання мобільних додатків, отримують усе більшу частку продажів продуктів харчування, оскільки багато споживачів зараз

вибирають швидко доставку високоякісних товарів додому. Ця тенденція стосується не лише молодих споживачів, на зрілих ринках вона спостерігається у всіх вікових категоріях. На висококонкурентному ринку виробники прагнуть забезпечити споживачів привабливим, високоякісним продуктом з однаково високими стандартами по всьому світі. Зміни на ринку нині насамперед зумовлені переформатуванням тенденцій споживання та активною позицією невеликих компаній, які явно більш гнучкі та вміють розвивати власну ринкову нішу. Споживачі ж активно переходять на здорові продукти та напої, зменшуючи споживання продуктів зі штучними інгредієнтами, цукром та сіллю, надаючи перевагу органічним, натуральним інгредієнтам, продовжуючи шукати нові рецепти, сміливі та екзотичні смаки та зручну упаковку і доставку продуктів. Інтернет-закупівлі також змінюють доставку продуктів не лише для форматів зберігання та доставки додому, а й для доступу до місцевих брендів.

Продовольча безпека була і буде продовжувати бути ключовим рушієм суспільно-політичних пріоритетів на глобальному, регіональному та національному рівні. Зростання світового населення, проблеми з питань сталого розвитку та нерівномірний приріст доходів створюють перед харчовим та сільськогосподарським сектором постійні виклики: збільшення загальної доступності продовольства, задоволення зростаючої диверсифікації споживчого кошика та задоволення вищих стандартів якості (безпека, навколишнє середовище, добробут та етика), водночас актуальним залишається питання збереження їжі доступною для людей у будь-якому куточку світу. Виробництво продуктів харчування та міжнародна торгівля можуть допомогти впоратись із цими викликами з боку виробництва, збільшивши загальний обсяг виробництва таким чином, щоби продукти харчування стали різноманітнішими та доступними для всіх, а також задовольняючи якість та нові суспільні стандарти з питань збереження довкілля. Міжнародна ж торгівля дасть змогу мінімізувати впливи сезонності, сприяти спеціалізації виробництва там, де вона є найбільш ефективною, а також завдяки глобальним правилам та стандартам сприяти торговельним потокам із відповідним рівнем якості та санітарних стандартів.

Лідерами світової торгівлі продовольством є ЄС та США, а в окремих сегментах світового продовольчого ринку вагомі позиції займають Бразилія (зерно кукурудзи, цукор, яловичина, свинина, м'ясо птиці), Аргентина (зерно кукурудзи, рослинні олії) Індія (зерно пшениці, цукор), Україна (зерно пшениці та кукурудзи, рослинні олії), Австралія (зерно пшениці, цукор, яловичина), Канада (рослинні олії, свинина), Малайзія (рослинні олії), Нова Зеландія (яловичина, вершкове масло, сири, сухе незбиране та знежирене молоко). Чинний прогноз експертів ОЕСР-ФАО на наступне десятиліття показує, що означені тенденції стосовно концентрації ключових позицій на світовому продовольчому ринку в достатньо невеликій кількості держав будуть зберігатися й надалі.

6. 2. Класифікація продовольчих ринків

Існує наступна класифікація продовольчих ринків:

- 1) за масштабами поширення:
 - регіональний (локальний);
 - внутрішньодержавний (національний);
 - міждержавний (світовий);
- 2) за характером спрямування продовольчих ресурсів:
 - безпосередньо для харчування;
 - для виробництва інших видів продовольства;
 - для забезпечення нехарчових потреб (наприклад, виробництво медичних препаратів із продовольчої сировини тощо);
- 3) за видами сировини для виробництва продовольства:
 - ринок продуктів рослинного походження;
 - ринок продуктів тваринного походження;
 - ринок рибопродуктів і продуктів моря;
 - ринок продуктів з дикорослої сировини;

- 4) за рівнем технологічної обробки вихідної сировини:
 - ринок консервованих продуктів;
 - ринок хлібобулочних виробів (через технологію випікання);
 - ринок сушених, в'ялених, мочених тощо продуктів;
- 5) за видами продуктів:
 - ринок овочів, фруктів, баштанних тощо;
 - ринок м'яса і м'ясопродуктів;
 - ринок молока і молокопродуктів;
 - ринок дикорослої продукції;
 - ринок жирів;
 - ринок риби, рибопродуктів і продуктів моря;
 - ринок цукру;
 - ринок зернових і зернобобових продуктів;
 - ринок кондитерських виробів;
 - ринок хлібобулочних виробів тощо.

6. 3. Аналіз проблем світового ринку продовольчих товарів

Виробництво продовольчих продуктів, їх розподіл і споживання є важливою складовою частиною функціонування світової системи і займають особливе місце в світовій економіці. Дана сфера визначає рівень продовольчої безпеки, а також може бути одним з потужних стимулів зростання всієї господарської системи держави.

У глобальному вимірі сучасні проблеми сільського господарства відносяться до особливо складних і конфліктних. Народонаселення світу зростає і до 2030 року людство не зможе покласти край голоду і всім формам неповноцінного харчування, якщо не боротися з усіма факторами, що підривають продовольчу безпеку і харчування.

Специфічні особливості цієї галузі економіки, значні відмінності її стану в різних країнах і на різних континентах, низька конкурентоспроможність сільгосппродукції створили загрозу значущості сільського господарства там, де виробництво і поставки продовольства залежать від кон'юнктури світового продовольчого ринку.

Сьогодні в світі існує певний дисбаланс: для одних країн характерне значне, навіть надмірне споживання продуктів харчування, що веде до серйозних проблем зі здоров'ям, ожиріння, в тому числі дитячого. Жителі інших країн, навпаки, страждають від недоїдання.

Чисельність людей по всьому світу, що зіткнулися з продовольчими кризами, дещо знизилася в 2018 році до 113 мільйонів чоловік в порівнянні з 124 мільйонами в 2017 році. Однак загальна кількість людей, що зіткнулися з продовольчою кризою залишається вище 100 мільйонів чоловік, при цьому за останні роки збільшилася географія країн, що охопили криза продовольства. Крім того, ще 143 мільйони чоловік в 42 країнах світу знаходяться всього в одному кроці від гострого голоду.

Майже дві третини із загальної кількості людей, що зазнають гострий голод, проживають в 8 країнах: Афганістані, Демократичній Республіці Конго, Ефіопії, Нігерії, Судані, Південному Судані, Сирії та Ємені. У 17 країнах рівень людей, які відчувають гострий голод залишився на колишньому рівні або збільшився.

Клімат і стихійні лиха підштовхнули ще 28 мільйонів чоловік до гострої нестачі продовольства в останні роки.

У 2000-2018 рр. основними виробниками продовольства в світі виступають країни Азії, на частку яких припадає в середньому 45,5% обсягу виробництва продовольства в світі щорічно. Для порівняння, на частку країн Латинської Америки і Карибського басейну припадає в середньому 11,9% обсягів виробництва продовольства, країн Африки – 8%, країн Океанії – 1,8%, інших країн – 32,6%. При цьому слід зазначити, що протягом аналізованого періоду, країни Азії не тільки залишалися найбільшим виробником продовольства, але і значно збільшили свою частку на ринку. Так, протягом 1990-2018 рр. частка країн Азії в виробництві продовольства збільшилася на 11,2%, в той час як частка країн Африки

збільшилася лише на 1,8%, країн Латинської Америки і Карибського басейну – на 2,6%, частка країн Океанії зменшилася на 0,1%, інших країн – на 15,4%.

У 2000-2018 рр. на експорт продовольства в світі припадає в середньому 8,2% світового товарного експорту. При цьому найбільша частка продовольства в товарній структурі експорту була характерна для країн з низьким доходом – в середньому 30% товарного експорту зазначеної групи країн. Для порівняння, на частку продовольчого експорту країн із середнім рівнем доходу припадало в середньому 9,8% товарного експорту зазначеної групи країн, на частку продовольчого експорту країн з високим рівнем доходу – 7,65% товарного експорту зазначеної групи країн.

Серед країн з низьким і середнім рівнями доходу найбільша частка продовольчого експорту в товарному експорті була характерна для країн Латинської Америки і Карибського басейну. Так, на частку продовольства доводилося в середньому 18,05% товарного експорту зазначеної групи країн. Для порівняння, на частку продовольства в структурі товарного експорту країн Східної Азії та Тихоокеанського регіону припадало в середньому 6,2% товарного експорту зазначеної групи країн, країн Європи та Центральної Азії – 11,7% товарного експорту, країн Близького Сходу і Північної Африки – 25%, країн Південної Азії – 12,9%, групи країн на південь від Сахари – 13,7%; країн зони євро – 8,8%.

При цьому слід зазначити, що протягом зазначеного періоду практично у всіх країнах з низьким і середнім рівнями доходу спостерігалось нарощування частки продовольства в товарному експорті.

Нарощування обсягів світового експорту продовольства було пов'язано з нарощуванням обсягів експорту, перш за все країн Європи і Азії.

У 2000-2018 рр. найбільшими експортерами продовольства в світі, як свідчать результати досліджень Всесвітньої торгової організації (ВТО), є країни Європи. В середньому на зазначену групу країн припадає 42,5% світового експорту продовольства щорічно. Для порівняння, на частку країн Азії припадає в середньому 20,8% світового продовольчого експорту щорічно, на частку країн Північної Америки – 15%, країн Південної і Центральної Америки – 13%, країн Африки – 3,55%.

Однак слід зазначити, що в 2010-2018 рр., незважаючи на свої лідерські позиції, країни Європи, Південної та Центральної Америки, Африки демонструють зменшення своєї частки в світовому експорті продовольства. Так, частка країн Європи в світовому експорті продовольства зменшилася на 1,5%, країн Південної і Центральної Америки – на 0,2%, країн Африки – на 0,3.

У той же час фіксувалося незначне зростання частки зазначеної групи товарів в світовому експорті країн Азії, Північної Америки – збільшення склало 1,6% і 0,2% відповідно. При цьому країнами-лідерами з експорту продовольства є: країни ЄС (в середньому 40,6%), США (11%), Бразилія (4,4%), Китай (3,7%), Канада (3,7%), Аргентина (2,6%), Індія (1,8%), Індонезія (2,1%), Австралія (2,4%), Таїланд (2,3%), Малайзія (1,7%), Мексика (1,7%), Нова Зеландія (1,4%), В'єтнам (0,8%), Росія (в середньому 1,23%). В середньому на зазначені країни припадає понад 80% світового експорту продовольства.

Країни ЄС хоча й виступають беззаперечними лідерами серед країн найбільших експортерів продовольства в світі, але більшість їх експорту спрямована в самі країни ЄС, лише близько 10% виходить за межі внутрішньорегіонального експорту.

У 2000-2018 рр. фіксується тенденція до скорочення частки в світовому експорті продовольства країн ЄС (на 5,2%), США (на 2,6%), Канади (на 0,8%), Аргентини (на 0,2%), Австралії (на 0,7%), Таїланду (на 0,2%) і Мексики (на 0,2).

За 2010-2018 рр. країнами-лідерами з імпорту продовольства виступають країни ЄС (в середньому 40%), США (9,3%), Китай (3,3%), Японія (7,5%), Росія (2,36%), Канада (2,3%), Корея (1,42%), Мексика (1,56%), Індія (0,68%), Саудівська Аравія (1,32%), Індонезія (0,74%), Малайзія (1%), Туреччина (0,9%), ОАЕ (в середньому 0,76%). В середньому на зазначені країни припадає майже 80% світового імпорту продовольства. Країни ЄС хоча й виступають беззаперечними лідерами серед країн - найбільших імпортерів продовольства в світі, але

більшість їх імпорту носить внутрішньо регіональний характер, тільки 11,3% продовольства імпортується з країн, що не входять в ЄС.

При цьому протягом 2000-2018 рр. фіксується тенденція до скорочення частки в світовому імпорті продовольства країн ЄС (на 6,6%), США (на 2,7%), Японії (на 6,1%), Канади (на 0,3%), Мексики (на 0,2%). У той же час спостерігається нарощування частки імпорту продовольства Китаю (на 4,7%), Росії (на 0,6%), Індії (на 0,7%), Саудівської Аравії (на 0,3%), Індонезії (на 0,4%), Малайзії (на 0,2%), ОАЕ (на 0,3%).

У структурі світової торгівлі на початку XXI століття склалася тенденція зниження частки сільськогосподарської сировини і продовольства, що викликано зростанням власного виробництва готових продовольчих товарів у багатьох країнах світу, в тому числі – в країнах, що розвиваються. Зазначена тенденція, як відзначають аналітики СОТ, – результат різкого зниження світових цін на сільськогосподарське сировину, імпортозаміщення, зниження платоспроможності населення слаборозвинених країн, що призвело до зниження імпорту.

Продовольство є найважливішим стратегічним товаром, одним з пріоритетів світової економіки і політики. Проблема забезпечення продовольчої безпеки в сучасному світі загострюється, що викликано нестабільністю кон'юнктури світового агропродовольчого ринку і кризами сільськогосподарського виробництва, зумовленими негативними природними явищами (засухами, повеннями) в країнах різних регіонів світу.

Посилення процесів глобалізації та інтернаціоналізації господарського життя створює передумови для формування загальносвітової агропродовольчої системи, якій відводиться особливе місце в рамках суспільного виробництва.

Світова агропродовольча система включає сфери: промисловості, що виробляє засоби виробництва; сільського господарства, що виробляє сировину для виробництва продовольства; переробки і реалізації сільськогосподарської сировини та продовольства. Тому, міжнародна торгівля продовольством – один з основних елементів агропродовольчої системи світу. Окремі країни різною мірою беруть участь в міжнародній торгівлі продовольством. Провідні позиції займають розвинуті країни, економіка яких більшою мірою орієнтована на зовнішні чинники (США, Франція, Нідерланди, Німеччина та інші). На частку цієї групи країн припадає понад 70% світової торгівлі продовольчими товарами. Розвинені країни активно беруть участь і в експорті, і в імпорті продовольства. При це провідні країни світу зберігають ключові позиції в експорті стратегічних видів продовольства (зерна, м'яса і м'ясопродуктів, молока і молочних продуктів, цукру), імпортують значні обсяги фруктів, овочів, кави, какао, чаю, спецій. Основні позиції в експорті зерна займають США, Канада, ЄС, Аргентина, Австралія.

