

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ФАКУЛЬТЕТ МЕНЕДЖМЕНТУ

Кафедра бізнес - адміністрування і менеджменту зовнішньоекономічної діяльності

Кваліфікаційна робота магістра

на тему: «Розширення сегменту ринку продукції масового споживання в умовах
соціально- економічної кризи»

Виконав: студент 2 курсу, групи 8.0732-ба _____
спеціальності 073 Менеджмент _____
освітньої програми Менеджмент зовнішньоекономічної
діяльності _____

Хамаха С.Д. _____

Керівник: старший викладач кафедри бізнес-
адміністрування і менеджменту зовнішньоекономічної
діяльності, кандидат педагогічних наук _____

Верітова О.С. _____

Рецензент: проф. кафедри бізнес-адміністрування і
менеджменту зовнішньоекономічної діяльності, доктор
економічних наук, професор _____

Маркова С.В. _____

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Факультет менеджменту _____

Кафедра бізнес-адміністрування і менеджменту зовнішньоекономічної діяльності

Освітньо-кваліфікаційний рівень магістр

Спеціальність 073 Менеджмент

Освітня програма Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри _____

Д.Т. Бікулов

« ____ » _____ 2023 року

**З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ МАГІСТРА**

Хамаха Сабіна Денисівна

1. Тема роботи «Розширення сегменту ринку продукції масового споживання в умовах соціально- економічної кризи»

керівник роботи: Верітова О.С., старший викладач кафедри бізнес-адміністрування і менеджменту зовнішньоекономічної діяльності, кандидат педагогічних наук

затверджені наказом ЗНУ від 15.06.2023 року № _____ 887-с

2. Строк подання студентом роботи _____ 23.11.2023 р.

3. Вихідні дані до роботи навчальні посібники, монографії, періодичні та аналітичні вітчизняні та зарубіжні матеріали, фінансова звітність підприємства, інтернет ресурси

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) _____

1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РІТЕЙЛУ

2. ОСОБЛИВОСТІ МАСОВОГО СПОЖИВАННЯ

3. ВПРОВАДЖЕННЯ НОВИХ ФОРМ РІТЕЙЛУ

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень) _____
5 таблиць
6 рисунків

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1	Верітова О.С.		
2	Верітова О.С.		
3	Верітова О.С.		

7. Дата видачі завдання _____ 10.06.2023 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Затвердження теми кваліфікаційної роботи у наукового керівника.	10.06.2023	
2.	Затвердження змісту роботи.	11.06.2023	
3.	Огляд літератури за темою кваліфікаційної роботи.	12.06.23-16.06.23	
4.	Розробка чернетки I розділу кваліфікаційної роботи.	17.06.23-23.06.23	
5.	Написання I розділу кваліфікаційної роботи.	24.06.23-27.06.23	
6.	Збір розрахунково-аналітичного матеріалу за темою.	28.06.23-25.07.23	
7.	Розробка чернетки II розділу	26.07.23-29.08.23	
8.	Написання II розділу кваліфікаційної роботи.	30.08.23-06.09.23	
9.	Розробка чернетки III розділу кваліфікаційної роботи.	07.09.23-14.09.23	
10.	Написання III розділу кваліфікаційної роботи.	15.09.23-29.10.23	
11.	Оформлення кваліфікаційної роботи згідно вимог.	30.10.23-02.11.23	
12.	Попередній захист кваліфікаційної роботи.	09.11.2023	
13.	Проходження нормоконтролю.	09.11.23-22.11.23	
14.	Подання кваліфікаційної роботи на кафедру.	23.11.2023	
15.	Захист кваліфікаційної роботи.	грудень 2023	

Студент _____
(підпис)

С.Д. Хамаха
(ініціали та прізвище)

Керівник роботи _____
(підпис)

Д.Т. Бікулов
(ініціали та прізвище)

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер _____
(підпис)

Т.М. Магомедова
(ініціали та прізвище)

РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна робота магістра «Розширення сегменту ринку продукції масового споживання в умовах соціально- економічної кризи»: 57 стор, 3 розділи, 5 рис., 6 табл, без додатків.

