

**МАРИНА ЗДАНОВИЧ, ТАТЬЯНА
ТВЕРДОХЛЕБОВА**

**МИРОВЫЕ ТОВАРНЫЕ
РЫНКИ: ОСОБЕННОСТИ
ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ
РЫНКА МЕТАЛЛОВ**

Марина Зданович

**Мировые товарные рынки:
особенности функционирования
рынка металлов**

«Сибирский федеральный университет»

2011

УДК 339.14:620.179(07)
ББК 65.59я73

Зданович М. Ю.

Мировые товарные рынки: особенности функционирования
рынка металлов / М. Ю. Зданович — «Сибирский федеральный
университет», 2011

ISBN 978-5-7638-2381-3

В учебном пособии по курсу «Мировые товарные рынки» рассмотрены вопросы влияния внешнеэкономической деятельности на развитие мировых товарных рынков, в частности рынка металлов. Раскрыты особенности функционирования мирового рынка металлов на современном этапе. Отдельное внимание уделено вопросам регулирования ценообразования и организации транспортного обслуживания международных экономических связей предприятий отрасли. Предназначено для студентов всех экономических специальностей, а также для магистров, обучающихся по направлению «Менеджмент».

УДК 339.14:620.179(07)

ББК 65.59я73

ISBN 978-5-7638-2381-3

© Зданович М. Ю., 2011
© Сибирский федеральный
университет, 2011

Содержание

Введение	5
Раздел 1	6
Глава 1	6
1.1. Понятие мирового товарного рынка и его структуры	6
1.2. Понятие товара и услуги. Современные изменения в товарной структуре мирового рынка	9
1.3. Международные и национальные статистические классификации	12
Конец ознакомительного фрагмента.	15

Т. В. Твердохлебова, М. Ю. Зданович

Мировые товарные рынки: особенности функционирования рынка металлов

Введение

Особенности формирования конкурентной среды на мировом рынке в современных условиях ставят перед предприятиями металлургической отрасли и её специалистами задачу выбора наиболее эффективных направлений развития собственной производственно-хозяйственной деятельности, в результате чего особую актуальность для специалистов приобретают вопросы изучения тенденций развития базового товарного рынка.

В настоящее время проблеме функционирования товарных рынков и формирования конкурентной среды уделяется достаточно внимания в трудах зарубежных и отечественных ученых. В то же время сложные вопросы оценки влияния конъюнктуры товарных рынков на деятельность предприятия с точки зрения их практического применения недостаточно исследованы.

Предлагаемое учебное пособие имеет цель показать особенности аналитических подходов в изучении мирового товарного рынка, показать основные тенденции развития рынка металлов на современном этапе.

Теоретической и методологической основой учебного пособия являются работы отечественных и зарубежных ученых в области экономической теории и вопросов, связанных с формированием и функционированием мировых товарных рынков. В то же время в большом объеме были использованы данные российской и зарубежной статистической информации, справочные материалы и данные Министерства экономики.

В учебном пособии рассмотрены основные факторы внешней среды, обосновывается использование показателя конъюнктуры рынка в качестве фактора, аккумулирующего в себе воздействие других факторов экономического и неэкономического характера на состояние рыночных институтов.

Рассмотрен комплекс факторов, описывающих количественно рыночную ситуацию на конкретном товарном рынке, определены современные тенденции развития рыночной конъюнктуры, а также воздействие различных факторов товарного рынка на деятельность предприятий металлургической промышленности на современном этапе.

Представлены основные методы ценообразования, используемые в настоящее время в экономической практике России и зарубежных стран. Предложены методические рекомендации по расчету количественных показателей, характеризующих конъюнктуру рынка продукции.

Установлены количественные показатели, которыми описываются факторы, формирующие современную рыночную ситуацию; проанализирована система факторов, формирующих рыночную конъюнктуру металлов.