Основними тенденціями продовольчого ринку розвинених країн є:

- зростання споживчого попиту на більш якісне продовольство, розширення асортименту, що пов'язано з підвищенням платоспроможності населення;
- поліпшення структури споживання продовольства, що викликано розширенням і поглибленням асортименту виробництва продовольства;
- збільшення обсягів торгівлі продовольством, готовим до вживання;
- зростання витрат на продовольство при скороченні їх частки в загальній сумі витрат,

Роль країн, що розвиваються в міжнародній торгівлі продовольством другорядна. Біля однієї третини світового експорту і імпорту продовольства доводиться на країни Азії, Африки, і Латинської Америки. Найбільш активним і перспективним учасником цієї групи опитаних країн є Китай.

Факторами, що перешкоджають підвищенню активності країн, що розвиваються на світових продовольчих ринках, є: низька ефективність продовольчої системи, висока залежність від імпорту продовольства, іноземних інвестицій; протекціонізм по відношенню до вітчизняних виробників продовольства; недосконалість ринкового механізму і системи державного регулювання економіки. Проте, міжнародна торгівля продовольством – важливий напрямок глобалізації національних продовольчих систем.

Говорячи про інновації в аграрній сфері, вважаємо найбільш перспективними такі напрямки:

- технології точного сільського господарства на основі електроніки та робототехніки;
- розвиток органічного сільського господарства, відновлення родючості деградованих ґрунтів;
- технології прискореної селекції і насінництва, племінної справи;
- нові технології глибокої переробки сільськогосподарської сировини, включаючи біотехнології;
- нове покоління технології виробництва персонального і функціонального харчування, в тому числі з лікувальними і профілактичними властивостями;
- технології повної локальної утилізації і рециклінгу відходів сільськогосподарського виробництва та інші.

Сільське господарство продовжує відрізнятися високою маржинальністю, що робить цей економічний сектор одним з найбільш перспективних. Єдиного для всіх країн універсального шляху розвитку сільського господарства і рішення аграрного питання немає. Кожна країна властивим їй способом з урахуванням конкретних умов повинна вирішувати свої аграрні проблеми.

Протягом всієї історії найважливішим завданням розвитку людської цивілізації був пошук шляхів досягнення продовольчого достатку. Дуже актуальна ця проблема і сьогодні, а досягнення людством 7-мільярдної позначки своєю чисельністю надає їй особливого значення в наші дні. Значні зусилля до вирішення зазначеної проблеми протягом тривалого часу докладає вся світова спільнота, застосовуючи різні форми підтримки агросфери. Але, наприклад, продовольча допомога, яку надають розвинені країни світу бідним державам, не вирішує проблему продовольчого забезпечення в довгостроковому періоді. Більш того, – створює негативний ефект, формуючи утриманські настройки і підриваючи основи місцевого сільського господарства в країнах, що розвиваються.

Не зважаючи на пильну увагу з боку світової спільноти і окремих держав до проблеми продовольчої безпеки в сучасному світі вона помітно актуалізувалася. Основними причинами цього є постійне зростання чисельності населення світу і відповідне підвищення світового сукупного попиту на продукти харчування, урбанізація та індустріалізація (наприклад, мають місце такі факти, як зменшення в світовому масштабі посівних площ через зростання міст, прокладки транспортних магістралей і т.д.), сучасні екологічні проблеми глобального масштабу, негативний вплив світової фінансово-економічної кризи і зміни в торговій політиці основних аграрних країн.

Несприятливим є прогноз динаміки виробництва світових продовольчих ресурсів і в майбутньому, що обумовлено, перш за все, об'єктивними глобальними причинами. Дефіцит необхідних ресурсів в умовах глобалізації, напевно, повинен сприяти їх економного та раціонального використання в світовому масштабі, зате призводить лише до збагачення структур, які ними володіють.

6. 4. Основні тенденції розвитку світового ринку продовольчих товарів

Особливістю продовольчих ринків є те, що вони забезпечують найважливіші життєво необхідні потреби людини, що визначає їх центральне місце в ринковій системі. Збільшення населення на планеті призвело до чотирикратного збільшення світового попиту на продовольство за останні 50 років. Проте експерти Організації економічного співробітництва і розвитку (ОЕСР) наголошують, що світове сільське господарство спроможне забезпечити попит на харчові продукти навіть при очікуваному в найближчі 20 років при щорічному збільшенні населення планети на 80 млн. чоловік. Світовий досвід розвитку країн свідчить, що платоспроможний попит на продовольство безмежний: при досягненні високих фізіологічних норм споживання вдосконалення відбувається шляхом включення в господарський обіг все нових видів продуктів, розширення і поглиблення асортименту, підвищення "зручності" продовольства (за рахунок економії часу в домашньому господарстві), покращення дизайну та

упаковки, а також виходу на ринок товарів, що займають проміжне місце між продуктами харчування і медичними препаратами. В результаті витрати на продовольство продовжують зростати, хоча їх частка в загальних витратах поступово скорочується.

У сільському господарстві у світі зайнято приблизно 1,1 млрд. чоловік, причому тільки 20 млн. припадає на розвинені країни, які домінують на світових ринках. Їх частка становить 66 % світового виробництва продовольства, 67 - експорту, 64 % - імпорту продуктів харчування. Розвинені країни експортують 75 % зерна і 80 % - м'яса. Населення цих країн витрачає на продовольство 12-15 % доходів, країн, що розвиваються, - приблизно 50, а найбільш бідних, зокрема Танзанії, - 70 % .

Аналіз розвитку продовольчих ринків принагідно свідчить про тенденції зниження протягом останніх років світових цін на зернові культури. Так, ціни на пшеницю і кукурудзу знизились більше ніж на 30 %. Проте середньосвітові темпи зростання виробництва зерна в цілому становили 3,59 %, продовольчого зерна (рис і пшениця) - 4,12, м'яса й овочів - відповідно 5,9 і 6,6 %. При цьому спостерігається чітка системна переорієнтація на збільшення обсягів виробництва свинини і м'яса птиці. На світовому рівні виробництво свинини зросло з 24,7 до 100,9 млн. т, або більше ніж у 4 рази, а м'яса птиці - відповідно з майже 9 до 78,5 млн. т, або більше ніж у 8,7 разів, при середньорічних темпах приросту на 6,99 і 17,68 %. Аналіз цих показників по країнах з різним рівнем розвитку показав, що середньорічні темпи приросту виробництва продовольчого зерна в розвинених країнах становили 2,31 %, м'яса - 2,1 та овочів - 1,69 % проти 5,45; 2,52 і 11,69 % у країнах, що розвиваються. При цьому в останніх найшвидшими темпами зростало виробництво свинини і птиці - в 14 і майже у 20 разів відповідно. Тобто в цих країнах відбулися системні зрушення у співвідношенні виробництва різних видів м'яса на користь тих галузей, що здатні швидко нарощувати обсяги виробництва при одночасному здешевленні продукції. Але на фоні зовнішньо позитивних змін загальних обсягів виробництва сільськогосподарської продукції у світі та його регіонах показовою є величина виробництва конкретного виду продукції на душу населення, який відображає за часом зрушення у продовольчій безпеці.

Протягом останніх років людству вдалося значно збільшити виробництво на душу населення таких видів продукції АПК, як зерно, м'ясо, овочі й цукор - відповідно на 74,6; 18,01; 65,5 і 7,6 кг. Зменшено виробництво коренеплодів і молока, що зумовлено цілеспрямованою політикою розвинених країн, через перенасичення їхніх ринків цими продуктами і, навпаки, зниженням виробництва у країнах Східної Європи внаслідок негараздів при трансформації сільського господарства. В усіх інших регіонах планети, де розташовані країни, що розвиваються, величина цих показників, а також усіх інших, змінилася в бік зростання.

У цілому в країнах, що розвиваються, виробництво зерна на душу населення зросло на 67,4 кг, м'яса - на 20,83, коренеплодів - на 9,3, молока - на 21,49, овочів - на 85,7 і цукру - на 5,9 кг.

Значною проблемою виробленої сільськогосподарської і продовольчої продукції на всіх етапах її руху від виробника до споживача залишається питання її втрат. На теперішній час важливість і складність цієї проблеми підтверджує досвід АПК США, який вважається одним з найбільш збалансованих та розвинених, високотехнологічно і технічно оснащених АПК світу, проте який теж вирізняється значними втратами. Так, за оцінками експертів, розмір середньорічних втрат продовольства в США становить: по зернових продуктах - 6,4 млн. т, молочних - 10,4, м'ясних та рибних продуктах - 3,5 млн. т. Щорічно в країні обсяги втрат становлять близько 7 млн. т овочів, 5 - фруктів, 3 млн. т - олії та жирів. У цілому за рік втрати продовольства в США досягають величини, еквівалентної кількості продуктів, яка необхідна для харчування 50 млн. людей.

За прогнозами ОЕСР, на найближчі 20 років у найбільш розвинених країнах відбудуться зміни в структурі споживання та якості продуктів харчування. На перше місце у світовому експорті вийдуть США, Австралія і Нова Зеландія, потіснивши країни ЄС. Низка країн, що розвиваються, у Східній Азії і Східній Європі перетворяться в нето-імпортерів

сільськогосподарських продуктів і, як наслідок, у великих країн-виробників з'являться нові ринки збуту. В результаті послаблення протекціоністських заходів країни ОЕСР будуть постійно збільшувати імпорт, що може змусити їх провести структурну перебудову свого сільського господарства. До 2025 р. країни, що розвиваються, зможуть збільшити свою частку у виробництві зерна з 57 до 61 %, м'яса - з 56 до 63 %. Середньодушове споживання зерна збільшиться на 34 %, а м'яса - майже у 2 рази. Проте для забезпечення попиту їм необхідно буде імпортувати до 200 млн. т зерна і до 7 млн. т м'яса. Серед факторів, що ускладнюватиме виробництво продовольства, буде відсутність або недостатня розробка у більшості країн стратегії аграрного розвитку, спеціальних сільськогосподарських програм та механізмів їх реалізації. Основною характерною ознакою сучасних ринків, у тому числі продовольчих, є посилення впливу процесів глобалізації на їх функціонування. Слід зазначити, що головною сферою глобалізації є міжнародна економічна система (світова економіка), тобто глобальні виробництво, обмін і споживання, що здійснюються підприємствами в національних економіках і на світовому ринку. На кінець ХХ ст. міжнародна економічна система перетворилася на складну структуру, що нараховувала близько 200 політичних одиниць, у тому числі 186 держав. Усі вони тією чи іншою мірою беруть участь у виробництві сукупного продукту і намагаються будувати і регулювати свої національні ринки відповідно до світового. Відбувається формування єдиних загальносвітових ринків, неподільних за своєю суттю. Відомі приклади розділення ринків або були вкрай недовговічними по відношенню до терміну життя домінуючого товару, або базувались на об'єктивних перешкодах, що ускладнювали доступ частині конкурентів до певних принципово важливих сегментів ринків. Проте всілякі пригноблення конкурентів підривають ринок, звужуючи і збіднюючи його, збільшують ступінь монополізації, скорочують ринки збуту продукції переможця, що призводить таким чином до загального гальмування розвитку. Безпосереднім проявом процесів глобалізації є загострення міжнародної конкуренції. Конкуренція і розширення ринків спричинять поглиблення спеціалізації та міжнародного поділу праці, що стимулюють, у свою чергу, зростання виробництва не тільки на національному, але й світовому рівні. Виграють від цього безпосередні споживачі, що отримують товари вищої якості за зниженими цінами.

Наступним проявом глобалізації є економія на масштабах виробництва, що потенційно може призвести до скорочення витрат і зниження цін, а відповідно і сталого економічного зростання ринків. Крім того, глобалізація обумовлює підвищення продуктивності праці в результаті раціоналізації виробництва на глобальному рівні та розповсюдження передової технології, а також конкурентного тиску на користь безперервного впровадження інновацій у світовому масштабі. Найсуттєвіші прояви глобалізації пов'язані з вигодами від торгівлі на взаємовигідній основі, що задовольняє всі сторони, якими можуть бути окремі особи, фірми та інші організації, країни, торговельні союзи і навіть цілі континенти.

Найважливіша тенденція розвитку сучасних продовольчих ринків виражається у лібералізації, що полягає в поступовому послабленні і знятті міждержавних і міжрегіональних торговельних бар'єрів. Лібералізація підтримується розвиненими країнами, що мають на продовольчих ринках значний експортний потенціал. Проте зняття торговельних бар'єрів, сприятливе для більшості споживачів продовольства, може йти врозріз з інтересами деяких аграрних і агропромислових підприємств і галузей окремих країн світу. Тому лібералізація продовольчих ринків зустрічає певний опір. Зокрема, міжнародні угоди по сільському господарству дають можливість великим фермерам з Європи та Північної Америки продавати у країни, що розвиваються, свої субсидовані зернові, олійні та інші продукти за більш низькими цінами. Подібна "цінова експансія" призводить до того, що продукція місцевих товаровиробників стає неконкурентоспроможною, відбувається скорочення обсягів виробництва продовольства і чисельності сільських товаровиробників і в кінцевому випадку знижується рівень продовольчої безпеки країни.

Останнім часом відбувається міждержавна інтеграція ринків, яка являє собою тенденцію організації міждержавних блоків, усередині яких усунені або значно пом'якшені обмеження торгівлі.

Інтеграційні об'єднання на рівні країн найчастіше проходять кілька форм, що змінюють одна одну:

- зони вільної торгівлі, в яких знижені або скасовані мита на всі чи певні групи товарів;
- митний союз, який характеризується єдиною митною політикою по відношенню до третіх країн;
- загальний ринок, що передбачає лібералізацію міждержавних ринків товарів, послуг, капіталів і робочої сили. Всі ці ринки стають єдиними для країн загального ринку та інше.

Найбільш впливовими інтеграційними утвореннями є: Європейський союз, що пройшов усі етапи об'єднання і тепер стоїть на шляху до єдиної конфедеративної держави, та Північноамериканська зона вільної торгівлі (НАФТА), між якими посилюється конкурентна боротьба за переміщення центру економічного панування. В цілому інтеграційні утворення, що успішно розвиваються (ЄС, НАФТА, АТЕК, АСЕАН, МЕРКОСУР та ін.), охоплюють понад 60 держав.

