

ТЕМА 2

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО РИНКУ ТОВАРІВ І ПОСЛУГ



Мета: засвоєння теоретичних основ розвитку світового ринку товарів і послуг; вивчення економічних теорій, що пояснюють функціонування, механізм запиту та пропозиції, структуру ринків, роль конкуренції ринку та державного регулювання в економічних відносинах, а також розуміння процесів, що впливають на нього.

Основні поняття: чинники становлення ринку, еволюція ринку, моделі розвитку ринку, теорія меркантилізму, теорія абсолютних переваг, теорія порівняльних переваг, теорія Хекшера-Оліна, неотехнологічні теорії, теорія життєвого циклу продукції, концепція конкурентних переваг М. Портера.

План

- 1 Головні чинники, фактори та риси становлення ринку.
- 2 Особливості еволюції ринку, структурні зміни, моделі розвитку.
- 3 Еволюція теорій торгівлі з огляду застосування для проведення аналізу розвитку основних етапів функціонування ринку.
- 4 Концепція теорії життєвого циклу продукції на світовому ринку з точки зору особливостей формування світової ціни на окремі види товарів.

1 Головні чинники, фактори та риси становлення ринку

Становлення ринку є важливим етапом економічного розвитку, адже він виступає основним механізмом у забезпеченні обміну товарами та послугами між виробниками та споживачами. Розуміння головних чинників та факторів, що визначають його формування, є необхідним для оцінки економічної стабільності та розвитку будь-якої країни.

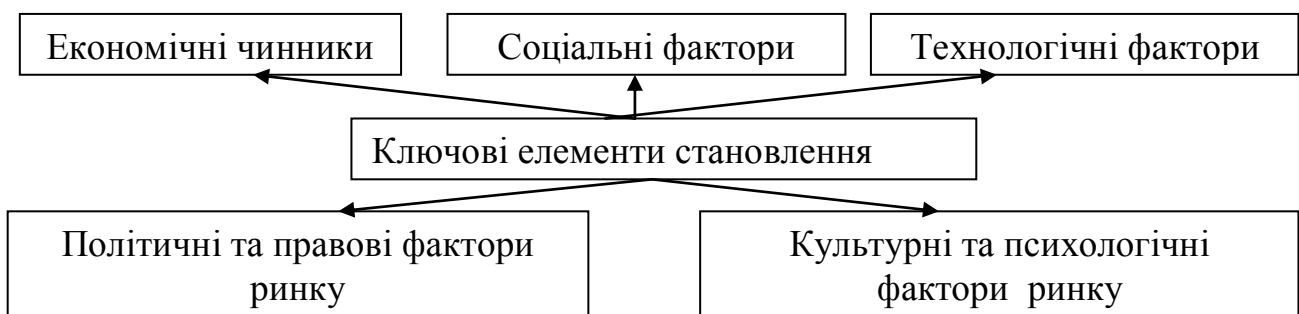


Рисунок 2.1 – Ключові елементи становлення ринку

Основними економічними чинниками є рівень розвитку виробництва, ринкова конкуренція, пропозиція і попит на товари та послуги. Стабільна економіка забезпечує стабільність цін, ефективність розподілу ресурсів та поступовий розвиток підприємництва. Водночас економічна ситуація, такі як

інфляція, безробіття та зміни в податковій політиці можуть впливати на функціонування ринку.

Соціальні чинники включають рівень доходів населення, рівень освіти та освітніх послуг, соціальні потреби та споживчі настрої. Якщо населення має стабільний рівень доходу та доступ до сучасних соціальних послуг, це стимулює попит на ринку. Також важливим фактором є наявність соціального середовища, яке заохочує підприємницьку активність і створює умови для конкуренції та інновацій.

Технічний прогрес відіграє одну з ключових ролей у становленні ринку, оскільки сприяє розвитку нових товарів і послуг, змінює організацію виробництва та дозволяє підвищувати його ефективність. Інновації в сфері технологій забезпечують зростання конкурентоспроможності підприємств, ведуть до змін в ринкових процесах і впливають на загальний тренд розвитку ринку.

Вплив політичних і правових аспектів на розвиток ринку не можна недооцінювати. Політичні рішення щодо регулювання ринку, створення бізнес-підтримки, законотворчої діяльності можуть стимулювати або гальмувати економічний розвиток. Правова система гарантує захист прав споживачів і підприємців, визначає умови для легітимної конкуренції, інвестиційних можливостей та захисту ринкових інтересів.

Культурні цінності та традиції суттєво впливають на ринкові стосунки. Наприклад, бажання підтримувати національного виробника або пошук етичних і екологічно чистих продуктів можуть мати важливий вплив на попит. Також психологічні чинники, як схильність до ризику або консерватизм, можуть формувати моделі поведінки споживачів.

Зрілість ринку проявляється в його стабільності, здатності адаптуватися до змін і ефективно управляти ресурсами, а також забезпечувати баланс між попитом і пропозицією.