Раздел 1

Сущность, структура и основные черты мирового рынка

Глава 1

Современные тенденции развития мирового рынка

1.1. Понятие мирового товарного рынка и его структуры

Современный мир развивается в направлении образования глобальной экономики, в которой товары, услуги, финансовый капитал, люди, информация, знания, идеи свободно преодолевают географические границы государств. Возникают принципиально новые сущности (такие, как глобальный рынок, глобальная компания) и явления (глобальная конкуренция, глобальная кооперация и т. п.), возрастает уровень требований потребителей, для удовлетворения которых необходимо постоянное обновление и дифференцирование товаров и услуг.

Массовое производство было основным организационным принципом XX века, в новом столетии определяющим принципом организации производства является его кастомизирование. Развитие машиностроительной промышленности было материальным основанием массового производства, коим являлось автоматизированное производство товаров в больших количествах, однородных по назначению и технологическим признакам, по низкой цене за единицу.

Современный мировой рынок имеет ряд характерных признаков.

Во-первых, это глобализация в сфере предложения, которая выражается в интеграции планирования и сотрудничестве предприятий на мировом рынке. В связи с этим растёт объем предложения со стороны глобально оперирующих поставщиков продукции, который основывается на международном разделении труда. Растущая концентрация торговли повышает спрос на унифицированную и стандартную продукцию.

Во-вторых, поляризация рынков, которая выражается в потребности всё более качественной и дорогой продукции. Доля этой продукции на мировом рынке неуклонно растёт [114].

И в-третьих, гиперконкуренция, которая размывает отраслевые границы. Стираются границы между разными отраслями, происходит их срастание (например, банковского и страхового секторов), исчезают внутриотраслевые границы, например, в автомобилестроении.

Гиперконкуренция характеризуется также высокой степенью технизации, высокой скоростью распространения информационных и коммуникационных технологий.

Главной движущей силой гиперконкуренции является дерегулирование рынков. В 80–90-х гг. прошлого столетия меры по либерализации рынков привели к значительным изменениям в различных отраслях экономики и сферах общественной жизни.

К числу основных факторов успешного развития рынка можно отнести непрерывное обновление его оценок. Если в 80-х гг. пересмотр наиболее важных рынков проводился, например, в среднем один раз в 3–6 лет, то в будущем потребуются непрерывная оценка развития рынка и положения предприятия среди конкурентов. Причины этого кроются в быстром изменении рыночных и отраслевых границ. Новые отрасли возникают, развиваются, достигают зрелого состояния в течение более коротких, чем ранее, сроков.

По сравнению с «золотым веком» стабильной экономики условия функционирования предприятий в наши дни полностью изменились. Информатизация бизнеса и сегментация

мирового рынка, насыщение и перенасыщение общества материальными благами в экономически развитых странах привели к естественному переходу от экономики массового производства и диктата производителя к экономике индивидуальных услуг, ориентированной на клиента.

Таким образом, *рынок* – это центральная категория любого экономического механизма, основанная на обмене продукции общественного труда. *Тип рынка* – это устойчивая характеристика рынка.

Различают несколько типов рынков.

Мировой рынок – это совокупность взаимосвязанных и взаимодействующих друг с другом национальных рынков отдельных государств, участвующих в международном разделении труда, международной торговле и других формах экономических отношений.

Основные черты мирового рынка:

- повышает эффективность развития рыночного хозяйства, выходящего за национальные рамки;
- осуществляет межгосударственное перемещение товаров, услуг и основных факторов производства (рабочей силы, капитала) под воздействием внутренних и внешних факторов конъюнктуры;
- мировой рынок оптимизирует процесс использования факторов производства;
- мировой рынок ускоряет процесс вывода с рынка не соответствующих международным стандартам качества товаров и услуг.

Мировой товарный рынок (МТР) – это сфера товарно-денежных отношений между странами или хозяйствующими субъектами этих стран. Исторически мировой товарный рынок возникает раньше, чем мировое хозяйство. Мировой рынок как система со сложившейся структурной организацией, товарной специализацией отдельных стран, центрами мировой торговли и другими определяющими его чертами начал формироваться уже в XVII в. [44]. Мировой рынок включает в себя *национальный рынок*, рынок данной страны, часть которого связана с международным обменом (экспортом и импортом товаров и услуг). В то же время внутренним рынком можно назвать только рынок, в рамках которого все произведенное реализуется внутри данной страны.