На теперішній час роботу в напрямі практичної лібералізації світової торгівлі очолює заснована у 1995 році Світова організація торгівлі (СОТ), яка стала правонаступницею діючої з 1947 року Генеральної угоди з тарифів і торгівлі (ГАТТ), що контролює понад 93 % загальносвітового торговельного обігу, зважаючи на те, що решта - 7 % - контролюють в основному держави - кандидати на вступ до цієї організації. Збільшення обсягів іноземних інвестицій обумовлено не тільки розширенням світової торгівлі, але й посиленням ролі транснаціональних корпорацій (ТНК) на світових продовольчих ринках, що є характерною тенденцією їх сучасного розвитку. Цей процес почав прискорюватися з середини 80-х рр., коли різні ринки товарів ставали все більш взаємопов'язаними та інтегрованими в багатопланову мережу ТНК. На теперішній час у світі затвердилися і функціонують глобальні ТНК четвертого покоління, відмінними ознаками яких є: планетарне бачення ринків і здійснення конкуренції у світовому масштабі; розділ світових ринків з небагатьма такими ж глобальними ТНК; координування дій своїх філій на основі новітніх інформаційних технологій, гнучка організація кожного окремого виробничого вузла, адаптивність структури корпорації, одноманітна організація бухгалтерського обліку й аудиту; об'єднання своїх філій, заводів та спільних підприємств у єдину міжнародну мережу управління, яка в свою чергу інтегрована з іншими мережами ТНК; здійснення економічного і політичного впливу на держави, в яких функціонують ТНК. Слід зазначити, що транснаціоналізація господарської діяльності виявилася найважливішим чинником розвитку не тільки світових продовольчих ринків, а й усієї світової економіки XXI ст. Сучасні продовольчі ринки постійно знаходяться у перехідному неврівноваженому стані. Їх учасники володіють унікальною інформацією про місце й обставини своєї діяльності, яка недоступна іншим учасникам і державним органам регулювання. Положення учасників і ситуація на ринку постійно змінюється, що спонукає кожного з них приймати рішення про поведінку на ринку на основі наявної у них певної і часто недостовірної інформації. Продовольчі ринки знаходяться в перманентно перехідних режимах, тому можливості застосування моделей рівноваги при розробці методів їх регулювання обмежені. За останні роки особливо помітне зростання взаємозв'язків продовольчих з іншими товарними ринками. Простежується тенденція збільшення залежності річної динаміки продовольчих ринків від ринків нафти і золота. Отже, регулюючи певні стратегічні ринки, можна досягти бажаної динаміки і на продовольчих ринках. Відбувається перетворення продовольчих ринків у значну кількість малих, кожний з яких функціонує відносно незалежно. Основна ознака нового продовольчого ринку - створення стандартів і специфічних правил торгівлі. Часто знову створений ринок швидко структурується і на ньому починають діяти компанії-організатори ринку (маркет-мейкери), здійснюється диференціація

продуктів, збільшується кількість і готових до споживання продуктів. Корпорації регулярно розширюють номенклатуру продукції, що надходить на ринок. Особливо це спостерігається на ринках країн СНД. За останні десятиліття були вироблені зовсім нові групи продуктів, зокрема йогурти. Збільшилось використання різноманітних харчових добавок, які підвищують калорійність продуктів, але не враховуються ні по жодній групі основних харчових продуктів. Ця тенденція зменшує точність статистичних спостережень, на основі яких в основному виробляються заходи щодо регулювання продовольчих ринків. Слід зазначити вдосконалення процесу прав, що передаються, які є предметом купівлі-продажу на продовольчих ринках. Якщо раніше операції здійснювались з передачею права власності на товар, то тепер все частіше продаються і купуються окремі права. Значного розповсюдження набувають форвардні контракти, які з часом стандартизуються і можуть передаватися за певну винагороду від однієї особи до другої. Інший крок еволюції цього ринку пов'язаний з організацією знеособленої біржевої торгівлі такими контрактами - ф'ючерсами. Спеціалізована біржа в певній формі гарантує продавцю (покупцю) виконання контракту. Тобто вона встановлює такі правила торгівлі контрактами, які гарантують учасникам цього ринку той же прибуток чи збиток, які б вони мали, уклавши конкретний форвардний контракт з відомим партнером на тих же умовах. Право на продаж товару можна отримати й окремо від обов'язків. Таке право дає стандартний фінансовий інструмент - опціони, ринки яких останнім часом також швидко розвиваються.

Таким чином, результати дослідження світових продовольчих ринків дають підставу стверджувати, що основними загальними особливостями їх сучасного розвитку є поглиблення тенденцій глобалізації та лібералізації, посилення конкурентного тиску в кожному сегменті при домінуючій ролі транснаціональних корпорацій, діяльність яких може неоднозначно вплинути на подальший розвиток окремих країн. Тому зазначені тенденції повинні враховуватись ними як при розробці стратегій перспективного розвитку галузей, що займаються виробництвом продовольства, так і корегуванні власної агропродовольчої політики.

Контрольні запитання до теми 6

1. Які є передумови для змін на світовому ринку продовольчих товарів?
2. Назвіть фактори, які впливають на кон'юнктуру світового ринку продовольчих товарів.
3. Проаналізуйте загальносвітові і регіональні особливості розвитку світового ринку продуктів харчування.
4. За якими критеріями класифікують продовольчі ринки?
5. Охарактеризуйте основні проблеми світового ринку продовольчих товарів.
6. Роль світової агропродовольчої системи.
7. Назвіть основні тенденції розвитку ринку продовольчих товарів.
8. Які є види інтеграційних об'єднань?
9. Назвіть найбільш впливові інтеграційні утворення.

ТЕМА 7 АНАЛІЗ РИНКУ НЕПРОДОВОЛЬЧИХ ТОВАРІВ

Зміст теоретичної частини заняття:

7. 1. Структура та особливості світового ринку промислових товарів.
7. 2. Характеристика світового ринку товарів тривалого використання.
7. 3. Світовий ринок товарів споживчого призначення.

7. 1. Структура та особливості світового ринку промислових товарів

Товари промислового призначення - це товари, призначені для виробництва інших товарів (засоби виробництва). Ще, промисловими товарами можна назвати товари для професійного використання, які застосовуються для промислового (масового) виробництва.

Підприємства та організації закупають величезну кількість різноманітних товарів і послуг. Товари промислового призначення можна класифікувати на основі того, якою мірою вони беруть участь в процесі виробництва, і за їхньою відносною цінністю. Можна виділити три групи цих товарів: матеріали та деталі, капітальне майно, допоміжні матеріали.

Матеріали і деталі - товари, що повністю використовуються в процесі виробництва. Матеріали можна поділити на сировину і напівфабрикати. Сировина включає сільськогосподарську продукцію, а також природні продукти - риба, ліс, сира нафта. Маркетинг продуктів сільського господарства дещо відрізняється від маркетингу природних продуктів. Продукти сільського господарства постачаються багатьма дрібними виробниками посередникам, які збирають їх, сортують, організують зберігання, транспортування і збут. Продукти сільського господарства - товари швидкопсувні і в силу своєї сезонності вимагають використання особливих маркетингових прийомів.

Напівфабрикати і деталі являють або матеріальні компоненти (пряжа, цемент, прокат), або комплектуючі вироби (електродвигуни, шини, виливки). Матеріальні компоненти зазвичай використовують з подальшим доопрацюванням. Наприклад, чавун перетворюють на сталь, пряжу - на полотно. Комплектуючі вироби включаються до складу кінцевого продукту повністю, без всяких змін, як буває, коли в автомобіль ставлять мотор. Велику частину матеріальних компонентів і комплектуючих виробів продають безпосередньо їх промисловим споживачам, причому замовлення на поставку нерідко розміщують завчасно. Маркетинговими об'єктами в даному випадку є ціна і сервіс.

Капітальне майно - товари, які поступово використовуються у виробництві. Капітальне майно можна поділити на стаціонарні споруди та обладнання, а також допоміжне обладнання. Стаціонарні споруди являють собою будівлі і споруди - заводи, адміністративні будівлі, стаціонарне обладнання - це генератори, станки, суперкомп'ютери, підйомники і т. п.

Допоміжне обладнання включає в себе заводське обладнання, ручний інструмент, автотранспортувачі, конторський інвентар та обладнання - письмові столи, персональні комп'ютери. Як правило, виробники використовують посередників, оскільки ринок географічно розпорошений і покупців багато. При виборі постачальника основними параметрами служать якість, властивості, ціна товару, а також наявність сервісу.

Допоміжні матеріали не використовуються безпосередньо у виробництві продукції. Це робочі матеріали - масла, папір для письма, олівці та матеріали для технічного обслуговування і ремонту, фарби, цвяхи, щітки.

Промисловий ринок - це ринок, який включає осіб, фірми, підприємства, організації, які закупають товари та послуги для використання у виробництві, перепродажу або здачі в оренду.

Споживачами товарів на промисловому ринку є підприємства різних галузей виробництва (промислові, будівельні, громадські організації, банки, страхові й інвестиційні компанії).

Відносно виробів промислового призначення всі ринки можуть бути класифіковані на такі основні групи: ринок сировини, ринок засобів виробництва, фінансовий ринок та ринок інформації, тощо.

На сировинних ринках продаються паливно-енергетичні, сировинні, промислові, сільськогосподарські, лісові товари, які виробляються в різних країнах та регіонах. На цих ринках ведеться жорстка монопольна боротьба за отримання прибутків і розділ сфер впливу. Постачальники цих ринків створюють різні альянси, асоціації, наприклад, Організація країн-експортерів нафти (ОПЕК), які встановлюють квоти на видобуток і продаж сировини.

Більшість сировинних ринків високомонополізовані і поставки здійснюються партнерами по економічним групуванням у відповідності з договорами, що знижує обсяги торгівлі сировинними товарами на вільних ринках.

Ринок машин та обладнання представлений низкою великих фірм, які є виробниками і експортерами продукції машинобудування, якій притаманна висока взаємозамінність, різноманітність якісних характеристик, техніко-економічних параметрів. Під впливом науково технічного прогресу ринок машин та обладнання характеризується високим динамізмом. Поряд з диференціацією умов комплектації і постачання, сервісного обслуговування, цей ринок визначається ціновими варіаціями та гострою конкуренцією. Інформація про кон'юнктуру і ціни на цьому ринку малодоступна, нерегулярна, тому що покупці і постачальники не висвітлюють офіційність і реальність угод.

Ринок машин та обладнання складається із товарних ринків окремих видів машин та обладнання: автомобілів, металообробних верстатів, обчислювальної техніки, енергетичного та іншого обладнання.

Ринок машин та обладнання разом з ринком сировини створює ринок засобів виробництва. Закупівля і продаж товарів на цьому ринку здійснюється, в основному, в оптовій кількості, продавці і покупці є фахівцями, закупівля здійснюється на основі раціональних підходів.

Функціонування і розвиток ринку неможливо без розвинутої ринкової інфраструктури, основними елементами якої є:

- на ринку засобів виробництва - товарні біржі, оптові посередники, лізингові фірми, сервісні центри, фірмові магазини, дилерські фірми, рекламні агентства, транспортні фірми, зв'язок і т.п.

- на ринку фінансів - фондові і валютні біржі, комерційні банки, страхові компанії, аудиторські фірми і т.п.

- на ринку робочої сили - фірми працевлаштування, біржі і т.п.

Протягом останніх років стрімко розвивається ринок інформації, що обумовлено бурхливим розвитком технічних засобів інформаційного забезпечення (комутаційного зв'язку, комп'ютерних технологій, програмного забезпечення і інформаційних технологій). У структурі інформаційного ринку прийнято виділяти:

- інформаційні служби - генератори формують і структурують накопичену традиційну інформацію (друковані видання, технічну документацію, довідкову інформацію на машинних носіях).

- сервісні комерційні і інформаційні фірми виконують в основному функції посередника, що реалізує накопичений інформаційний продукт безпосередньому споживачеві.

- фірми інформаційної інфраструктури обслуговують підприємства, які створюють комунікаційні, інформаційні зв'язки, а також фірми, які здійснюють програмне забезпечення інформаційних технологій, тощо.

Особливим видом інформаційного обслуговування є патентна робота і продаж патентних ліцензій.

У структурі міжнародної торгівлі промисловими товарами переважає торгівля машинами, устаткуванням і транспортними засобами (приблизно 51,5%), на другому місці - промислові вироби розділів 6 і 8 - (35,82%) і на третьому - хімічні товари (12,68%).

Висока частка в міжнародній торгівлі промисловими товарами машин, устаткування, транспортних засобів свідчить про сучасний рівень виробництва, наукоємності продукції.

Для міжнародної торгівлі промисловими товарами характерні такі особливості, які зумовлені новими вимогами ринку:

- зниження життєвого циклу більшості видів товарів;
- зростання виробництва високотехнологічних виробів, що забезпечує неухильну диференціацію напівпродуктів і кінцевих продуктів;
- спостерігається процес постійної диверсифікованості виробництва на якомога дрібніші галузі і підгалузі, відгалужування яких автоматично породжують потребу в обміні продукцією таких виробництв, що дедалі більш вузько спеціалізуються. Відбувається постійне відновлення номенклатури й асортименту продукції;
- міжнародна торгівля готовими виробами однієї й тієї самої товарної номенклатури, торгівля продукцією в розібраному вигляді (вузлами, деталями, компонентами готових виробів) породжує новий тип міжнародного обміну - внутрішньогалузеву торгівлю, що витісняє традиційну Міжгалузеву. Внутрішньогалузевий обмін багаторазово збільшує товаропотоки між країнами. Ця тенденція виявляється тим сильніше, чим вищий рівень технологічної складності виробу. Із зростанням частки високотехнологічних виробів у загальному обсязі виробництва країни збільшується і частка внутрішньогалузевої торгівлі в її зовнішньому товарообігу;
- зростання у верстатобудівній продукції частки відновленого устаткування;
- перехід від одиничних до системних продаж. Основний товар пропонується з комплектуючими і супутніми виробами;
- підвищення вимог до техніко-економічних показників виробів: підвищення конкурентоспроможності виробів за критерієм "якість/ціна"; зниження експлуатаційних витрат на машини і устаткування, забезпечення безперебійної їх експлуатації постачальником упродовж усього терміну служби (10 років і більше); застосування більш жорстких нормативів охорони навколишнього середовища, техніки безпеки, ергономіки, що призводять до створення екологічно-чистих виробництв із максимальним рівнем автоматизації щодо "безлюдної технології"; використання у верстатах сучасних систем ЧПУ засобів активного контролю (моніторингу), лінійних приводів; розширення технологічних можливостей верстатів із створенням фактично обробляючих центрів, які поєднують механічне, термічне оброблення з наступним шліфуванням загартованих дільниць. Обробляючі центри нового покоління дозволяють відмовитись від жорстких автоматичних ліній і переходити на гнучке сучасне виробництво;
- машинно-технічна продукція повинна відповідати вимогам Міжнародної організації стандартів;
- зростання торгівлі товарами виробничого призначення випереджає зростання торгівлі машинно-технічними виробами культурно-побутового призначення;
- посилення тиснення соціального фактора, який виявляється в дефіциті і дорожнечі кваліфікованої праці, що вимагає створення простіших в експлуатації з "дружніми" системами ЧПУ;
- розробка нових, ефективніших інструментальних конструкційних матеріалів;
- потреба швидкого виконання заходів з передаванням креслень виробів замовнику по Інтернету і поставкою продукції за системою "точно в термін";
- гнітюча частина світового експорту й імпорту машинно-технічної продукції зосереджена в індустріально розвинутих країнах;
- торговельна політика держав спрямована на стимулювання експорту машинно-технічної продукції і захист національного товаровиробника;
- зростання на світовому споживчому ринку частки контрафактної (фальсифікованої) продукції за такою номенклатурою: взуття, одяг, парфумерія, косметика, лікарські засоби, носії інформації, продукти харчування, електричне і комп'ютерне

устаткування, годинники та ювелірні вироби, іграшки, ігри тощо. Частка контрафактних товарів в окремих сегментах споживчого ринку становить: відеопродукція - 50 %, музичні записи - 33, одяг (трикотаж, сорочки, джинси та ін.) - 30, автозапчастини - 10, медикаменти - 6, парфумерія і побутова хімія - 5 % . На частку контрафактної продукції припадає 5-7 % світової торгівлі (майже 250 млрд. євро на рік). Контрафакція завдає серйозного збитку економіці ряду країн, крім того, фальсифікована продукція може бути шкідливою і небезпечною для здоров'я покупців. На зовнішніх кордонах ЄС було затримано майже 95 млн. одиниць контрафактної і піратської продукції. Загальна вартість цих товарів на легальному ринку ЄС перевищила 2 млрд. євро, а кількість затриманих товарів зросла в 10 разів. Контрафактні товари, затримані на кордонах ЄС, надійшли з Таїланду (23%), Китаю (18), Туреччини (8%), Гонконгу (5%), Чехії (4%), Тайваню (3%). Більше половини (60%) контрафактних товарів перевозиться повітряним транспортом.

