

ФУНКЦІОНАЛЬНА РОЛЬ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

У статті розглянуто вплив і функціональну роль глобалізації у міжнародній торгівлі. Висвітлено знання загальної кон'юнктури ринку, широкі комерційні зв'язки міжнародної торгівлі із різними суб'єктами товарного ринку.

В статье рассмотрено влияние и функциональную роль глобализации в международной торговле. Освещены знание общей конъюнктуры рынка, широкие коммерческие связи международной торговли с различными субъектами товарного рынка.

The article deals with the influence and functional role of globalization in an international trade. Knowledge of general market opportunities, wide commercial ties of the international trade with different agents of commodity market are highlighted.

Ключові слова: глобалізація, мала глобалізація, альтернативні глобалісти, міжнародна торгівля.

Початок ХХІ століття ознаменував небувалу інтенсивність розвитку взаємовідносин і взаємозалежності національних економік. Такий розвиток спричинив фактичний перехід до дедалі виразнішого формування глобальних економічних структур. Процес економічної глобалізації створив чимало нових можливостей для економічного розвитку і водночас виявив нові або ж значно загострив старі суперечності світової економіки. Через те він дуже неоднозначно сприймається як серед науковців — авторів численних публікацій з питань глобалізації, так і серед політичних та громадських діячів. Не випадково гостра боротьба між прибічниками глобалізації та її супротивниками — антиглобалістами або ж «альтернативними глобалістами» — є однією з визначальних рис сучасного світового розвитку [1, с.9].

Мета статті – розглянути вплив глобалізації на міжнародну торгівлю.

Дослідженню міжнародної торгівлі в умовах глобалізації присвятили свої праці такі науковці В.А.Воеводін, В.С.Марция, М.Балабан, Н.О.Голошубова, В.М.Торопков, С. М.Сукачова, Н.Трішкіна, О.Шнирков та інші.

Процес глобалізації за своїм змістом та структурою є настільки складним та неоднозначним, що навіть серед фахівців, які займаються цією проблемою вже багато років, спостерігаються значні розбіжності в позиціях щодо сутності, етапів розвитку, основних чинників, проявів та шляхів розв'язання суперечностей означеного процесу. І це значно ускладнює планування раціональної економічної політики України в цілому та політики нарощування конкурентоспроможності її економіки зокрема [9, с.32].

Глобалізація економіки, перехід від моделі масового виробництва, притаманного ері нафти та автомобіля, до моделі гнучких мереж, що притаманні ері інформаційних технологій, спричинили фундаментальні зрушення в просторовій конфігурації процесу накопичення капіталу.

На початку ХХІ ст. темпи глобалізації торгівлі та капіталу випереджають темпи глобалізації виробництва. Глобальні фінансові потоки втратили

органічний зв'язок з потоками реальних ресурсів та довготермінових виробничих інвестицій, усе більше набувають спекулятивного характеру. В багатьох західних індустріально розвинених країнах рух приватних інвестицій перевершує резервні фонди центральних банків, а фінансові потоки в десятки разів перевищують трансакції, пов'язані з експортом товарів і послуг. Глобалізація фінансових ринків безпосередньо впливає на рівновагу платіжних балансів і фіксацію валютних курсів.

На початку XXI ст. регіоналізація стала супутником глобалізації економічної діяльності і розвивається в межах так званої «малої глобалізації» — територіально-економічних об'єднань стосовно невеликих груп країн на основі взаємної лібералізації торгівлі, руху капіталу і робочої сили. Одним з найстаріших представників інтеграційного угруповання такого типу є Європейський Союз (ЄС).

У сучасному світі налічується десятки таких об'єднань. До них належать такі відомі великі міжнародні регіональні організації, як АСЕАН або НАФТА, так і менші економічні та митні союзи, «спільні ринки» і зони вільної торгівлі. З одного боку, регіоналізація сприяє розвитку інтеграційних процесів, з іншого — створює додаткові бар'єри на шляху глобалізації й призводить до посилення суперечностей і конкуренції між різними економічними об'єднаннями [8, с.108].

Особливістю сучасної міжнародної торгівлі в умовах глобалізації, як зазначає С.І.Долгов, «стає все більш тісний зв'язок між торгівлею та прямими іноземними інвестиціями». Міжнародна торгівля сьогодні все тісніше переплітається з іншими сферами відтворювального процесу, виступає відображенням, наслідком та стимулом цих взаємозв'язків, а її спонукаючі мотиви зачіпають самі основи організації сучасного глобалізованого виробництва. Як на етапах раннього капіталізму внутрішня торгівля була рушійною силою стимулювання капіталістичного виробництва, так і сьогодні міжнародна торгівля є локомотивом глобалізації виробництва та розподілу соціального продукту.

Докорінні зміни в сфері виробництва, обігу та фінансів переконливо свідчать про поширення й поглиблення глобалізації економічної діяльності в сучасному світі на мікро- та макроекономічному рівнях. Глобалізація є об'єктивним, але досить складним, комплексним і суперечливим явищем, яке одночасно сприяє і зміцненню співробітництва, і посиленню конкуренції. Тому вона формується і розвивається під впливом взаємодії й конфронтації різноманітних економічних, політичних та соціальних інтересів і сил [3, с. 207].