Определяющее влияние на основные процессы, происходящие на мировом товарном рынке, и развитие его структуры оказывают следующие факторы:

- глобализация и интернационализация мирового хозяйства;
- формирование новой структуры потребностей с использованием научно-технического прогресса;
- внешнеторговая политика государств;
- политические процессы в мире;
- деятельность интеграционных группировок и международных торговых организаций.

Процесс глобализации мирового рынка идет по ряду направлений:

- глобализация правовой и нормативной базы международной торговли;
- появление глобализированных клиентов и глобальных унифицированных контрактов;
- конкуренция на международном рынке за выгодные (по цене или по качеству) сырьевые источники;
- формирование единой статистической базы мировой торговли.

При анализе мирового рынка учитывают объем и направления товарных потоков мирового рынка, отражающих характер и структуру международного разделения труда.

Структура МТР постоянно развивается путем формирования новых рынков как вширь за счет появления принципиально новых видов продукции, так и вглубь посредством выделения из уже существующих рынков, на которых динамично возрастают объемы продаж какой-либо продукции из номенклатуры данного рынка. Рынок средств связи выделился из рынка машин и оборудования и т. д.

Структура МТР включает в себя 4 группы рынков:

- 1) рынки традиционных товаров (топлива, машин и оборудования, сельскохозяйственной продукции, одежды, обуви, пищевой продукции, фармацевтических товаров, *черных и цветных металлов*, драгоценных металлов и драгоценных камней и др.);
- 2) рынки наукоемкой продукции (электронно-вычислительной техники, вооружений и военной техники, носителей информации и др.) Эта группа рынков постоянно расширяется;
- 3) рынки услуг (транспортных, туристических и др.);
- 4) рынки результатов интеллектуальной деятельности.

Отдельный *товарный рынок* – это сфера товарно-денежных отношений, складывающихся между странами или хозяйственными субъектами этих стран в процессе купли-продажи какого-либо одного вида товаров (например, чай, кофе и т. д.) или достаточно однородной их группы (рынок нефти и нефтепродуктов).

При исследовании отдельных товарных рынков необходимо учитывать следующее:

- 1) рынки отдельных товаров испытывают влияние как общих для МТР в целом, так и специфических для них факторов;
- 2) степень монополизации отдельных рынков выше, чем на МТР в целом;
- 3) уровень конкуренции на отдельных рынках выше, чем на МТР;
- 4) отдельные товарные рынки характеризуются присущими им особенностями, связанными с характеристиками соответствующего товара, отраслевой структуры его производства, а также субъектов этого рынка.

Особую роль на мировых товарных рынках играют рынок руд и металлов, а также рынок топлива, о которых речь пойдет ниже.

Рынок руд и металлов традиционно занимает большое место в мировой торговле. Различают рынок черных и рынок цветных металлов.

На мировом рынке топлива ведущую роль играют нефть, нефтепродукты, природный газ и каменный уголь. Они занимают до 75 % всего ассортимента товарной группы. Основное место в мировом производстве и потреблении первичных энергоресурсов занимает нефть (около 40 %), на газ приходится около 23 %, на уголь – около 31 %. В мировом экспорте топлива на долю промышленно развитых стран приходится около 70 %, развивающихся стран – около 20 % [110].

В целом можно сказать, что, во-первых, мировой рынок перестает быть совокупностью национальных рынков, выступая как единое целое, регулируемое национальными мировыми стандартами и нормами. Во-вторых, процесс глобализации осуществляется в рамках мирового экономического пространства с использованием национальных организационных структур, которые и определяют конкретные стратегии делового развития.

На этом весьма динамичном рынке всё большее значение приобретает поиск разнообразия и предложение инноваций. Заказчики, получившие невиданную свободу выбора, становятся всё более требовательными. Уровень общих требований к качеству и надежности продукции неизменно растет, а срок жизни продукции неуклонно сокращается в силу её посто-

янного обновления. Всё это приводит к необходимости пересмотра многих традиционных аксиом организации предприятий.