7. 2. Характеристика світового ринку товарів тривалого використання

Товари тривалого користування – це матеріальні вироби, які, зазвичай, витримують багаторазове використання. Прикладами подібних товарів можуть служити холодильники, верстати, одяг.

До товарів тривалого використання відносяться товари, призначені для особистого споживання і виділяють специфічну групу товарів культурно-побутового та господарського вжитку.

До культурно-побутових товарів відносять: побутову електронну апаратуру (телевізори, магнітофони, відеотехніку, персональні комп'ютери, калькулятори), годинники, фотоапаратуру, інше.

Товари культурно-побутового призначення – це доволі численна товарна група, використання виробів якої сприяє проведенню дозвілля та активного відпочинку.

Асортимент цієї групи класифікують, в основному, як за призначенням, так і за споживчими комплексами.

Так, асортимент за призначенням складають:

- радіоелектронні товари;
- музичні товари;
- папір, картон і вироби з них;
- шкільно-письмові та канцелярські товари;
- канцелярські технічні засоби;
- іграшки та ялинкові прикраси;
- фото-, кінотовари;
- товари для спорту, туризму, полювання та рибної ловлі;
- транспортні засоби.

Класифікація за споживчими комплексами включає:

- товари для культурного дозвілля (радіоелектронні товари, фото- та кіно-товари, музичні товари);
- товари для активного дозвілля (спортивні товари, товари для туризму та альпінізму, товари для полювання та рибної ловлі, транспортні засоби індивідуального користування);
- товари для навчання, інформації і творчості (папір, картон і вироби, шкільно-письмові товари, канцелярські технічні засоби, канцелярські товари, іграшки та ялинкові прикраси)

До господарських товарів відносять: холодильники, пральні машини, мікрохвильові печі, пилососи, широку гаму інших електропобутових приладів.

Наведені товари, а також легкові автомашины, катери, яхти, спортивно-туристський інвентар в економічній літературі називають товарами тривалого користування, оскільки розглянутий у часі період їхнього споживання визначає особливості ринку цих товарів. Більшість вказаних товарів є складними технічними виробами, і їхнє виробництво в

основному сконцентровано на підприємствах машинобудування, приладобудування, електроніки і електротехніки. Разом з іншими видами машин, обладнання, транспортних засобів культурно-побутові і господарські товари являють собою не тільки найбільш завершений вид продукції серед готових виробів, але й характеризують науково-технічний потенціал і рівень розвитку країн-виробників, оскільки саме в ці товари закладено найбільш кваліфіковану працю, яка на світовому ринку оцінюється найвище.

Світовий ринок товарів тривалого користування характеризується гострою конкуренцією. Так, в США 70% цих товарів стикається з конкуренцією іноземних виробників як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. У США імпорт складає 60% вартості радіо- і телеапаратури, мотоциклів, велосипедів, що продукуються в цій країні, а також 19% - автомобілів.

Для міжнародної торгівлі цими товарами характерні більш високі темпи зростання порівняно з виробництвом. Торговля товарами тривалого користування розвивається випереджаючими темпами і відносно до всього зовнішньоторговельного, обігу головних індустриальних країн світу. Визнаними лідерами у виробництві побутової електроніки є США, Японія, Німеччина, частка яких складає більш як 60% обсягу виробництва цих товарів у світі. Приблизно така сама частка цих країн у світовому експорті.

Технічні товари тривалого користування в міжнародній торговельній практиці продаються і купуються переважно у вигляді готових до вжитку виробів, але все частіше практикують поставки їх у розібраному вигляді для наступного складання в країні-покупцеві, а також поставки у межах коопераційних угод вузлів, деталей, окремих частин або запасних частин для технічного обслуговування і ремонту.

Поставки побутових технічних товарів у розібраному вигляді (автомобілі, телевізори, аудіо- та відеотехніка, персональні комп'ютери) здійснюються в основному на ринки країн, що захищені високими митними тарифами від імпорту готової продукції в інтересах національних продуцентів таких товарів. Така практика веде до створення відповідних національних підприємств та компаній, діяльність яких спрямована на поступове опанування виготовлення вузлів, деталей та на зменшення імпоротної частки в готовому виробі. Новою формою зовнішньоторговельного сервісу у сфері побутової техніки є практика "системного продажу", коли покупцеві пропонується основний виріб і різні комплектуючі та супутні товари. Системний продаж не тільки збільшує виручку, але й є більш привабливим для покупця, ніж пропозиція розрізненого побутового приладдя.

Одним з найважливіших елементів міжнародної торгівлі побутовою технікою є організація постачальником технічного обслуговування проданих товарів. Під впливом НТП конструкції побутових машин ускладнюються, обладнуються електронікою, автоматичними системами управління. Зростають вимоги до якості і оперативності технічного обслуговування. У 80-х роках в практиці західних компаній стало нормою постачання споживачам запасних частин впродовж 1-3 діб. Таким чином, організація технічного обслуговування побутової техніки становить складний комплекс технічних і комерційних елементів, які залежні від виду виробу, обсягів постачання на конкретний ринок, географічної величини ринку, рівня промислового розвитку" країни-покупця, гостроти конкуренції та інших чинників.

Одним з найважливіших товарів на світовому ринку товарів тривалого користування є побутова електронна апаратура. Від ринків інших побутових технічних товарів цей ринок відрізняється більшим динамізмом розвитку виробництва і збуту, оновленням і розширенням гами виробництва виробів, що надходять у торгівлю. Крім того, дана апаратура є технічно одним з найбільш складних видів споживчих товарів, що зумовлює необхідність підвищення витрат на розробку і освоєння виробництва. Ринок побутової електроніки характеризується великомасштабним виробництвом, високими темпами розвитку технічного прогресу, зростанням продуктивності праці, значними витратами на наукові та дослідні роботи. Вартісний обсяг випуску цих товарів в шести провідних країнах-продуцентах (Японія, США, ФРН, Великобританія, Франція, Італія) зріс із поточних цінах більше ніж у 7 разів - з 9,1 млрд.

дол. до 66 млрд. дол. при середньорічних темпах приросту і 2,5%. Обсяг експорту за цей же період збільшився у 8 разів - з 2,4 млрд. дол. до 18,2 млрд. дол. при середньорічних темпах майже 13%. Побутова електроніка є одним із основних видів електронного обладнання, її частка у вартості виробництва і експорту всієї електронної галузі в індустріальне розвинутих країнах складає 1/5, а в усій продукції машинобудування - більше 3%. На товари цієї групи припадає 3% загальних витрат споживачів у західних країнах і 15% витрат на придбання товарів тривалого користування. Для ринку побутової, електроніки індустріальних країн є характерним його насичення багатьма видами. Показник насичення ринку певним товаром визначається відношенням кількості родин, що мають цей товар, до загальної кількості родин у країні.

Домінуюче становище на світовому ринку побутової електроніки належить США, Японії, деяким країнам Західної Європи. В останнє десятиріччя на цьому ринку з'явилась і з успіхом конкурує з названими країнами продукція південнокорейських та китайських виробників.

Зростання авторитету на ринку високотехнічних товарів нових індустріальних країн, до яких крім Північної Кореї відносять Тайвань, Сінгапур, Гонконг, ілюструє зростання їхньої частки, у світовому експорті високотехнічних товарів за останні 20 років з 1 до 9%.

Серед господарських товарів тривалого користування один з найбільших - ринок побутової холодильної техніки. Цю техніку - холодильники і морозильники - випускають зараз більше ніж в 60 країнах світу. Найбільші зарубіжні виробники - США, Японія, Італія, Німеччина, Південна Корея, Бразилія, Китай, Великобританія. Світовий ринок контролюють сім провідних фірм: "Електролюкс - Зануссі" (Швеція - Італія) з річним обсягом виробництва 10,7 млн. шт., "Дженерал Електрик" (США) - 5,2, "Уірлпул" (США) - 5,1, "Мацусіта" (Японія) - 4,5, "Бош-Сіменс" (Німеччина) - 3,7, "Томсон-Бранд" (Франція) - 1,8 млн. шт. На ринку США і країн Західної Європи найбільш широко представлена холодильна техніка виробництва США - її частка складає 70%, майже 10% - частка Німеччини, решта - 20% - майже рівно розподіляється між Францією, Великобританією, Італією.

7. 3. Світовий ринок товарів споживчого призначення

Світовий ринок товарів споживчого призначення задовольняє попит населення на непродовольчі товари: одяг, взуття, побутову техніку, товари побутової хімії, спортивні, туристичні товари, а також товари естетичного та духовного значення.

Світовий ринок товарів побутового призначення є сферою товарно-грошового обміну між країнами, який базується на міжнародному поділі праці у виробництві цих товарів. Міжнародна спеціалізація виробництва сприяє удосконаленню випуску товарів, накопиченню капіталу для втілення науки і техніки, що забезпечує конкурентну спроможність товарів.

Розвиток сучасного наукомісткого виробництва суперпобутових товарів (аудіо-, відеотехніки, персональних комп'ютерів, електротоварів, кухонних комбайнів, мікрохвильових печей та ін.) зумовлює подетальну та постадійну технологічну спеціалізацію, економічну інтеграцію країн, функціонування транснаціональних корпорацій з широкою мережею численних філіалів, що охоплюють десятки країн /напр., японська "Соні", голландська "Філіпс", американська "Еппл"/. Концентрація виробництва товарів в умовах гострої конкурентної боротьби веде до монополізації світових товарних ринків, забезпечує масовий випуск товарів, одержання високих норм прибутків ТНК.

Для боротьби з негативним впливом концентрації ринків товарів споживчого призначення в рамках ЮНКТАД в 1993 р. вжито заходи щодо антимонопольної діяльності, використання стратегії державних субсидій та протекціонізму національних ринків для підтримки прибутків малих та середніх фірм. Міжнародна стратегія малого та середнього підприємництва виробництва товарів споживчого призначення рекомендована для країн з перехідною економікою, у тому числі України.

Покупці товарів споживчого призначення відрізняються один від одного смаками, рівнем освіти та доходів, віком, статтю. Звичайно, неможливо проаналізувати поведінку всіх покупців споживчого ринку окремо.

Завдання аналізу ринку товарів споживчого призначення полягає у вивченні впливу факторів на вузькі сегменти ринку і створенні найтиповішої картини такого впливу. На поведінку споживача впливають психологічні, особистісні, соціокультурні фактори, фактори ситуаційного впливу, а також комплекс маркетингу фірми-виробника певного товару.

Основні групи факторів:

- фактори культурного рівня (культура, субкультура і соціальний стан),
- соціальні фактори (референтні групи, сім'я, ролі, статуси),
- фактори особистого порядку (вік, етап життєвого циклу сім'ї, рід занять, спосіб життя, тип особистості та уявлення про самого себе),
- фактори психологічного порядку (мотивація, сприйняття, переконання і ставлення).

Всі вони дають уявлення про те, як ефективно обслужити і охопити покупця.

Споживчі товари — це товари, які купуються для особистого (сімейного) споживання, для задоволення власних потреб. Залежно від споживацьких звичок ці товари підрозділяють на товари повсякденного попиту, товари попереднього вибору, товари особливого попиту, товари пасивного попиту.

Споживчий товар — економічний товар, що купується індивідуумами для кінцевого особистого споживання. Споживчі товари включають як товари тривалого користування, наприклад, холодильники, так і товари, що споживаються відразу, наприклад, хліб чи шоколад. Автомобіль чи комп'ютер, куплені для використання в родині, є споживчими товарами, але ті ж товари, куплені для підприємства, розглядаються як засоби виробництва.

- *Товари повсякденного попиту* — це споживацькі товари та послуги, які зазвичай купуються часто, без розмірковувань, з мінімальним порівнянням з іншими товарами.

- *Товари попереднього вибору* — товари, що їх споживач у процесі вибору і купівлі, як водиться, порівнює між собою за показниками придатності, якості, ціни і зовнішнього оформлення.

- *Товари особливого попиту* — споживацькі товари з унікальними характеристиками або марками, заради яких значні групи покупців готові витратити додаткові зусилля.

- *Товари пасивного попиту* — споживацькі товари, про придбання яких покупець зазвичай не думає, незалежно від того, знає він або не знає про їх існування. Реалізація таких товарів потребує значних маркетингових зусиль.

- *Товари малоцінні, неповноцінні* — товари, попит на які зменшується при зростанні доходу і збільшується при його скороченні; продукти, що не мають ні «миттєвої привабливості», ні переваг у довгостроковій перспективі.