До основних рис ринку відносяться конкуренція, регуляція і контроль, а також динамічність. Конкуренція проявляється в боротьбі за якість, ціну та інновації між різними учасниками ринку, а регуляція та контроль забезпечують правильне функціонування ринкових відносин і захист прав споживачів. Ринок є динамічною системою, де постійно змінюються пропозиція та попит, з'являються нові технології і продукти, що підвищують його гнучкість і здатність адаптуватися до змін.

Отже, ринок є складною і багатофакторною системою, в якій взаємодіють економічні, соціальні, технологічні, політичні та культурні чинники. Розуміння цих аспектів є важливим для прогнозування та прийняття економічних рішень.

2 Особливості еволюції ринку, структурні зміни, моделі розвитку

Ринок, як економічна система, постійно змінюється. Його еволюція відбувається під впливом численних факторів, таких як розвиток технологій, зміни в соціальних потребах та економічній ситуації.

Таблиця 2.1 – Етапи еволюції ринку

Етап	Характеристика
Перехід від товарообміну до ринку	Ринок починає використовувати гроші як основний засіб обміну
Формування капіталістичного ринку	Поява великих підприємств, банків, та державного регулювання
Становлення глобального ринку	Ринки стають глобалізованими завдяки розвитку транспорту та комунікацій
Цифровізація ринку	Розвиток онлайн-комерції та цифрових ринків, що зміщують традиційні ринки

Відображенням змін на ринку є структурні перетворення, які спричиняють зростання чи зменшення певних секторальних пропозицій, розвитку нових форм бізнесу або навіть нового споживчого попиту. Зміни в розвитку ринку породжують різні моделі, на основі яких відбувається адаптація ринкових відносин до конкретних економічних умов.

Еволюція ринку залежить від багатьох факторів, серед яких можна виділити кілька основних етапів.

Структурні зміни ринку визначають його внутрішні трансформації, які відбуваються під впливом нових економічних тенденцій, технологій чи соціальних факторів.

Таблиця 2.2 – Структурні зміни ринку

Чинник	Опис
Зміна пропозиції та попиту	Індивідуальні споживчі потреби змінюють структуру ринку
Концентрація капіталу	Великі компанії починають поглинати менші, зростає кількість монополій
Цифрові трансформації	Розвиток інтернет-бізнесу, що змінює традиційні моделі виробництва та збуту товарів
Диверсифікація пропозиції	Пропозиція продуктів стає більш різноманітною, компанії орієнтуються на індивідуальні запити
Розвиток сектора послуг	Перехід до розвитку послуг замість класичних товарів: ІТ, фінансові послуги, навчання.

Розвиток ринку може здійснюватися за різними моделями залежно від конкретних економічних і соціальних умов.

Таблиця 2.3 – Моделі розвитку ринку

Модель	Опис
Модель ринкової економіки	Мінімальне державне втручання, попит і пропозиція визначають ціни і економічні відносини.
Модель змішаної економіки	Поєднання ринкових принципів і активного втручання держави для досягнення соціальних цілей
Модель планової економіки	Держава контролює виробничі процеси і розподіл ресурсів
Модель цифрового ринку	Використання електронних платформ для купівлі-продажу, цифрових валюти та онлайн-торгівлі
Глобальна модель розвитку	Інтеграція ринків у глобальному масштабі завдяки сучасним технологіям і транспортним комунікаціям

Еволюція ринку є постійним процесом, пов'язаним із змінами технологій, соціальних відносин та економічних структур. Структурні зміни на ринку відображають підвищення його адаптивності та зростання інновацій. Різноманітність моделей розвитку ринку дозволяє краще зрозуміти, яким чином може здійснюватися адаптація ринкових відносин до нових економічних умов.

3 Еволюція теорій торгівлі з огляду застосування для проведення аналізу розвитку основних етапів функціонування ринку

Теорії торгівлі відіграють важливу роль у розумінні етапів еволюції ринків і виявляють закономірності, які можуть бути корисними для аналізу розвитку різних ринкових систем. Від розвитку класичних економічних теорій до сучасних підходів, теорії торгівлі змінювались та вдосконалювались, щоб врахувати нові економічні реалії та специфіку різних типів ринків.

Теорії торгівлі забезпечують інструменти аналізу на кожному етапі розвитку ринку, дозволяючи оцінювати ефективність міжнародної співпраці, структуру експорту та імпорту, рівень конкуренції та перспективи економічного зростання.

Ключові етапи розвитку теорій торгівлі можна поділити на кілька основних періодів.

Таблиця 2.4 – Основні етапи еволюції теорій торгівлі та їхні характеристики

Етап розвитку	Ключові ідеї	Вплив на ринок
Меркантилізм (XV-XVIII ст.)	Накопичення золота й срібла, стимулювання експорту, обмеження імпорту	Створення протекціоністських політик, зміцнення державного контролю
Класична теорія (кінець XVIII - XIX ст.)	Адам Сміт і Давид Рікардо: концепція абсолютних і порівняльних переваг, вигода міжнародної торгівлі для всіх	Лібералізація торгівлі, розвиток міжнародних ринків
Неокласична теорія (XIX-XX ст.)	Модель Хекшера-Оліна: торгівля на основі відмінностей у ресурсах, вплив на розподіл доходів	Формування економічної спеціалізації країн
Теорії сучасної торгівлі (XX-XXI ст.)	Економіки масштабу, технологічні розриви, імпортозаміщення, зосередження на інноваціях і глобальних ланцюгах постачання	Посилення конкуренції, інтеграція у світову економіку

Еволюція теорій торгівлі відображає розвиток економічних умов і трансформацію ринкових відносин у світі. Від часу меркантилізму, коли акцент робили на накопиченні багатства, до сучасного фокусу на глобалізації та інноваціях, ці теорії демонструють значення торгівлі як рушія економічного прогресу та міжнародної співпраці.