Актуальність теми кваліфікаційної роботи «Розширення сегменту ринку продукції масового споживання в умовах соціально- економічної кризи» зумовлена фактичним соціально-економічним станом суспільства в умовах широкомасштабної військової агресії Росії та економічними наслідками такої ситуації для вітчизняних підприємств та споживачів-громадян.

Мета кваліфікаційної роботи – розробити оптимальну схему розширення ринку та каналів збуту продукції масового споживання.

Об’єкт дослідження – мережа роздрібної торгівлі товарами масового споживання, зокрема продукти харчування, текстиль та інше.

Предмет дослідження – статистика торгівлі товарами масового споживання в Україні та світі.

В роботі розкривається структура ринку, його ключові показники попиту, ціни та сегментів споживання, споживачі та джерела пропозиції, основні канали розподілу та способи просування торгових марок та товарних позицій. Розглядаються теорія та понятійний апарат із зазначеного питання, основні категорії та методи організації оптової та роздрібної торгівлі, логістика систем розподілу товарів масового споживання. Приводяться факти і статистика за останній звітний період.

РІТЕЙЛ, ОБМЕЖЕННЯ, УПРАВЛІННЯ, ТОВАРИ МАСОВОГО СПОЖИВАННЯ

ABSTRACT

Master's qualification work "Expansion of the market segment of mass consumption products in conditions of social and economic crisis": 57 pages, 3 chapters, 5 figures, 6 tables, without appendices.

The relevance of the subject of the qualification work "Expansion of the market segment of mass consumption products in the conditions of socio-economic crisis" is determined by the actual socio-economic state of society in the conditions of large-scale military aggression of Russia and the economic consequences of such a situation for domestic enterprises and consumer-citizens.

The purpose of the qualification work is to develop an optimal scheme for expanding the market and sales channels for mass consumption products.

The object of the study is a retail network of consumer goods, including food, textiles, and others.

The subject of the study is the statistics of trade in consumer goods in Ukraine and the world.

The work reveals the structure of the market, its key indicators of demand, prices and consumption segments, consumers and sources of supply, main distribution channels and methods of promoting brands and product lines.

The theory and conceptual apparatus of the mentioned issue, the main categories and methods of organizing wholesale and retail trade, logistics of distribution systems of mass consumption goods are considered. Facts and statistics for the last reporting period are given.

RETAIL, RESTRICTIONS, MANAGEMENT, CONSUMER GOODS

ЗМІСТ

ВСТУП.....	8
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНИЙ РОЗГЛЯД ПРОБЛЕМИ...	10
1.1. Понятійно-категоріальний апарат сфери дослідження.....	10
1.2. Аналіз теорії та практики сфери дослідження.....	17
1.3. Практика та методи удосконалень.....	21
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ПОТОЧНОГО СТАНУ СПРАВ ОБЛАСТІ ДОСЛІДЖЕННЯ.....	25
2.1. Організаційно-економічна характеристика об'єкта дослідження.....	25
2.2. Аналіз зовнішнього середовища діяльності об'єкта.....	31
2.3. Виявлення проблем в діяльності об'єкта.....	44
РОЗДІЛ 3 УДОСКОНААЛЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ОБ'ЄКТА В СФЕРІ ДОСЛІДЖЕННЯ.....	50
3.1. Напрями та технологія удосконалення діяльності фірми.....	50
3.2. Концептуальні основи адаптації в кризовому середовищі.....	58
ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ.....	60
ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ.....	63

ВСТУП

Актуальність теми кваліфікаційної роботи «Розширення сегменту ринку продукції масового споживання в умовах соціально- економічної кризи» зумовлена фактичним соціально-економічним станом суспільства в умовах широкомасштабної військової агресії Росії та економічними наслідками такої ситуації для вітчизняних підприємств та споживачів-громадян.

