***3. Сутність та особливості розвитку світового ринку товарів і послуг***

Міжнародний полі праці та міжнародне кооперування стали основою для виникнення світового ринку.

Світовий ринок – (world market) – сфера стійких товарно-грошових відносин між країнами, основою яких є міжнародний поділ праці і інші фактори виробництва.

Світовий ринок характеризується наступними основними рисами:

-він є категорією товарного виробництва, який виходить в пошуках збуту своєї продукції за національні рамки;

-він проявляється в міждержавному переміщенні товарів, які знаходяться під впливом не тільки внутрішнього, але й зовнішнього попиту і пропозиції;

-він оптимізує використання факторів виробництва, підказуючи виробнику в яких галузях і регіонах вони можуть бути використані найбільш ефективно;

-він виконує функцію (санубальна), яка дозволяє забраковувати з міжнародного обміну товари і часто їх виробників, які не в змозі забезпечити міжнародний стандарт якості при конкурентних цінах;

-на ньому існує особлива система цін – світові ціни.

Товар, який знаходиться на світовому ринку в фазі обміну, виконує інформаційну функцію, повідомляючи усередині параметри сукупного попиту і сукупної пропозиції, через які кожний із учасників може оцінити і адаптувати параметри свого виробництва.

Виступаючи сферою міждержавного обміну товарами, світовий ринок має зворотній вплив на виробництво, показуючи йому, що, скільки і для кого треба виробляти.

Еволюцію форм ринку можна показати так:

Внутрішній ринок – форма господарського спілкування, при якій все призначено для продажу, збувається самим виробником внутрі ринку.

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

Міжнародний ринок – частина національних ринків, яка безпосередньо зв’язана з зарубіжними ринками.

Світовий ринок – сфера стійких товарно-грошових відносин між країнами, основою яких є міжнародний поділ праці і інші фактори виробництва.

Основним внутрішнім признаком існування світового ринку є рух товарів і послуг між країнами.

На внутрішньому ринку – виробник товару одночасно був і його продавцем, а покупець – одночасно і кінцевим споживачем товару, одразу забирав та оплачував товар.

Формуванню національних ринків сприяла спеціалізація внутрішніх ринків (ринки праці, капіталу, гуртові тощо), частина з яких з самого початку була орієнтована на іноземних покупців (н-д; на ринку праці – работоргівля).

**Ринок товарів** та послуг базується на розгалуженій мережі товарних бірж, підприємств оптової торгівлі, маркетингових організацій, тобто інфраструктура ринку товарів та послуг — це організаційні, матеріальні та технічні засоби, за допомогою яких товари просуваються від місця безпосереднього виробництва до місця реалізації, накопичуються, зберігаються та продаються. Це також певні схеми й структури товаропросування, матеріально-технічна база оптової торгівлі, мережа роздрібних торгових підприємств, торговельно-технологічне обладнання, засоби організації та обліку товаропросування, система торговельних та післяпродажних послуг.

***4. Сучасна структура світового ринку товарів і послуг.***

Усі основні види ринків підрозділяються на різні субринки й ринкові сегменти (національний ринок, міжнародний ринок та ін.). Будь-який ринок характеризується складною структурою, що класифікується за різними критеріями:

1) залежно від економічного призначення об’єктів ринкових відносин — ринок споживчих товарів і послуг, ринок промислових товарів, ринок «ноу-хау», сировинний ринок, ринок цінних паперів;

2) залежно від географічного положення — місцевий, національний, світовий;

3) за ступенем обмеження конкуренції — монопольний, олігопольний, монопсонічний, вільний, змішаний;

4) за галузями виробництва — автомобільний, нафтовий, ком­п’ютерний тощо;

5) за характером продажу — оптовий, роздрібний.

Однією із характерних тенденцій розвитку сучасного ринку товарів та послуг є всебічний правовий захист інтересів споживачів та посилення відповідальності виробників за якість продукції. Систему договірної, а також позадоговірної відповідальності та страхування побудовано так, щоб потерпіла сторона мала повну гарантію відшкодування збитків. Змінився принцип визначення суб’єкта відповідальності за недоброякісний товар. Таким нині вважають не продавця, а безпосереднього виробника дефектної продукції. Новий підхід до проблеми якості продукції спричинився до дальшого посилення державного втручання у сферу виробництва.