Товари імпульсивного попиту — товари, рішення про придбання яких покупець приймає не заздалегідь, а в крамниці під впливом реклами чи іншого імпульсу. Звичайно такі товари намагаються продавати всюди, і споживачу не треба їх розшукувати. Так, нерідко сірники і чай у пачках у продовольчих крамницях викладають поруч з касою в розрахунку на те, що інакше покупець може і не подумати про їхнє придбання.

- *Товари обов'язкові* — товари, що обов'язково є у великій кількості у крамницях у певний сезон, коли попит на них особливо великий.

Світовий ринок текстильних товарів забезпечує попит населення на швейні вироби. За даними французького центру кон'юнктури текстильного ринку і економіки, в Західній Європі темпи зростання споживання одягу становлять 2,5-3,0% на рік з врахуванням

зростання населення, рівня прибутків, структури цін. У бюджетах європейських споживачів високий рівень споживання одягу відмічається в Італії, Австрії, Норвегії, Португалії.

Виділяють три групи країн за рівнем споживання одягу:

1) країни з високою купівельною спроможністю, значними обсягами споживання одягу: Німеччина, Франція, Італія, Австрія, Швеція, Бельгія, Голландія, Люксембург.

2) країни з середнім рівнем прибутків та споживання одягу: Великобританія, Ірландія, Ісландія;

3) країни з низьким рівнем прибутків, невеликим обсягом споживання одягу: Греція, Португалія, Іспанія.

Німеччина виділяється як споживач жіночих спідниць, де на одну жінку припадає 2, 3 штуки порівняно з 1,4 штуки в цілому в Європі. В Португалії, більше купують спортивних та ділових костюмів, чоловічих сорочок, у Франції - ділового та спортивного одягу, жіночих брюк та ансамблів.

Франція, Італія, Німеччина, Австрія спеціалізуються на виробництві елегантних текстильних виробів, адаптованих до динамічного розвитку моди сезонів. Франція - відомий всесвітній законодавець моди. Модні колекції одягу П'єра Кардена, Ніни Річі, Пако Рабана, Сен Лорана, Клода Монтана, лідера трикотажної моди Соні Рикель, фірми "Родьє", "Шанель", престижні італійські фірми "Бенетон", німецькі фірми "Бурда моден", "Тріумф Інтернаціональ" заповнюють європейські ринки дорогими супермодними товарами, які користуються попитом населення.

Американський ринок текстильних товарів найбільше розвинутий у США, Канаді, Мексиці, Бразилії, Аргентині. Інтегратором регіонального ринку текстильних виробів є місткий ринок США, який наповнюється відносно дешевими виробами латиноамериканських країн. Для боротьби з конкурентами США постійно вживають протекційні заходи з обмеження ввозу текстилю із Мексики, Бразилії, Аргентини - підвищують мита на ввіз товарів, встановлюють імпорتنі квоти, застосовують добровільне обмеження експорту.

Азіатський ринок текстильних товарів включає субрегіональні зони торговельного тяжіння: Японія має розвинутий ринок з традиціями японської культури і моди - кімоно, а також сучасних течій європейського одягу. Японія спеціалізується на експорті шовкових виробів, спортивних товарів, плащів, курток, успішно конкурує на західноєвропейських та американських ринках. Китай динамічно розвиває місткий внутрішній ринок національної традиційної і сучасної моди. Він вивозить на світовий ринок бавовняні та шовкові вироби - махрові рушники, білизну, халати, пухові куртки, плащі. Індія виділяється містким внутрішнім ринком одягу з національними особливостями вимог етносу до моди. Вона вивозить на світовий ринок бавовняні текстильні вироби - чоловічі сорочки, жіночі сукні, халати, вовняні вироби, трикотаж, шовковий одяг, тканини. Країни Близького Сходу відрізняються ринком одягу з арабським стилем та східними рисами мусульманської релігії. Сирія, Іран, Ірак експортують на Європейський ринок адаптовані моделі текстильних бавовняних, шовкових і вовняних виробів - чоловічі сорочки, килими, гардини, тканини, трикотаж, вовну.

Африканські субрегіональні ринки відбивають риси яскравої гами моди етносів магребського, сахарського, негритянського одягу.

У рамках ГАТТ в 1974, 1994, 1993 роках укладались багатосторонні угоди Комітету текстильних товарів з міжнародного регулювання світових ринків текстилю. Вони поширювались на дешеві бавовняні вироби країн, що розвиваються, продуцентів бавовни та виробів з неї - Мексики, Індії, Пакистану, Єгипту, Судану і були спрямовані на забезпечення політики протекціонізму країн-імпортерів.

Країни з перехідною економікою мають обмежені експортні ресурси і пасивне торговельне сальдо, імпортують переважно європейські та азіатські текстильні товари.

Світовий ринок взуття забезпечує потреби населення у взутті робочого, спортивного, туристичного, рекреаційного, домашнього, професійного, ортопедичного призначення. Світове виробництво взуття досягнуло 8,5 млрд. пар, що в розрахунку на душу населення

становить 1,7 пари. Перше місце у світі з виробництва взуття посідає Італія - 7,5 пар на жителя, у Франції цей показник становить - 3,4, Великобританії - 2,1, ФРН - 1,8, Японії - 0,8, США - 1,5, СНД- 2,9. Для оцінки рівня споживання необхідно враховувати кількість населення країни, темпи його зростання, статевовікову структуру, доходи, потреби в сезонному взутті.

Найбільше розвинутий у світі Європейський ринок взуття, який насичується якісними взуттєвими виробами престижних фірм.

Американський ринок взуття формується в США, Канаді, куди надходять імпорتنі потоки шкіряного взуття в Бразилії, Аргентини, Мексики. Нарощують експортний потенціал азіатські країни: Індія, Туреччина, Сирія, Південна Корея, Японія.

Світовий ринок товарів споживчого призначення динамічно розвивається, удосконалюється товарна структура, покращується асортиментний склад.

Контрольні запитання до теми 7

1. Дайте визначення «товари промислового призначення».
2. Які є групи товарів промислового призначення?
3. Що таке «промисловий ринок»?
4. Охарактеризуйте ринок машин та обладнання.
5. Назвіть особливості, характерні для торгівлі промисловими товарами.
6. Дайте визначення «товари тривалого користування»?
7. Які групи товарів виділяють у системі товарів тривалого користування?
8. Дайте визначення «світового ринку товарів побутового призначення».
9. Що таке «споживчий товар»?
10. Проаналізуйте світовий ринок текстильних товарів.
11. Проаналізуйте світовий ринок взуття.

ТЕМА 8 НАЛІЗ РИНКУ ПОСЛУГ

Зміст теоретичної частини заняття:

8. 1. Значення та особливості світового ринку послуг.
8. 2. Структура ринку послуг.
8. 3. Аналіз світового ринку транспортних послуг.
8. 4. Аналіз світового ринку туристичних послуг.

8. 1. Значення та особливості світового ринку послуг

В умовах розвитку постіндустріального суспільства в країнах Заходу набула динамічного розвитку сфера послуг. Під впливом розгортання процесів лібералізації, інтеграції та глобалізації, що відбуваються у сучасному світовому господарстві, ця тенденція стала характерною для більшості країн світу. Як показує практика, сфера послуг є однією з найважливіших і швидкозростаючих складових світової економіки. Так, у розвинених країнах світу частка сфери послуг в структурі ВВП перевищує 70%, в ній зайнято понад 60% робочої сили (у США – до 75%).

Протягом останніх десятиліть обсяг світового експорту послуг збільшився у 22 рази і продовжує зростати.

Ринок послуг — це розгалужена система вузькоспеціалізованих ринків, зокрема ринку транспортних послуг, комунікацій, комунального обслуговування, громадського харчування, туристично-рекреаційних послуг. Готельний бізнес, рекламні й консалтингові послуги, страхові та фінансові послуги, агентські та брокерські послуги, адвокатські послуги, ріелтерські послуги, франчайзинг торгівлі ліцензіями і патентами, «ноу-хау», промисловими зразками та корисними моделями, інжиніринг, лізингові послуги тощо так само формують комплекс послуг, які пропонуються на згаданому ринку.

Світовий ринок послуг — це система міжнародних відносин обміну, які існують на основі міжнародного поділу праці та інших форм міжнародних економічних відносин, де основним товарним об'єктом виступають різноманітні види послуг.

Передумовами та умовами розвитку світового ринку послуг є:

- прискорення розвитку процесу міжнародного поділу праці, який призводить до виникнення нових видів діяльності;
- науково-технічний прогрес;
- ускладнення виробництва;
- насичення ринків товарами;
- інформаційний бум;
- прискорений розвиток нових видів транспорту;
- нові наукові відкриття;
- нові форми розвитку економічних процесів.

На жаль, міжнародна торгівля послугами протягом тривалого часу залишалася поза увагою представників економічної науки у світі. Обіг в цій сфері був незначним, і проблеми, пов'язані з його регулюванням, не були чимось серйозним. В структурі міжнародної торгівлі послугами переважали такі види діяльності, як транспортні послуги, банківські і страхові операції, поштовий і телеграфний зв'язок, туризм. Кожна держава визначала порядок функціонування сфери послуг у межах своїх кордонів, а зовнішньоекономічні зв'язки достатньо успішно регламентувалися спеціальними міжнародними правилами і конвенціями.

Сьогодні міжнародна торгівля послугами набуває все більшого значення і стає предметом уваги з боку провідних спеціалістів світу. Зазвичай, міжнародну торгівлю послугами розглядають невідривно від міжнародної товарної торгівлі, а під міжнародною торгівлею розуміють торгівлю як товарами, так і послугами. Проте, поняття послуги є більш

багатогранним, ніж поняття товару. Послуга - це широка гамма різноманітних видів діяльності.

До основних особливостей світового ринку послуг слід віднести наступні:

- системність розвитку, яка означає, що ринок послуг розглядається як цілісна система з багатьма складовими, пов'язаними між собою;
- чутливість до ринкових змін, причиною якої є постійні коливання в попиті та пропозиції послуг на ринку;
- висока швидкість обороту капіталу, пов'язана з коротшим виробничим циклом в сфері послуг;
- постійне зростання асортименту послуг.

Світовий ринок послуг функціонує відповідно до основних законів ринкового господарства, а саме: закону вартості, закону попиту та пропозиції, закону росту продуктивності праці, закону нагромадження, закону пропорційного розвитку. Закономірності розвитку сфери послуг слід вбачати в поступовому залученні окремих країн до світового ринку послуг, переплетенні їх економічних інтересів в цій галузі, динамізмі розвитку національних ринків послуг, що проявляється у зростанні об'ємів надання послуг.

На світовому ринку послуг домінують вісім країн: США, Великобританія, Франція, Німеччина, Японія, Бельгія, Нідерланди, Італія, на які припадає 2/3 світового експорту послуг і більше 50% імпорту. Частка першої п'ятірки складає відповідно більше 50% експорту, при набагато нижчій частці імпорту. При цьому на чотири країни (США, Великобританію, Німеччину, Францію) припадає 44% усього світового експорту послуг. Експортна квота США і Великобританії на світовому ринку дорівнює 30%, імпортна — значно нижча.

За останній час Нова Зеландія й Австралія значно збільшили торгівлю послугами. У Новій Зеландії з 1985 по 1997 р. обсяг послуг зріс майже на 80 %, в Австралії — на 70 %. Це пов'язано насамперед із поширенням туризму, а саме зі скасуванням обмежень у повітряних перевезеннях і створенням туристичних центрів. Франція на сьогоднішній день набула ваги як продавець фінансових і фрахтових послуг, а Швеція — у сфері послуг технічного, управлінського й консультативного характеру. На відміну від них експорт послуг США, Великою Британією і Норвегією збільшився незначно. Велика Британія, США втратили більшу частину монополії, яку вони колись мали в галузі фінансових і фрахтових послуг, тоді як Японія та Німеччина стають дедалі вагомішими постачальниками таких послуг. Норвегія пережила нафтовий бум, тож головна увага приділялася тут нафтодобувній індустрії та галузям її обслуговування.

Майже абсолютними споживачами на ринку послуг є країни, що розвиваються, за винятком хіба що кількох «нових індустріальних країн», або ринків, що виникають, таких як Південна Корея (експортує інжинірингові, консалтингові та будівельні послуги), Мексика (туризм), Сінгапур (фінансові та банківські послуги). Безліч малих острівних країн спеціалізуються на туристичному та готельному бізнесі, що виступає мало не єдиним джерелом їхнього існування.

Останнім часом разом з традиційними великого значення набувають спеціалізовані послуги, такі як проектно-конструкторські, будівничо-монтажні, підготовка програмного забезпечення і техн. обслуговування обчислюваної техніки, патенти, ліцензії, ноу-хау, інжиніринг, лізингові послуги.

Міжнародне регулювання торгівлі послугами відбувається на рівні двосторонніх угод (наприклад, про транспортне сполучення, перевезення та комунікації), багатосторонніх угод у межах об'єднань країн (ЄС) або на рівні міжнародних організацій, передусім ГАТТ/СОТ.

Таким чином, розвиток світового ринку послуг відбувається значними темпами. Ринок послуг динамічніший за ринок товарів. Він розглядається як цілісна система з багатьма складовими, пов'язаними між собою. Швидко зростає асортимент послуг. Міжнародна торгівля послугами набуває все більшого значення і стає предметом уваги з боку провідних спеціалістів світу.

8. 2. Структура ринку послуг

Поняття «послуга» включає в себе комплекс різноманітних видів економічної діяльності людини.

До числа послуг можна віднести все, що не пов'язано з видобутком корисних копалин, промисловим і сільськогосподарським виробництвом. Таке узагальнене визначення призводить до різних класифікацій видів послуг.

У Системі національних рахунків (СНР) послуги поділяються на:

- споживчі (туризм, готельні послуги);
- соціальні (освіта, медицина);
- виробничі (інжиніринг, консалтинг, фінансові та кредитні послуги);
- розподільчі (торгові, транспортні, фрахтові).

У свою чергу міжнародні послуги можуть бути факторні (disembodied) - це послуги, пов'язані з перетином кордону, а також класичні послуги з надання капіталу, у сфері туризму, освіти, медицини, і не факторні (splintered, separated), для яких характерне просторове розділення виробника і споживача (фільми, патенти, видавнича діяльність).

За формами реалізації послуги можуть бути поділені на чотири основні групи залежно від знаходження виробника і споживача в момент її споживання:

1. Послуга пропонується на території її споживання. Прикладом такого «переміщення» є міграція робочої сили капіталу - мережа ресторанів «Макдональдс», банківські та страхові послуги, які пов'язані з відкриттям дочірніх відділень, філій за кордоном і обслуговуванням клієнтів на їх території.