Характерною особливістю сучасного етапу економічної глобалізації є те, що країни, які перебувають на різних рівнях економічного розвитку, перебувають і на різних ступенях включення в глобалізаційні процеси, а понад 50 найменш розвинених країн практично знаходяться за межами глобальних змін. Глобалізація економіки в тому вигляді, як вона здійснюється у сучасному світі,

має як конструктивний, так і деструктивний характер, як позитивні, так і негативні наслідки.

Глобалізація привела до приголомшуючих змін в усьому світі. Виробники і споживачі сьогодні продають і купують на всесвітньому ринку: протягом усього лише декількох днів партія товару, виготовленого у одній країні, може бути продана в іншій і пущена в роздрібний продаж у третій. Гроші перетинають границі майже миттєво. Новини й ідеї швидко поширюються через Інтернет. Сьогодні, як ніколи раніше, усе більше людей одержує більш швидкий доступ до безупинно зростаючого обсягу інформації. Взаємному впливові піддається усе - від процесу виготовлення взуття або вирощування пшениці до запобігання тероризму і сприяння демократії, оскільки усе є взаємозалежним [7, с.42].

У багатьох демократичних країнах рядові громадяни намагаються знайти шляхи справлення більшого впливу і здійснення контролю над процесом прийняття глобальних рішень урядами і корпораціями, особливо в галузі торгівлі [6, с. 91].

У той час як світова економіка зіштовхується з безпрецедентним станом невизначеності, коли на американському ринку падає обсяг продажів роздрібного сектора, коли економіка європейських країн знаходиться на межі рецесії, і нарешті, коли на великих ринках, що розвиваються, стало помітне уповільнення темпів росту і загострення відповідних фінансових ризиків, обговорення питань глобалізації в секторі роздрібної торгівлі здається несвоєчасним.

Проте незалежно від рівня економічного спаду, що торкнувся підприємства роздрібної торгівлі, за ним знову піде ріст, і підприємства, що вижили, будуть змушені шукати нові можливості для розширення своєї діяльності. Внутрішні ринки для підприємств роздрібної торгівлі розвинутих країн будуть розширюватися повільніше, насичуватися і піддаватися надмірному регуляторному втручання. Щоб досягти швидкого росту, наймудрішим рішенням для успішних підприємств роздрібної торгівлі буде пошук нових територій. Немає кращого часу подумати про настання "світанку", ніж у "найтемніші" часи.

Аналітики споживчого ринку переконані, що і виробники, і споживачі від глобалізації торгівлі тільки виграють. Розвиток ритейла веде за собою в містах і цілих регіонах їхньої присутності розвиток виробників товарів.

Сучасні формати мережної торгівлі пред'являють дуже високі вимоги до якості товарів, до дотримання термінів і періодичності постачань, просуванню, і безумовно, важливими для покупців є надійні місцеві постачальники свіжих продуктів. А якщо це важливо для покупців, то, отже, це важливо і для продавців.

Співробітництво регіональних виробників і ритейлерів приносить новий досвід і технології. Розвиток мережної торгівлі веде за собою розвиток

інфраструктури регіону: логістики, будівництва й охоронних підприємств.

Стан розвитку міжнародної торгівлі визначається рівнем розвитку суспільного виробництва. Збільшення обсягів та ускладнення його структури зумовлюють необхідність активізації діяльності оптових посередників.

Нерідко й великі виробники, які мають достатній капітал, спрямовують його на розвиток і вдосконалення виробництва, а не на організацію власної міжнародної торгівлі. Продаж виготовлених товарів вони доручають оптовим посередникам [10, с.42]. Торговці завдяки великому обсягу торговельних операцій, більшій кількості ділових зв'язків у сфері роздрібної торгівлі та виробничого споживання, наявності в них спеціальних знань та вмінь надають фірмам-виробникам гарантії щодо реалізації їхнього товару.

Крім того, роздрібні торговці, невеликі виробничі споживачі, які мають справу з широкою номенклатурою товарів і незначними обсягами закупівлі окремих товарних позицій, вважають за доцільне закуповувати весь необхідний товарний асортимент в одного оптовика, а не частинами у різних виробників [4, с.8]. Доцільність розвитку міжнародної торгівлі зумовлена тим, що завдяки виконуваним нею функціям підвищується споживча цінність товару та його привабливість.

Необхідність розмежування функцій стосовно товаровиробників та покупців зумовлена посередницьким характером міжнародної торгівлі.

За умов жорсткої конкуренції на товарному ринку товаровиробник зацікавлений у швидкому й ефективному продажу всієї виготовленої ним продукції, відшкодуванні своїх витрат та отриманні максимального прибутку. Але щоб виготовлений товар став доступним для різноманітних споживачів, слід забезпечити зручний час, місце та спосіб придбання цих товарів. Водночас важливо виготовити такий товар, який справді очікує споживач.