Формы организации производства будут определяться складывающимися видами производства. Изготавливая массовую продукцию в больших объемах, такие структуры будут относиться к уровню крупных предприятий.

Индивидуальное производство – сфера деятельности малых предприятий и частично средних. Способность предприятий быстрее и легче адаптироваться к изменениям конъюнктуры рынка, предлагать новые продукты и услуги раньше своих конкурентов становится главным козырем в бескомпромиссной конкурентной борьбе.

Можно выделить три основные тенденции в развитии международного разделения труда на современном этапе:

1. Изменилось содержание всех форм международного разделения труда вследствие влияния НТР.
2. Изменяется характер международного разделения труда между группами стран в мировом хозяйстве.
3. Международная специализация страны все больше зависит и определяется объемом и качеством НИОКР.

На мировых рынках конкурируют не столько страны, сколько конкретные фирмы и корпорации. Поэтому укрепление позиций России на внешних рынках в конечном счете будет связано со способностью отечественных деловых кругов адекватно реагировать на изменения мирового рынка.

1.2. Понятие товара и услуги. Современные изменения в товарной структуре мирового рынка

С экономической точки зрения товар представляет собой результат труда, предназначенный для удовлетворения какой-либо потребности и поступающий в потребление через обмен посредством денег. В российском законе «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» товар определен как «продукт деятельности (включая работы, услуги), предназначенный для продажи или обмена» [1]. *Товар* – все, что может удовлетворить чью-либо нужду или потребность, – предлагается рынку с целью привлечения внимания, использования или потребления.

Товар на рынке может выступать в виде физического объекта, услуги, вида деятельности, идеи, места и даже определенной личности в том или ином ее проявлении [2]. *Товарная единица* – это конкретное воплощение товара, которое обладает размерами, ценой и другими индивидуальными характеристиками.

Номенклатура производимой и реализуемой продукции требует классификации товаров с целью выбора для определенных товарных групп соответствующих рыночных средств.

Наибольшее значение имеет классификация товаров по их конечному применению. С точки зрения конечного применения выделяется три главных продукта:

во-первых, потребительские товары – товары, приобретаемые домашними хозяйствами для личного (семейного) потребления;

во-вторых, продукция производственно-технического назначения (инвестиционные товары) – товары, приобретаемые организациями и частными лицами для создания других товаров, т. е. для применения в процессе производства, в бизнесе;

в-третьих, услуги – виды деятельности или благ, которые одна сторона может предложить другой. Они могут носить коммерческий и некоммерческий характер, предоставляться част-

ным и государственным организациям. Примерами услуг являются банковские, страховые и туристические продукты и многое другое.

Потребительские товары по характеру потребления классифицируются на товары кратковременного пользования и на товары длительного пользования.

Товары кратковременного пользования – потребительские товары, которые потребляются за один или несколько циклов использования, например, продукты питания, товары личной гигиены и др.

Товары длительного пользования – потребительские товары, которые обычно используются в течение длительного времени, выдерживая многократное применение (автомобили, холодильники и др.).

Потребительские товары классифицируются также по поведению потребителя, его привычкам в потреблении товаров.

В этом контексте различают товары повседневного спроса; товары предварительного выбора; товары особого спроса; товары пассивного спроса [3].

Продукция *производственно-технического назначения* (инвестиционные товары) классифицируются на три основные группы:

- основные материалы и комплектующие – материалы и детали, полностью используемые в производстве (сырье, комплектующие);
- капитальное имущество (стационарные сооружения; стационарное и вспомогательное оборудование), стоимость которых частично входит в стоимость готового продукта;
- вспомогательные материалы и услуги, стоимость которых не входит в стоимость изготовленного продукта (рабочие материалы, консультационные услуги и т. п.).

Товарный ассортимент (товарная номенклатура) представляет собой совокупность всех видов выпускаемой и предлагаемой рынку продукции.

Вид продукции – это конечный продукт производства с определенным функциональным назначением и названием.

Виды продукции делятся на ассортиментные группы в соответствии с функциональными особенностями, качеством, ценой и т. п.