2. Послуга споживається за кордоном, що зумовлює переміщення споживача послуги. Прикладом може виступати туризм, коли туристи виїжджають за кордон для відпочинку, розваг, ділових зустрічей і т.д.; обслуговування суден, літаків, яке відбувається в іноземних портах і аеропортах; медичне обслуговування - проведення курсу лікування, операцій в зарубіжних клініках, лікарнях; освіта - навчання в закордонних університетах, коледжах.

3. Послуга пропонується і на території її споживання і за кордоном. Наприклад, читання лекцій професорами університетів, гастролі театрів, артистів.

4. Послуга не переміщується з країни в країну. У таку групу входять послуги транспортних фірм, що надають свій транспорт для перевезення вантажів за кордон, підготовка проектно-кошторисної документації, яка потім може бути передана по каналах зв'язку.

Як правило, послуги перших трьох груп відносяться до факторних послуг, а четвертої - до не факторних.

В цілому ж до міжнародних послуг можна віднести: транспортні, послуги зв'язку, туризму, консалтингові, інжинірингові, інженерно-будівельні, інформаційні, юридичні, страхові, посередницькі, фінансові, освіти, медичні.

Послуги, в тому числі і міжнародні, на відміну від товарів мають свої особливості: по-перше, вони не володіють упредметненою формою, хоча ряд послуг здобуває її у вигляді комп'ютерних програм на магнітних носіях, кінострічок, різної документації, по-друге, послуги виробляються і споживаються в основному одночасно і не підлягають зберіганню, у зв'язку з цим потрібна присутність за кордоном безпосередніх виробників послуг або іноземних споживачів у країні їх виробництва, по-третє, не всі види послуг придатні для широкого залучення в міжнародний оборот, наприклад комунальні послуги, по-четверте, сфера послуг, як правило, більшою мірою захищена державою від іноземної конкуренції, ніж сфера матеріального виробництва.

Що стосується структури світового ринку послуг, то її розглядають по-різному. У Міжнародному валютному фонді, наприклад, усі послуги зводять до чотирьох груп:

- фрахт;
- решта транспортних послуг;
- туризм;
- інші послуги.

За іншим, більш детальним підходом, структуру послуг можна подати по-іншому:

- фінансові послуги, до яких відносять: міжнародний лізинг, міжнародний факторинг, міжнародним френчайзинг, міжнародний форфейтинг;
- міжнародний туризм;
- міжнародний ринок професійних послуг;
- міжнародний консалтинг;
- інші послуги.

Міжнародний лізинг.

За останні 15—20 років надзвичайно бурхливо розвивається міжнародний лізинг. Це одна із форм міжнародних відносин з послуг, яка має вигляд кредитування експорту й імпорту товарів, що полягає в довгостроковій оренді машин, устаткування, транспортних засобів, будівель виробничого призначення тощо.

Міжнародний лізинг — це складна фінансова операція, при якій спеціальна лізингова фірма (орендодавець) у відповідності з домовленістю з офіційним орендарем купує у виробника відповідне устаткування, обладнання, машини, наймає людей і передає на визначений час за встановлену плату орендарю. Отже, лізинг є своєрідним симбіозом кредиту та оренди, при якому споживач бере в оренду необхідний товар чи об'єкт оренди не безпосередньо у виробника, а у спеціальної компанії, котра і займається такою специфічною послуго-кредитною діяльністю. Виграють від цього усі три суб'єкти: виробник, реалізуючи товар, відразу ж отримує гроші; споживач не виплачує повну суму за товар відразу, а тільки здійснює незначні виплати протягом досить тривалого періоду; лізингова компанія, як правило, отримує стабільні значні прибутки від своєї діяльності. Якщо суб'єкти лізингу належать до двох і більше країн, то такий лізинг є міжнародним. Обсяг лізингових операцій світі за рік дорівнює в середньому 300—500 млрд. доларів США.

Загальна цінність міжнародного лізингу полягає в тому, що в такий спосіб споживачеві полегшується доступ до високих технологій, вдається оперативно замінити старе обладнання на нове, прогресивніше направляти зекономлені кошти на інші цілі, що в кінцевому результаті призводить до оптимального розвитку світової економіки.

Міжнародний факторинг.

У світі спостерігається тенденція до чіткого виділення в окремі види діяльності таких ще порівняно недавно суто банківських послуг, як факторинг і форфейтинг.

Міжнародний факторинг — це вид міжнародної діяльності з надання послуг у сфері міжнародного фінансування, при якому постачальник товарів віддає короткотермінові вимоги за товарними угодами факторинговій компанії з метою негайного отримання більшої частини платежу (як правило, 70-90% платежу уже за 2—3 дні), гарантії повного погашення заборгованості, зниження витрат при проведенні розрахунків.

Іншими словами, суть міжнародного факторингу зводиться до того, що фактор-фірма погоджується звільнити експортера від фінансового тягаря експортної угоди, особливо від очікування платежу від закордонних покупців, для того, щоб експортер зміг зосередитися на своїй безпосередній діяльності: виробництво, продаж і маркетинг товарів.

Міжнародним форфейтинг.

Якщо факторинг функціонує у сфері короткотермінових кредитів, то форфейтингова стихія — це середньострокові кредити (до 7 років).

Міжнародний форфейтинг є таким видом діяльності з надання послуг у сфері міжнародного фінансування, при якому експортер продає форфейтеру (форфейтинговій компанії) без права регресу боргове зобов'язання іноземного покупця, яке виступає у формі комерційного переказного або простого векселя з авалем.

Аваль — це письмове фінансове доручення, тобто це форма гарантії банку, фірми або іншого закладу, яка сприяє підвищенню довіри до фінансових можливостей володаря обігового кредитно-грошового документу, на якому зазначене таке поручительство.

Отже, суть міжнародного форфейтингу полягає в тому, що зобов'язання імпортера-боржника, термін виконання якого ще не настав, може бути експортером-кредитором

перетворене у валютне надходження шляхом продажу цього зобов'язання форфейтеру, котрий погоджується його купити на безповоротній основі тільки при умові наявності гарантії з боку якоїсь відомої фінансової установи у країні імпортера.

Надзвичайно ефективним міжнародний форфейтинг є при експорті засобів виробництва, коли договір купівлі-продажу може передбачати сплату купівельної ціни частинами протягом 2—5 років.

Міжнародний френчайзинг.

Міжнародний френчайзинг — це система міжнародних відносин з надання послуг, що виникають з приводу надання дозволу відомою великою фірмою однієї країни бізнесмену чи фірмі (як правило, малому підприємству) іншої країни на використання її торгової марки або на експлуатацію її готового підрозділу. При цьому фірма, котра віддає право на користування своїм підрозділом або іменем, називається френчайзером, а мале підприємство чи бізнесмен, що придбав дозвіл на таке користування, має назву френчайзі. І нарешті сам дозвіл, що виступає об'єктом купівлі-продажу, зветься френчайзою.

У відповідності з міжнародною френчайзною угодою френчайзер зобов'язується надавати френчайзі допомогу у підготовці персоналу, організаційних питань, реклами, у постачанні (пошук постачальників й отримання від них сировини за пільговими цінами) тощо. Френчайзі за ці послуги вносить одноразову плату при організації бізнесу і здійснює періодичні платежі, а також зобов'язується вкласти в цю компанію частину свого капіталу й надавати послуги в області маркетингу та менеджменту.

Міжнародний консалтинг.

Міжнародний консалтинг — це вид міжнародної діяльності з надання послуг, яку здійснюють спеціалізовані фірми одних країн у вигляді надання порад державам, виробникам, продавцям і покупцям інших країн з широкого кола питань економічної діяльності, а також яку здійснюють спеціалізовані фірми одної країни у вигляді порад з питань зовнішньоекономічної діяльності фірмам з цієї ж країни. Іншими словами, міжнародний консалтинг є такою системою послуг міжнародного рівня, при якій спеціалізовані фірми проводять аналіз, дослідження і видають рекомендації стосовно об'єкта консультацій, отримуючи за це певну винагороду.

Досить часто консалтингові послуги проводяться паралельно чи разом з наданням інших видів послуг, а тому суто консультативних фірм у світі не так уже й багато, ніж таких, котрі спеціалізуються на виданні змішаних видів послуг. Консалтингові послуги надають і фірми, що спеціалізуються далеко не на видах діяльності з послуг. Досить відомі гіганти нафтового, автомобільного та електронного бізнесу створюють свої філії, дочірні компанії, які спеціалізуються в консалтинговому бізнесі.

Консалтинг передбачає також організацію й проведення консультантом навчання та професійної підготовки спеціалістів замовника, що надзвичайно підсилює практичне застосування порад консультанта, тобто підвищує ефективність використання цих порад. Попередня оцінка консультативних послуг, як правило, здійснюється саме з урахуванням професійної цінності та досвіду практичної діяльності, а також із врахуванням економічного ефекту, що передбачається отримати від втілення поради.

8. 3. Аналіз світового ринку транспортних послуг

Глобальна економіка і функціонування світового ринку загалом були б неможливими без розвинутого транспорту й системи комунікацій. Саме бурхливий розвиток транспорту в ХХ столітті спричинив поглиблення міжнародного поділу праці й набуття світовим ринком сучасних специфічних рис, коли географічна віддаленість виробника і споживача вже перестала бути вагомим чинником, що перешкоджає економічним зв'язкам. Ринок транспортних перевезень у сучасних умовах трансформувався в ринок логістичних послуг, що є, без сумніву, основною тенденцією його сучасного розвитку.

На сьогодні транспортні послуги є дуже важливою частиною механізму передачі продукції та перевезення пасажирів і робочої сили, яка дозволяє здійснювати товарообіг між континентами та переміщення людських ресурсів для подальшого розвитку країн світу.

Сучасна **система транспортних послуг** – це складний комплекс різноманітних послуг, а також правил, принципів та закономірностей їх надання, який забезпечує нормальну роботу міжнародної транспортної системи. Вона має як позитивні, так і негативні особливості, які впливають на процеси переміщення товарів, послуг та людей. Світові транспортні послуги давно стали елементом економічного життя світу, але вони постійно розвиваються та набувають нових рис.

Сучасний світовий ринок транспортних послуг є складним структурованим комплексом, який охоплює транспортні перевезення абсолютно всіх країн світу та забезпечує безперервне функціонування міжнародного товарообороту та перевезень.

Наразі світовий обсяг експорту транспортних послуг складає близько 2 трлн. дол. США, маючи стійку тенденцію до зростання. Так, п'ятірка найбільших експортерів транспортних послуг представлена США, Німеччиною, Сінгапуром, Францією і Великобританією; п'ятірка найбільших імпортерів – США, Китаєм, Німеччиною, Індією, Францією. У цих країнах експорт (імпорт) транспортних послуг сягає 10-40 % від загального обсягу експорту (імпорту) послуг. При цьому відмітимо, що зростання обсягів перевезень усіма видами транспорту на світовому ринку супроводжується підвищенням вимог до якості транспортного обслуговування, ускладнюючи виграш у конкурентній боротьбі.

Для ефективного функціонування даної системи країни-лідери ринку встановлюють певні регулятивні норми та стандарти, які затверджуються міжнародними економічними організаціями та урядами чи відповідними відомствами цих країн. Ці дії можуть пояснюватися багатьма причинами: захист національного ринку, прагнення певних гравців на ринку транспортних послуг до монополізації деяких його сегментів, бажання захистити економіку від напливу дешевих зарубіжних товарів низької якості та нелегальної робочої сили, отримання прибутку шляхом введення додаткових бар'єрів та обмежень, політичні та соціальні причини тощо. За останні 30 років ринок транспортних послуг розвинувся більше, ніж за попередні декілька століть, з'явилися нові види послуг, новітні досягнення науки та технологій були втілені для вдосконалення функціонування системи надання послуг, пов'язаних із транспортними перевезеннями, змінилися правила та умови роботи транспортної системи світу. Сьогоднішні величезні обсяги ринку транспортних послуг пояснюються не тільки збільшенням кількості населення світу, але й збільшенням попиту на товари та послуги тому треба задовольнити цю потребу в найкоротші строки та найкращим чином. Як свідчить статистика, встановлення такої моделі суспільного попиту на товари та послуги призвело до бурхливого розвитку міжнародного ринку транспортних послуг.

Елементи сучасного світового ринку транспортних послуг розподіляються за важливістю в залежності від значущості виду транспортних перевезень, які вони доповнюють. На сьогодні основними видами транспортних перевезень є морський, повітряний, автомобільний, залізничний, трубопровідний та електронний. Вони відрізняються обсягами пасажирообороту та вантажообігу.

Зовнішньоекономічна діяльність загалом і зовнішньоторговельна зокрема тісно пов'язані з транспортними операціями. Транспортні операції починають і завершують процес реалізації зовнішньоторговельної угоди і тим самим не тільки обумовлюють практичну реалізацію договору купівлі-продажу, але і помітно впливають на контрактну ціну товару. Зусилля підприємства навіть за високої якості експортної продукції можуть бути зведені нанівець незадовільною організацією транспортного обслуговування і помилками при виборі базисних умов постачання товарів, транспортних умов у договорах купівлі-продажу.

Здійснюючи зовнішньоекономічну діяльність, учасники транспортного процесу вступають у складні відносини, механізм яких формується під впливом політичних і економічних чинників, комерційних і правових міжнародних і національних норм, актів, звичаїв. У цих умовах власникові вантажу все складніше орієнтуватися в транспортній

ситуації, що залежить від стану міжнародних ринків і позицій клієнтури, транспортної політики окремих країн і міжнародних союзів. Усе гостріше відчувається потреба у професійних знаннях, у тому числі і знаннях законодавства різних країн, міжнародних угод (конвенцій), звичаїв, техніко-економічних характеристик транспортних засобів, пунктів перевантаження і перевалювання вантажів, ринку транспортних і посередницьких послуг.

Продукцією транспорту є безпосередньо сам процес переміщення товарів від виробника до споживача. У цьому й полягає суть транспортних послуг. Вони — основна з'єднувальна ланка між продавцем і покупцем.

Транспортні послуги, як і будь-яка послуга, мають свої особливості:

1. Транспорт не виробляє нового товару чи продукту, але саме завдяки їх переміщенню з одного місця в інше забезпечується продовження процесу виробництва та обігу, має місце кінцеве споживання вироблених товарів. Переміщення товарів, продукції з місця виробництва до місця споживання і є тією споживчою вартістю, яку створює транспорт, його транспортні послуги.

2. Реалізація транспортних послуг виражається в тому корисному ефекті, який не може виникати, зберігатися і реалізовуватися у відриві від транспорту. Разом з тим виробництво транспортних послуг не відривне від їх споживання. Транспортні послуги задовольняють потреби в момент свого прояву, тобто створення таких послуг збігається з їх споживанням.