Міжнародна торгівля, акумулюючи попит споживачів, формує замовлення на великі партії товару та розміщує їх у товаровиробників. Тим самим досягається оптимізація завантаження виробничих потужностей, поліпшується використання їх та створюються гарантії реалізації виготовленого товару [2, с.89].

Презентуючи сукупні інтереси численних споживачів, міжнародна торгівля зменшує навантаження на маркетингову службу товаровиробника, звільняючи його від контактів із великою кількістю дрібних покупців. Це суттєво скорочує витрати, пов'язані з документообігом та організацією продажу.

Міжнародна торгівля формує товарні запаси на власних підприємствах і в такий спосіб звільняє товаровиробників від ризиків та витрат, пов'язаних зі збереженням готової продукції.

Суттєве значення має інвестиційна функція міжнародної торгівлі, яка передусім виявляється в інвестуванні коштів у товарні запаси, завдяки чому товаровиробник скорочує власні збутові запаси, спрямовує вивільнені кошти на інші потреби. Міжнародна торгівля залучає у виробництво додаткові

фінансові потоки у вигляді попередньої оплати замовлень, надання товаровиробникам кредитів.

Важливою функцією міжнародної торгівлі є проведення маркетингових досліджень для товаровиробників, надання різноманітної інформації про стан ринку. Це скорочує витрати товаровиробника на отримання відповідних даних [3, с.211].

Міжнародна торгівля виконує чимало функцій для підприємств, які купують продукцію для професійного споживання, так званих організованих споживачів та підприємств роздрібною торгівлі. Вона закуповує в окремих товаровиробників великі партії однорідних товарів, так званий промисловий асортимент. У процесі виконання операцій (розфасовка, сортування, пакування, розподіл за групами великих партій товару, розподіл на дрібні партії тощо), формується торговельний асортимент для підприємств роздрібною торгівлі й товарний асортимент для організованих споживачів. Тим самим створюються сприятливі умови для здійснення останніми закупівлі товарів.

Міжнародна торгівля, виконуючи притаманні їй операції, забезпечує терміновість та бажаний обсяг і асортимент поставок товарів споживачам, поповнює товарні запаси підприємств роздрібною торгівлі й виробничі запаси організованих споживачів. Завдяки цьому підприємства роздрібною торгівлі та організовані споживачі мають змогу працювати із мінімальними запасами, вивільняти кошти для інших потреб. Ця фінансова вигода доповнюється виконанням іншої фінансової функції — кредитуванням споживачів.

Найчастіше ця функція реалізується шляхом надання товарного кредиту або відтермінування платежу за реалізовану продукцію. Це конче важливо для підприємств роздрібною торгівлі, які мають змогу розрахуватися за товар коштами, отриманими від його реалізації кінцевим споживачам [4, с.10].

Отже, знання загальної кон'юнктури ринку, широкі комерційні зв'язки міжнародної торгівлі із різними суб'єктами товарного ринку сприяють виконанню функцій з інформаційного й консалтингового обслуговування підприємств роздрібною торгівлі та організованих споживачів. Консультації надаються як стосовно вдосконалення організації торговельного процесу, викладки товарів, так і з сервісного обслуговування кінцевих споживачів.

Чітке виконання міжнародною торгівлею її функцій є головною умовою подальшого розвитку цього виду діяльності, а також забезпечення її прибутковості для суб'єктів міжнародної торгівлі.

Список використаних джерел:

1. Балабан М. Використання методів оцінки ринкової стійкості підприємств торгівлі у конкурентному середовищі: Сільський споживчий ринок // Регіон. перспективи. - 2009. - № 9 - 10. - С. 8-10.
2. Воеводін В.А. Основи економічної теорії: політекономічний аспект. – К, 2007
3. Голошубова Н.О., Торопков В.М. Концептуальні засади стратегічних перетворень міжнародної торгівлі України. – КНТЕУ, 2006 р.
4. Марція В.С. Економіка торгівлі: Підручник. — К.: Знання, 2008. – С. 89.
5. Основи економічної теорії. Підручник. За ред. Ю. В. Ніколенка. — К. 2007. – С. 207-211.

6. Сукачова С. М. Основні напрямки розвитку торгівлі в Україні // Прогресивні ресурсозберігаючі технології та їх економічне обґрунтування у підприємствах харчування. Економічні проблеми торгівлі. - Х., 2008. - Ч.2, т.1. – С. 91.
7. Торопков В. М. Особливості сучасного стану торгівлі в Україні та завдання щодо її розвитку // Економіка і підприємництво: стан та перспективи. - К., 2009. – С. 42.
8. Торопков В. М. Структурно-територіальна організація міжнародної торгівлі // Проблеми інформатизації та управління. - К., 2009. - Вип.9.
9. Трішкіна Н. Торговля України: стан і напрями розвитку // Підприємництво, господарство і право. - 2007. - № 6.
10. Шнирков О. Політика Європейського Союзу у сфері міжнародної торгівлі: особливості сучасного етапу // Економічний часопис-XXI 2008. – №5 – С. 42.