Каждая ассортиментная группа состоит из ряда ассортиментных позиций (моделей, марок, размеров), которые образуют низшую ступень классификации.

Основными характеристиками товарного ассортимента являются широта, насыщенность, глубина и гармоничность.

Широта товарного ассортимента представляет собой число ассортиментных групп товаров, выпускаемых и реализуемых организацией (предприятием).

Насыщенность товарного ассортимента – это общее количество товарных единиц во всех ассортиментных группах [6].

Глубина товарного ассортимента выражается количеством позиций (моделей, предложений) каждого отдельного товара в рамках ассортиментной группы. Гармоничность (сопоставимость, сбалансированность) товарного ассортимента – это соотношение между товарами различных ассортиментных групп с точки зрения их функционального предназначения, требований к организации производства и сбыта.

В международной торговле различают понятия так называемых торгуемых товаров, которые реализуются на зарубежных рынках, и неторгуемых товаров, которые реализуются в той же стране, где они произведены. Деление товаров на торгуемые и неторгуемые весьма условно, что хорошо видно даже при анализе принятой ООН Стандартизированной промышленной клас-

сификации, признаваемой в большинстве стран мира. В ней из 9 групп товаров торгуемые составляют 3 группы, а неторгуемые – 6 групп (рис. 1).



Рис. 1. Промышленная классификация товаров в международной торговле

Оптимизация товарного ассортимента – непрерывный процесс, который осуществляется с учетом жизненного цикла выпускаемой продукции.

Пути оптимизации товарного ассортимента:

- расширение (наращивание) товарного ассортимента – включение в товарный ассортимент новых ассортиментных групп;
- увеличение насыщенности товарного ассортимента за счет выпуска новых изделий в рамках уже существующих ассортиментных групп товаров;
- углубление (дифференциация) товарного ассортимента за счет предложения потребителю большего числа вариантов (модификаций) каждого товара;
- варьирование гармоничностью между товарами различных ассортиментных групп;
- упорядочение товарного ассортимента, которое выражается в концентрации усилий на производстве части существующего ассортимента. Такая необходимость обусловлена рядом факторов, в том числе: ростом

издержек и риска, связанным с хранением продукции на складе и с ее реализацией; колебанием спроса; ухудшением рыночной конъюнктуры.

Изменения в товарной структуре международной торговли проявляются в ряде четко выраженных тенденций, представленных ниже.

Во-первых, диверсифицируется поток товаров, составляющий структуру международного товарооборота. Экспортная номенклатура Германии сегодня насчитывает 180 позиций, США, Великобритании и Франции – 175, Японии – более 160 позиций. Продукция машино-приборостроения в течение 5 лет обновляется до 60 %.

Во-вторых, научно-технический прогресс увеличивает в международной торговле удельный вес готовых изделий в целом (примерно 80 % мировой торговли), машино-технической продукции в частности (40 % мировой торговли). Роль главных экспортеров и импортеров на тех товарных рынках выполняют промышленно развитые страны.

В-третьих, сокращается доля международной торговли сырьем и минеральным топливом в совокупной стоимости мирового экспорта, что связано со снижением роли сырьевых товаров в материальном производстве промышленно развитых стран (в результате перехода к ресурсосберегающим технологиям), повышением их самообеспечения сырьем (за счет интенсивного внедрения НТП в добывающие отрасли).

В-четвертых, в мировой торговле снижается удельный вес продовольствия, что объясняется падением доли аграрного сектора в валовом внутреннем продукте во всех группах стран, растущей самообеспеченностью стран на базе интенсивных технологий производства и переработки сельхозпродукции, падением цен.

Наиболее динамичным и интенсивно развивающимся сектором международной торговли является торговля продукцией обрабатывающей промышленности, в особенности наукоемкими товарами. Мировой экспорт наукоемкой продукции составляет более 500 млрд долл. в год, а доля высокотехнологичной продукции приближается к 40 % в развитых странах. В деятельности предприятий происходит сдвиг от собственно производства к сфере услуг с целью комплексного удовлетворения заказчика. Таким образом, тенденции современной интеграции показывают, что вышперечисленное разделение становится условным.