Змінюючись і вдосконалюючись, теорії торгівлі залишаються універсальними інструментами для аналізу економічних процесів. Вони

дозволяють зрозуміти історичні умови розвитку ринків, обґрунтувати економічну спеціалізацію країн та розробляти зовнішньоекономічну політику.

Особливого значення теорії набувають у сучасному світі, де глобалізація сприяє інтеграції ринків, але разом із цим створює нові виклики. Зокрема, постає необхідність вирішення питань рівномірного розподілу вигод від міжнародної торгівлі, зменшення соціально-економічної нерівності та забезпечення сталого розвитку.

Застосування теорій торгівлі в сучасних умовах відкриває можливості для формування конкурентоспроможної економіки, що базується на інноваціях, стійкості та інтеграції у світові ринки.

4 Концепція теорії життєвого циклу продукції на світовому ринку з точки зору особливостей формування світової ціни на окремі види товарів

Теорія життєвого циклу продукції (ЖЦП) – це концепція, яка описує етапи розвитку товару від його впровадження на ринок до його зникнення. Цей підхід не лише допомагає аналізувати зміни попиту та пропозиції на окремі види товарів, а й визначає особливості формування світової ціни на різні категорії продуктів залежно від їхньої стадії життєвого циклу. Кожна фаза циклу супроводжується різними характеристиками, такими як інновації, конкуренція, економія на масштабах та зниження витрат, що суттєво впливає на рівень світових цін.

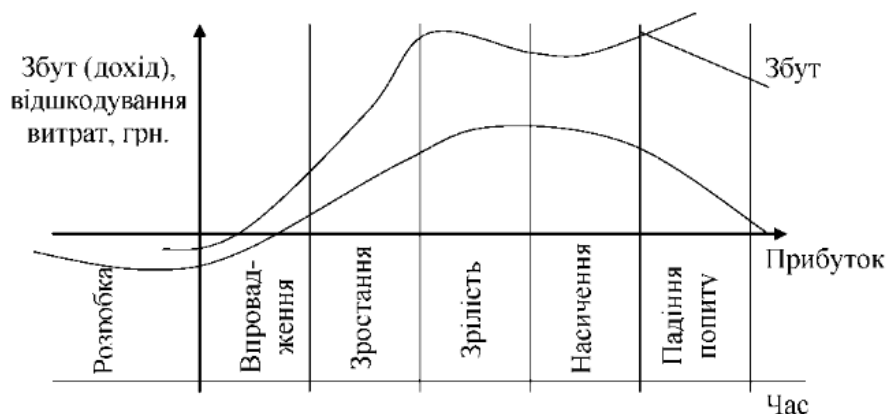


Рисунок 2.2 – Життєвий цикл продукції [2]

Життєвий цикл продукції включає п'ять основних етапів:

1) Впровадження – це стадія, на якій товар вперше з'являється на ринку. Попит на нього ще низький, а ціна часто висока через значні витрати на розробку, рекламу і запуск виробництва. У цьому етапі йде виведення продукції на ринок, тому ціна часто залишається високою.

2) Зростання – цей етап характеризується початком зростання попиту на товар. Зростання виробництва та зниження витрат через ефект масштабу дозволяє знизити ціни, при цьому конкуренція також починає посилюватися, тому ціни ще продовжують знижуватися.

3) Зрілість – на цьому етапі ринок насичується, попит вже не зростає такими темпами. Ціни продовжують знижуватися, адже конкуренція на ринку

зростає, а виробники шукають способи зменшення витрат для підтримання привабливості товару для споживачів. Товари стають доступнішими, а ціни зазвичай знижуються.

4) Насичення – продукт займає всю можливу частку ринку, і потенційний попит майже вичерпано. Продажі стабілізуються, але ніяких суттєвих змін уже не відбувається, ринок може бути перенасичений.

5) Падіння попиту (спад) – на етапі спаду попит на товар зменшується через появу нових або кращих товарів. Виробники можуть поступово знижувати обсяги виробництва або зовсім припинити випуск продукту. Ціни можуть або залишатись низькими, якщо існує надлишок пропозиції, або зростати в разі дефіциту.

Концепція теорії життєвого циклу продукції дає змогу зрозуміти, чому ціни на окремі товари змінюються у світовій торгівлі залежно від стадії розвитку товару. Вона дозволяє аналізувати, як міжнародна конкуренція, технологічні інновації та зміни у попиті впливають на рівень цін на ринку, а також як країни і компанії адаптуються до цих змін для оптимізації своїх виробничих та торговельних процесів.