Мета кваліфікаційної роботи – розробити оптимальну схему розширення ринку та каналів збуту продукції масового споживання.

Для досягнення поставленої мети необхідно виконати наступні завдання:

- дослідити теоретико-понятійний апарат торгівлі масового споживання та управління роздрібними мережами;
- проаналізувати стан ринку товарів масового споживання та організації роздрібних торгівельних мереж;
- сформулювати візію та пропозицію щодо управління роздрібними торгівельними мережами в межах територіальних громад та створення оптимальних систем розподілу.

Об'єкт дослідження – мережа роздрібної торгівлі товарами масового споживання, зокрема продукти харчування, текстиль та інше.

Предмет дослідження – статистика торгівлі товарами масового споживання в Україні та світі. В роботі розкривається структура ринку, його ключові показники попиту, ціни та сегментів споживання, споживачі та джерела пропозиції, основні канали розподілу та способи просування торгових марок та товарних позицій. Розглядаються теорія та понятійний апарат із зазначеного

питання, основні категорії та методи організації оптової та роздрібно́ї торгівлі, логістика систем розподілу товарів масового споживання. Приводяться факти і статистика за останній звітний період. Ринок товарів масового споживання України є глибоко інтегрованим в ринок світовий, а система реалізації продукції відповідає світовим стандартам розподілу та асортименту продукції. Джерела постачання визначаються фірмами, які здійснюють імпорт продукції. Успішна діяльність підприємства можлива в умовах активної логістики та продажу продукції у відповідь на потребу споживчого ринку.

В роботі використовувались спеціальні та загальнонаукові методи дослідження: монографічний, абстрактно-логічний, економіко-статистичний, Делфі, графічний та порівняльний. Логіка дослідження проводить наскрізну стрічку між завдання, які прагнуть до вирішення проблеми споживачів.

В роботу покладено гіпотезу, яка полягає в тому, що соціально-економічна ситуація на ринку визначає рівень масового споживання.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ТА МЕТОДОЛОГІЯ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

1.1. Теорія та поняття закупівельної діяльності

Моделі глобалізації в торгівлі та інвестиціях ЄС – це онлайн-публікація Євростату, яка представляє короткий виклад останніх статистичних даних Європейського Союзу (ЄС) щодо економічних аспектів глобалізації, зосереджуючись на моделях торгівлі та інвестицій ЄС.

ЄС має відносно відкритий режим торгівлі, що стало стимулом для розвитку відносин із широким колом торгових партнерів. Дійсно, ЄС глибоко інтегрований у світові ринки, і можна очікувати, що ця картина збережеться, оскільки сучасні транспортні та комунікаційні розробки створюють додатковий стимул для виробників обмінюватися товарами (і послугами) у всьому світі.