1.3. Международные и национальные статистические классификации

Международные организации систематизируют и классифицируют товары, которые являются предметом международной торговли. По мере развития мирового рынка растёт необходимость в разработке стандартизированной номенклатуры товаров, обеспечивающей:

- системную классификацию всех товаров в международной торговле;
- международно-единообразную классификацию товаров;
- принятие общей международной терминологии;
- определенность терминов при ведении переговоров, применении таможенных соглашений;
- международное единообразие и сопоставимость данных для облегчения анализа и сравнения статистики мировой торговли.

Номенклатура гармонизированной системы описания и кодирования товаров представлена на рис. 2 [2].

Категории экономических классификаций. Экономические классификации разделены на две большие категории:

1. Классификации видов экономической деятельности, охватывающие все виды экономической деятельности (применяются для классификации экономических объектов – предприятия и подобные статистические единицы).

2. Классификации продукции, используемые для статистики по многим аспектам производства, потребления и денежного измерения продукции. Примерами этого типа данных, связанных с продукцией, являются статистика внешней торговли, статистика производства и потребления, статистика энергии и т. д.



Рис. 2. Используемые классификационные системы и международные организации, организации, принимавшие участие в экспертизе НГС

Имеются две категории классификаций продукции: по отрасли производства и по материалу, из которого сделаны товары. Классификации продукции, основанные на отрасли производства, могут быть связаны с классификацией видов экономической деятельности. Каждое изделие (или услуга) может быть размещено в пределах того вида экономической деятельности, который эту продукцию производит (например, порошок молока → обработка молока, газонокосилки → производство сельскохозяйственных машин, розничная торговля топливом → автозаправочные станции), при условии, что каждое изделие имеет только один код в классификаторе видов экономической деятельности.

Международные и национальные статистические классификации. Классификации общего использования называются стандартными. Стандартные статистические классификации применяются для организации и представления статистических данных. *Национальные* (НСК) и *международные статистические классификации* (МСК) взаимно зависимы.

Статистические классификации используются для ряда целей, а именно:

- сбор информации или организация уже собранной информации;
- соединение и разъединение наборов данных в зависимости от целей сложного анализа, включая расчет индексов;

- построение классификации для различных переменных на основе классификации для двух или большего количества составляющих переменных;
- представление статистической информации;
- ссылочные классификации (используются как модели для развития или пересмотра связанных между собой классификаций, например, МСК для НСК). Ответственность за сбор и распространение официальной статистики обычно возлагается на национальные статистические ведомства страны. Международные стандартные классификации разрабатываются и принимаются международными институтами, что гарантирует правильное выполнение соглашений и стандартизирует обмен между национальным и международным уровнями.

В соответствии с установленным разделением обязанностей между международными агентствами в области статистики, международные статистические классификации требуют одобрения целого ряда институтов:

- Статистическая Комиссия ООН (UNSD);
- Всемирная таможенная организация (WCO);
- Международная организация здравоохранения (WHO);
- Международный валютный фонд (IMF);
- Международная организация труда (ILO).

МСК могут служить моделями для развития национальных, многонациональных и региональных статистических классификаций и отражать накопленный опыт в областях, которые они охватывают. Развитие и использование многих классификаций связано с их важной ролью в реализации законодательства. Например, Гармонизированная система описания и кодирования товаров (HS) и таможенные инструкции и соглашения в значительной степени связаны.

Гармонизация статистических классификаций. Гармонизация статистики делает возможным комбинирование или сравнение данных, которые были собраны для различных групп населения в течение различных периодов или различными методами сбора данных. В результате используются согласованные стандарты.

Существуют следующие классификации:

- Гармонизированная система описания и кодирования товаров (Harmonized Commodity Description and Coding System (HS)).
- Международная стандартная промышленная классификация всех видов экономической деятельности (International Standard Industrial Classification of All Economic Activities (ISIC)).
- Международный классификатор основных продуктов (Central Product Classification (CPC)).

Международная стандартная промышленная классификация всех видов экономической деятельности (ISIC: International Standard Industrial Classification of All Economic Activities).

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.