3. Транспорт займає особливе місце в міжнародному товарообігу. З одного боку, він є необхідною умовою здійснення міжнародного поділу праці, зовнішньоекономічних зв'язків. З другого боку — транспортна індустрія виступає на світових ринках експортером своєї продукції — транспортних послуг.

4. На транспортні послуги, що надаються у сфері ЗЕД, впливають всі фактори, що характеризують розвиток ринкової економіки. Насамперед це коливання попиту і пропозиції товарів, цін на нафту, валютного курсу, ступінь втручання держави у зовнішньоекономічну діяльність, стан політичних та економічних відносин різних держав тощо.

Міжнародні перевезення або міжнародні сполучення — це перевезення вантажів або пасажирів між кількома країнами, особливістю яких є обов'язковий перетин кордону як мінімум хоча б двох суміжних країн. Здійснюючи міжнародні транспортні операції, перевізники надають власникам вантажу транспортні послуги, що є специфічним товаром міжнародної торгівлі. Міжнародні транспортні послуги продаються і купуються на міжнародних транспортних ринках. Ціни транспортних послуг та інші умови їх надання в одних випадках є предметом переговорів між зацікавленими сторонами, в інших — устанавлюються самими перевізниками.

До міжнародних транспортних операцій відносять також і перевезення пасажирів між різними державами. Послуги з доставки пасажирів у міжнародних сполученнях продаються і купуються на відповідних транспортних ринках. Важливу роль при цьому відіграють туристичні агентства та інші подібні організації, що мають тісні зв'язки з підприємствами повітряного, морського, річкового, автомобільного і залізничного транспорту.

Таким чином, послуги з перевезення вантажів і пасажирів є предметом купівлі-продажу на різних міжнародних транспортних ринках. Країни, що беруть участь в міжнародних економічних зв'язках, продаючи і купуючи через своїх власників вантажу, транспортні, туристичні й інші організації транспортні послуги, здійснюють їхній експорт і імпорт.

Після успішного розвитку світовий транспорт зіткнувся з рядом проблем, що виникли не лише через кризові явища у світовій економіці, а й через внутрішньогалузеві проблеми. Ці проблеми вимагають від нас нового осмислення проблем транспорту, нових підходів до формування транспортної системи майбутнього.

Отже, перспективи розвитку міжнародного транспорту і транспортних послуг залежатимуть не тільки від загального розвитку світової економіки, її можливостей виходу з кризи та відновлення основних вантажопотоків, а й від здатності самого транспорту реорганізувати роботу та адаптувати свої структури до нових післякризових умов.

8. 4. Аналіз світового ринку туристичних послуг

Серед найрентабельніших видів бізнесу твердо зарекомендував себе міжнародний туризм, котрий об'єднує досить широкий набір послуг.

Ринок туристичних послуг – це система світових господарських зв'язків, де здійснюється процес перетворення туристично-екскурсійних послуг на грошові кошти і зворотне перетворення грошових коштів на туристично-екскурсійні послуги. Туристична галузь є важливим чинником стабільного й динамічного збільшення надходжень до бюджету, істотного позитивного впливу на стан сумісних галузей економіки, таких як транспорт, торгівля, зв'язок, будівництво, сільське господарство тощо. Міжнародний туризм вносить вагомий, з кожним роком зростаючий внесок у розвиток міжнародної економіки. Вплив глобалізаційних процесів на міжнародний туризм у світі зростає, що пов'язано з розширенням внесків міжнародного туризму в платіжний баланс країни, забезпеченням зайнятості населення, сприянням диверсифікації економіки, а також з раціональним використанням рекреаційних ресурсів

На сьогодні існують передумови для розвитку туристичної галузі. Однак для збільшення залучення іноземних туристів необхідно вжити заходів, таких як: усунення перешкод, пов'язаних з різними формами власності туристичних підприємств; незадовільним управлінням, спричиненим відсутністю підготовлених кваліфікованих кадрів; будівництвом нових туристичних об'єктів з високим рівнем комфорту; розширення спортивно-рекреаційних послуг; підвищення якості лікувальних послуг; розширення спектру пропонованих побутових послуг.

Туристичний бізнес є досить вигідним напрямом вкладання капіталу, що дає високий і швидкий економічний ефект (окупність витрат у середньому складає два-чотири роки, а витрати на створення одного робочого місця у 20 разів менші, ніж у промисловості). При цьому важливо враховувати, що туристичні послуги не вичерпуються, відтворюються безперервно, існує можливість їх постійного удосконалення, вони реалізуються за готівку у твердій валюті, а не надаються в кредит.

За числом туристів, які відвідують країну, лідерство займає Франція (до 40 млн. чоловік за рік), яка має від туристичного бізнесу біля 6 млрд. доларів США позитивного сальдо. А Іспанія, хоч і менша, кількість туристів, що її відвідує (біля 30 млн. чоловік за рік), має позитивне сальдо між експортом та імпортом туристичних послуг до 13 млрд. доларів і при цьому доходи від туризму складають третину усього експорту країни. Таку ж долю в експорті мають доходи від туризму в Австрії.

Найгірше з розвинених країн у плані експорту туристичних послуг стоять Японія (до 20 млрд. доларів негативного сальдо) і Німеччина (до 15 млрд. доларів негативного сальдо). У Японії, до того ж, дуже низька відвідуваність (усього до 2- млн. чоловік за рік).

Серед країн, що розвиваються, найбільше позитивне сальдо має Таїланд (біля 3 млрд. доларів США). Можна також відзначити, що половина валового внутрішнього продукту Багамських островів створюється за рахунок іноземного туризму.

Незважаючи на значний інтерес до дослідження міжнародного туризму, багато аспектів його функціонування потребують додаткової уваги. Зокрема, організаційний механізм та конкурентоспроможність країн на ринку туристичних послуг. Суть конкуренції у будь-якій галузі економіки розкривається з декількох позицій, в туристичній галузі до них відносять наступні: суперництво між існуючими конкурентами; туристичні послуги аналогічного або вищого рівня; постійна зміна уподобань споживачів щодо характеру послуги; зміна загальної ситуації в країні, яка може завадити розвитку туристичного бізнесу.

Потенційний турист під час вибору тієї чи іншої країни для подорожі бере до уваги такі фактори, як політична та економічна стабільність, наявність туристично-рекреаційного потенціалу, пропозиції туристичних компаній, ціни, характер транспортних зв'язків, реклама, відгуки від споживачів туристичного продукту, географічні, природні, кліматичні, культурні та релігійні характеристики країни. Одним з основних показників, що характеризують

привабливість країни з погляду міжнародного туризму, є індекс конкурентоспроможності подорожей і туризму, впроваджений для оцінки впливу різноманітних факторів та політичних подій на зміни галузі туризму в певній країні.

У деяких зарубіжних країнах туризм є однією з пріоритетних галузей, його внесок у валовий національний дохід складає 15–35%. До них відносяться Угорщина, Чехія, Австрія, Швейцарія, Італія, Франція, Іспанія, Португалія та ін.

Розвиток туризму, ріст об'єму туристичних послуг збільшує кількість робочих місць. За оцінками фахівців, на цю галузь у даний час приходиться кожне 12-те робоче місце в світі, а також близько 30% експорту послуг.

Міжнародний туризм є важливим джерелом надходжень іноземної валюти. Серед 10 країн, які отримують найвищі доходи від міжнародного туризму, найістотніший приріст надходжень від туризму був відзначений у Гонконгу (Китай) (+17%), США (+8%), Німеччині (+7%), Франції (+5%) і Великобританії (+4%). Аналіз низки інших великих туристичних напрямків також свідчить про зростання цього показника. До їх числа відносяться: Японія (+48%), Швеція (+26%), Південна Африка (+26%), Республіка Корея (+26%), Індія (+23%), Польща (+19%), Таїланд (+17%), Єгипет (+13%), Чеська Республіка (+13%), Тайвань (провінція Китаю) (+11%), Сінгапур (+10%) і Хорватія (+10 %).

Отже, не зважаючи на слабе економічне зростання в багатьох країнах і високий рівень безробіття, протягом останнього часу на ринку міжнародного туризму вдалося зберегти відносну стабільність. Найбільш інтенсивний розвиток туризму спостерігається в країнах, що розвиваються (його показник збільшився на 10–12%). Структура туризму останнім часом практично не змінилася. Європа, як і раніше, залишається лідером світового туризму. Однак тенденції розвитку міжнародного туризму супроводжуються низкою проблем, пов'язаних з економічною кризою, активізацією інтеграційних процесів в галузі транспорту і сфері туризму, візовими перешкодами та загрозою тероризму. Кожна країна використовує свою політику підвищення конкурентоспроможності туристичної індустрії, яка переслідує як економічні, так і неекономічні цілі.

Контрольні запитання до теми 8

1. Що таке «ринок послуг»?
2. Що таке «світовий ринок послуг»?
3. Які передумови та умови розвитку світового ринку послуг?
4. Назвіть основні особливості світового ринку послуг.
5. Які основні країни на ринку послуг?
6. Яка структура ринку послуг?
7. Охарактеризуйте міжнародний лізинг.
8. Охарактеризуйте міжнародний факторинг.
9. Охарактеризуйте міжнародний форфейтинг.
10. Охарактеризуйте міжнародний френчайзинг.
11. Охарактеризуйте міжнародний консалтинг.
12. Що таке «система транспортних послуг»?
13. Дайте визначення « ринок туристичних послуг».

ТЕРМІНОЛОГІЧНИЙ СЛОВНИК

Аналіз міжнародної торгівлі – це вивчення експорту та імпорту певного товару за період не менш 3- 5 останніх роки.

Атомістичний ринок – тип ринку, де існує багато постачальників, жорстка конкуренція, слабка пропозиція.

Аукціонна торгівля - це публічні торги з продажу аукціонної продукції озвученим або неозвученим способом із змагальним характером їх проведення, в результаті чого товари переходять у власність покупця, який запропонував найвищу ціну.

Базисна ціна – ціна товарів з фіксованими якісними характеристиками в заздалегідь обумовленому географічному пункті.

Внутрішній ринок – форма господарського спілкування, за якої все, що іде на продаж, надається покупцю безпосередньо виробником всередині країни.

Глобалізація – процес формування всепланетарного суспільства.

Готова продукція – продукція, яка призначена для кінцевого споживання.

Експорт – вивіз за межі країни товарів для реалізації на зовнішньому ринку.

Зовнішньоекономічні прогнози – це вихідна інформація для прийняття обґрунтованих управлінських рішень, які дозволяють мінімізувати комерційні ризики при здійсненні зовнішньоекономічних операцій.

Зовнішня торгівля – це торгівля однієї країни з іншими, яка складається з товарів і послуг оплачуваного вивезення, ввезення (експорту/імпорту).

Імпорт – ввезення товарів на територію країни-імпортера.

Індекс цін - статистичний показник, що застосовується для вимірювання динаміки цін у часі і в просторі, являє собою відносну величину.

Інтеграція – це вищий рівень розвитку міжнародних економічних відносин, збалансований розвиток економіки країн.

Класифікація – це розподіл товарів на однорідні класи, групи на основі схожості товарів за найбільш суттєвими ознаками.

Кон'юнктура світового ринку – це сукупність умов, факторів, показників, що характеризують економічну ситуацію на певному товарному ринку на певний період часу, співвідношення попиту і пропозиції.

Конкуренція – це боротьба між товаровиробниками за найбільш вигідні умови виробництва і збуту товарів з метою отримання найбільших прибутків, завоювання певного сегмента ринку.

Кооперування – це об'єднання зусиль декількох країн для випуску та торгівлі певними товарами.

Міжнародна торгівля – це обмін товарами і послугами між державами.

Міжнародний консалтинг — це вид міжнародної діяльності з надання послуг, яку здійснюють спеціалізовані фірми одних країн у вигляді надання порад державам, виробникам, продавцям і покупцям інших країн з широкого кола питань економічної діяльності, а також яку здійснюють спеціалізовані фірми однієї країни у вигляді порад з питань зовнішньоекономічної діяльності фірмам з цієї ж країни.

Міжнародний лізинг — це складна фінансова операція, при якій спеціальна лізингова фірма (орендодавець) у відповідності з домовленістю з офіційним орендарем купує у виробника відповідне устаткування, обладнання, машини, наймає людей і передає на визначений час за встановлену плату орендарю.

Міжнародний поділ праці – це спеціалізація окремих країн на виробництві окремих товарів для обміну ними.

Міжнародний ринок – частина національних ринків, які безпосередньо пов'язані із зарубіжними ринками.

Міжнародний факторинг — це вид міжнародної діяльності з надання послуг у сфері міжнародного фінансування, при якому постачальник товарів віддає короткотермінові вимоги

за товарними угодами факторинговій компанії з метою негайного отримання більшої частини платежу (як правило, 70-90% платежу уже за 2—3 дні), гарантії повного погашення заборгованості, зниження витрат при проведенні розрахунків.

Міжнародний форфейтинг - це такий вид діяльності з надання послуг у сфері міжнародного фінансування, при якому експортер продає форфейтеру (форфейтинговій компанії) без права регресу боргове зобов'язання іноземного покупця, яке виступає у формі комерційного переказного або простого векселя з авалем.

Міжнародний френчайзинг — це система міжнародних відносин з надання послуг, що виникають з приводу надання дозволу відомою великою фірмою однієї країни бізнесмену чи фірмі (як правило, малому підприємству) іншої країни на використання її торгової марки або на експлуатацію її готового підрозділу.

Міжнародні торги - це змагальні методи торгівлі, при якому організатор торгів заздалегідь визначає умови проведення конкурсу між діловими партнерами, включаючи основні умови майбутнього договору, процедуру подання та склад тендерних пропозицій

Монополістичний ринок – тип ринку, де домінує один або дуже обмежена кількість постачальників.

Напівфабрикати – продукти, що потребують подальшої обробки або включення до складу інших товарів.

Національний ринок – внутрішній ринок, частина якого орієнтується на іноземних покупців.

Номенклатура – це перелік товарних найменувань (позицій), розподілених за прийнятою класифікаційною схемою.

Олігополістичний ринок – тип ринку, де панує група значних продавців і покупців.

Підвищувальна кон'юнктура (ринок продавця) – стабільне перевищення попиту над пропозицією.

Понижувальна кон'юнктура (ринок покупця) – перевищення пропозиції над попитом.

Попит – це форма виразу потреб людей у тих чи інших споживчих благах.

Потреби – це нестатки, підкріплені певним соціально-культурним рівнем людини.

Прогноз кон'юнктури світового ринку – це об'єктивне, науково обґрунтоване судження про динаміку основних параметрів (показників) об'єкта, що аналізується, та альтернативних варіантів їх можливого розвитку за умови виконання за заздалегідь прийнятих гіпотез та передумов, які сформульовані розробником прогнозу для заданої перспективи.

Ринок послуг — це розгалужена система вузькоспеціалізованих ринків, зокрема ринку транспортних послуг, комунікацій, комунального обслуговування, громадського харчування, туристично-рекреаційних послуг.

Ринок туристичних послуг – це система світових господарських зв'язків, де здійснюється процес перетворення туристично-екскурсійних послуг на грошові кошти і зворотне перетворення грошових коштів на туристично-екскурсійні послуги.

Світова пропозиція – це кількість товару, яку виробники готові реально запропонувати покупцеві за існуючого рівня світових цін на ринку та певних виробничих потужностей.

Світова ціна – це грошовий еквівалент інтернаціонально вартості виробництва того чи іншого товару, яка об'єктивно встановлюється на світовому ринку.

Світовий попит – це така кількість товару, за яку покупець здатний заплатити гроші при даному рівні цін.

Світовий ринок товарів і послуг – сукупність національних ринків, поєднаних між собою всесвітніми господарськими зв'язками на основі міжнародного поділу праці, спеціалізації, кооперування, інтеграції виробництва та збуту товарів та послуг.

Світовий ринок товарів побутового призначення - це сфера товарно-грошового обміну між країнами, яка базується на міжнародному поділі праці у виробництві цих товарів.

Сировинні товари – речовини природного та штучного походження, що є основою для виробництва готової продукції.

Система транспортних послуг – це складний комплекс різноманітних послуг, а також правил, принципів та закономірностей їх надання, який забезпечує нормальну роботу міжнародної транспортної системи.

Спеціалізація – це випуск та реалізація певних товарів і послуг.

Стратегія – це комплекс маркетингових заходів для проникнення та закріплення на світових товарних ринках, розширення зайнятих сегментів певних ринків.

Структура СРТП (сегментація ринку) – це поділ світових ринків за певними ознаками на окремі частини.

Товар – це все, що може задовольнити потребу або побажання і пропонується ринкові з метою привернення уваги, придбання, використання чи споживання.

Товарна номенклатура – це групи (серії) товарів, тісно пов'язаних між собою або через подібність використовуваних функцій, або якісних властивостей.

Товарна структура експорту (з країни, групи країн, усіх країн світу) – це систематизація за певними ознаками сукупності товарів, що вивозяться.

Товарна структура імпорту до країни або групи країн - це систематизація за певними ознаками сукупності товарів, що ввозяться.

Товарний асортимент – це сукупність усіх товарних одиниць, які пропонує покупцям конкретний продавець.

Товарна біржа – це організований ринок, призначений для продажу різних товарів, що користуються попитом і розташовуються поблизу великого торговельного та економічного центру.

Торговельне сальдо – це різниця між вартісними обсягами експорту та імпорту.

Торговельний обіг - це сума вартісних обсягів експорту й імпорту.

Ціна товару – це кількість грошових одиниць певної валютної системи, яку має заплатити покупець продавцю в тій чи іншій валюті за весь товар або одиницю товару на узгоджених базисних умовах.

ОСНОВНІ ПИТАННЯ НА ЕКЗАМЕН

1. Сутність і структура світового товарного ринку.
2. Особливі види ринків.
3. Аналіз шляхів розвитку та умов виникнення світових товарних ринків.
4. Класифікація світових товарних ринків.
5. Кон'юнктура: визначення, фактори та умови формування.
6. Класифікація кон'юнктури.
7. Етапи дослідження і показники аналізу кон'юнктури ринку.
8. Ціноутворення на світових товарних ринках.
9. Аналіз проблем сучасного ціноутворення.
10. Особливості світового ринку машин та обладнання.
11. Сегменти світового ринку машин та обладнання.
12. Аналіз ціноутворення на машини та обладнання.
13. Аналіз світової торгівлі машин та обладнання.
14. Сутність світового ринку палива та енергоресурсів
15. Енергетичні баланси.
16. Світовий ринок нафти і нафтопродуктів.
17. Аналіз світового ринку газу.
18. Світовий ринок вугілля.
19. Світовий ринок електроенергії та інших енергоносіїв.
20. Поняття, особливості ринку сировинних товарів
21. Чинники впливу на формування ринку сировинних товарів.
22. Міждержавне регулювання світових ринків сировини.
23. Загальна характеристика світового ринку продовольчих товарів.
24. Класифікація продовольчих ринків
25. Аналіз проблем світового ринку продовольчих товарів.
26. Основні тенденції розвитку світового ринку продовольчих товарів
27. Структура та особливості світового ринку промислових товарів
28. Характеристика світового ринку товарів тривалого використання
29. Світовий ринок товарів споживчого призначення.
30. Значення та особливості світового ринку послуг.
31. Структура ринку послуг
32. Аналіз світового ринку транспортних послуг.
33. Аналіз світового ринку туристичних послуг.

МЕТОДИ КОНТРОЛЮ

Оцінювання знань з навчальної дисципліни «Аналіз світових товарних ринків» проводиться за рейтинговою системою. Загальний рейтинг з дисципліни складає 100 балів. Загальна кількість балів між видами контролю розподіляється наступним чином:

Робочою програмою передбачено здачу 2 модулів, що в свою чергу включають 4 змістових модулів. Розподіл балів проводиться наступним чином, згідно структури даної дисципліни за модульною системою:

- максимальна кількість балів за проходження 2 модулів – 75 балів;
- максимальна кількість балів за перший модуль – 40 (20 балів винесено на поточну роботу студента по засвоєнню навчального модуля під час практичних занять; 20 балів винесено на проходження тестування по засвоєнню лекційного матеріалу);
- успішною є проходження модуля, якщо студент(ка) набрав(ла) не менше 60% балів;
- максимальна кількість балів за другий модуль – 35 (15 балів винесено на поточну роботу студента по засвоєнню навчального модуля під час практичних занять; 20 балів винесено на проходження тестування по засвоєнню лекційного матеріалу);
- успішною є проходження модуля, якщо студент(ка) набрав(ла) не менше 60% балів;
- максимальна кількість балів, отриманих при здачі екзамену – 25 балів.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ СТУДЕНТІВ

Форма підсумкового семестрового контролю – екзамен, 8 семестр

Модуль 1			Модуль 2			Підсумковий контроль	Разом з дисципліни
Аудиторна та самостійна робота			Аудиторна та самостійна робота				
Теоретичний курс (тестування)	Практична робота		Теоретичний курс (тестування)	Практична робота		25	100
20	20		20	15			
№ лекції	Вид робіт	Бал	№ лекції	Вид робіт	Бал		
Лекція 1	Пр. зан. 1	5	Лекція 5	Пр. зан. 5	4		
Лекція 2	Пр. зан. 2	5	Лекція 6	Пр. зан. 6	4		
Лекція 3	Пр. зан. 3	5	Лекція 7	Пр. зан. 7	4		
Лекція 4	Пр. зан. 4	5	Лекція 8	Пр. зан. 8	3		

ПЕРЕЛІК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

Основна

1. Іванова Л. О. Кон'юнктура ринків : навч. посібник / автори Іванова Л. О., Музика О. М. – Львів : Видавництво Львівської комерційної академії, 2011. – 447 с.
2. Кириченко О.А. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності: Навч. Посіб. – К.: Знання - Прес, 2002. – Гл. 14–16.
3. Козик В.В., Панкова Л.А., Даниленко Н.Б. Міжнародні економічні відносини. – К.: Знання-Прес, 2002. – С. 41–170.
4. Кредісов А.І., Березовенко С.М., Биков Г.М., Волошин В.В., Расшивалов Д.П. та ін. Управління зовнішньоекономічною діяльністю. – К.: ВІРА-Р Альтпрес, 2002. – С. 1–4.
5. Кучеренко В. Р. Аналіз ринкової кон'юнктури: [Навчальний посібник] /В.Р. Кучеренко, А.В. Андрейченко, С.А. Горбаченко, Р.В. Грінченко, В.А. Карпов. – Одеса: ОНЕУ, 2014. – 345 с.
6. Орлов П. А. Збутова діяльність промислових підприємств: теорія та напрямки розвитку : монографія / П. А. Орлов, Г. О. Холодний, Т. І. Притиченко та ін. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2008. – 232 с.
7. Про захист економічної конкуренції : Закон України від 11.01.2001 р. № 2210-III // Голос України. – 2001. – № 37. – С. 45.
8. Пузакова Е.П. Мировая экономика: Навчальний посібник. – Р-н-Д.: Феникс, 2001. – С. 222–261.
9. Рум'янцев А.П., Рум'янцева Н.С. Зовнішньоекономічна діяльність: Навчальний посібник .-К.:ЦУЛ, 2014 . – 377 с.
10. Телетов О. С. Маркетинг у промисловості : підручник / О. С. Телетов. – К. : Центр навч. літератури, 2004. – 248 с.

Допоміжна

1. Бураковський І. Теорії міжнародної торгівлі. — К.: Основи, 2000. – 450 с.
2. Глобальна торгова система: розвиток інститутів, правил, інструментів СОТ: Монографія. — К.: Вид-во КНЕУ, 2003. – 660 с.
3. Гонтар В. М. Дослідження кон'юнктури світових товарних ринків: Навч. посіб. — К.: УММБ, 1998. – 15 с.
4. Дахно І. І. Міжнародна торгівля: Навч. посіб. — К.: МАУП, 2003. – 293 с.
5. Жук М. Комерційні відносини України: організація зовнішньої торгівлі: Підручник. — Чернівці: Рута, 2004. – 560 с.
6. Інфраструктура товарного ринку: Навч. посіб. — К.: МАУП, 2004. – 255 с.
7. Коваленко Ю. О., Рум'янцев А. П. Міжнародна торгівля послугами. — К.: Центр навч. л-ри, 2003. – 343 с.
8. Козак Ю. Г., Логвинова Н. С., Ржепішевський К. І. та ін. Основи міжнародної торгівлі: Навч. посіб. — 2-ге вид., перероб. та доп. — К.: Центр навч. л-ри, 2003. – 18 с.
9. Козик В. В., Панкова Н. Б. Міжнародні економічні відносини: Навч. посіб. — К.: Знання — Прес, 2001. – 36 с.
10. Кучеренко В. Р. Моніторинг світових ринків харчової сировини і продукції АПК: [Навчальний посібник] /В.Р. Кучеренко, А.В. Андрейченко, Р.В. Грінченко.- Одеса,2013. – 111 с.
11. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: Навчальний посібник /За ред. .Козака Ю.Г., Логвинової Н.С., Сіваченка І.Ю.-2-ге вид., перераб.і доп.- К.:ЦУЛ,2016 . – 792 с.
12. Ляшенко Г. П., Лазебник Л. Л. Кон'юнктурні дослідження на світових товарних ринках: Навч. посіб. — Ірпінь: Академія ДПС України, 2003. -15с.
13. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності: Підручник / За ред. О. А. Кириченко. — К.: Знання, 2005. – 287 с.
14. Новицький В. Є. Міжнародна економічна діяльність України: Підручник. — К.: Вид-во КНЕУ, 2003. – 948 с.

15. Осика С. Г., П'ятницький В. Т. Світова організація торгівлі: Підручник. — К.: К.І.С., 2001. — 516 с.
16. Пазуха М. Д. Кон'юнктура світових товарних ринків: Навч. посібник. — К.: Центр навч. л-ри, 2008. — 272 с.
17. Перейгер Д., Пономаренко С. Торгівельні партнери України: пошук шляхів поглиблення співробітництва // Економіка України. — 2002. - №11. — С. 68.
18. Рокоча В. В. Міжнародна економіка: Навч. посіб.: У 2 кн. — К.: Таксон, 2000. — 318 с.
19. Румянцев А. П., Коваленко Ю. О. Міжнародна торгівля послугами: Навч. посіб. — К.: Центр навч. л-ри, 2003. — 360 с.
20. Світовий ринок товарів та послуг: Підручник: У 2 ч. — К.: КНТЕУ, 2005, 2006. — 240 с.
21. Система світової торгівлі: Практ. посіб.: Пер. з англ. — К.: К.І.С., 2002 —15 с.
22. Солонінко К.С. Міжнародна економіка: Навчальний посібник. — К.: Кондор, 2008. — С. 187-212.
23. Солонінко К.С., Урманов Ф.Ш., Ярошенко С.А. Світова економіка і міжнародні економічні відносини. — Житомир: ЖІТІ, 1998. — С. 202 – 213.
24. Філіпенко А.С., Будкін В.С., Гальчинський А.С. та ін. Україна і світове господарство: взаємодія на межі тисячоліть. — К.: Либідь, 2002. — С. 84-99; 176-231.
25. Філіпенко А.С., Будкін В.С., Веклич О.О., Годун С.Д., Дудченко М.А. та ін. Світова економіка. — К.: Либідь, 2002. — С. 112-131.
26. Циганкова Т. М., Петрашенко Л. П., Кальченко Т. В. Міжнародна торгівля : Навч. посіб. — К.: Вид-во КНЕУ, 2001. — 488 с.
27. Шканова О. М. Інфраструктура товарного ринку: Навч. посіб. — К.: МАУП, 2004. — 180 с.
28. Шпак В. А., Кондорі Ромео. Міжнародна торгівля: Практикум. — К.: УВПК “Екс об”, МАУП, 2004. — 384 с.
29. Шкварчук Л. О. Ціни та ціноутворення. — К.: Кондор, 2003. — 460 с.

ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

Сторінка курсу в А-Tutor (ID: 3319). URL: <https://dl.tntu.edu.ua/index.php>

Адреси бібліотек:

1. Науково-технічна бібліотека ТНТУ:

Україна, 46001, м. Тернопіль, вул. Руська 56, корпус №2

<http://library.tntu.edu.ua/>

2. Обласна універсальна наукова бібліотека:

46020, Тернопіль, Шевченка, 15

<http://www.library.te.ua>

Інтернет ресурси:

1. <http://portal.rada.gov.ua/> - офіційний сайт Верховної Ради України.

2. <http://www.minfin.gov.ua/> - офіційний сайт Міністерства фінансів України.

3. <http://www.bank.gov.ua/> - офіційний сайт Національного Банку України.

4. <http://ukrstat.gov.ua> - офіційний сайт Державного комітету статистики України.

<http://ua-ekonomist.com/> - український журнал Економіст.