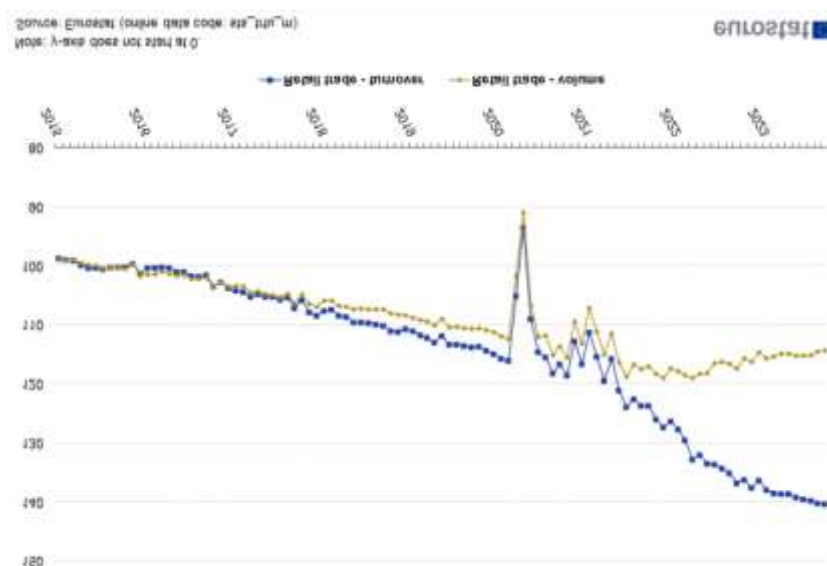


Рис.1.1. Динаміка споживання товарів масового споживання

Моделі глобалізації в торгівлі та інвестиціях ЄС – це онлайн-публікація Євростату, яка представляє короткий виклад останніх статистичних даних Європейського Союзу (ЄС) щодо економічних аспектів глобалізації, зосереджуючись на моделях торгівлі та інвестицій ЄС.

ЄС має відносно відкритий режим торгівлі, що стало стимулом для розвитку відносин із широким колом торгових партнерів. Дійсно, ЄС глибоко інтегрований у світові ринки, і можна очікувати, що ця картина збережеться, оскільки сучасні транспортні та комунікаційні розробки створюють додатковий стимул для виробників обмінюватися товарами (і послугами) у всьому світі.

У цій роботі наведено огляд розвитку торгівлі в ЄС, деталізовано закономірності зростання (у вартісному та об'ємному вираженні), розподіл між торгівлею всередині ЄС та торгівлею за межами ЄС, показники окремих держав-членів ЄС та зміни в умовах торгівлі. Статистика міжнародної торгівлі товарами. Статистика міжнародної торгівлі товарами розрізняє торгівлю всередині ЄС і поза ЄС.

Статистика всередині ЄС стосується транзакцій, які відбуваються в межах ЄС, іншими словами, експорту товарів, які залишають одну країну-член ЄС і мають прибути в іншу. Поява єдиного ринку 1 січня 1993 року та скасування митних формальностей між державами-членами ЄС призвели до втрати інформації та вимагали створення нової системи збору даних — Intrastat — яка тісно пов'язана з системами ПДВ і базується на збір даних безпосередньо від платників податків (торговців).

Статистика за межами ЄС фіксує потоки експортованих та імпортованих товарів між ЄС та країнами, що не є членами; зауважте, що товари, які перебувають «транзитом» через державу-член ЄС, виключаються. Статистика торгівлі за межами ЄС збирається за допомогою іншої системи — Extrastat — яка використовує записи про торгові операції для митних декларацій, які збирають митні органи.

Торговий баланс — це різниця між експортом та імпортом. Коли експорт перевищує імпорт, сальдо позитивне, і це називається активним торговим балансом. Навпаки, якщо експорт нижчий за імпорт, сальдо є від'ємним, і це називається дефіцитом торгівлі

Політики ЄС бачать сприяння міжнародній торгівлі (та інвестиціям) з рештою світу ключовим рушієм економічного зростання та створення робочих

місць. ЄС є одним із найбільших світових гравців у світовій торгівлі: у 2021 році він був другим за величиною експортером та імпортером товарів у світі, оскільки торгівля за межами ЄС становила 13,7% світового експорту та 15,2% світового імпорту. Китай експортував більше товарів (18,1% від загального світового обсягу), ніж ЄС, тоді як Сполучені Штати імпортували більше товарів (16,3% від загального світового обсягу) — див. статтю про Світову торгівлю товарами та цю таблицю для отримання додаткової інформації. ЄС досяг цієї позиції, принаймні частково, діючи об'єднано і єдиним голосом, а не маючи 27 національних торговельних стратегій: держави-члени ЄС мають єдиний ринок, єдиний зовнішній кордон і єдину зовнішньоторговельну політику. в рамках Світової організації торгівлі (СОТ), де узгоджені та виконуються правила міжнародної торгівлі.

З 2008 року вартість товарів, експортованих за межі ЄС, зростала швидше, ніж вартість товарів, імпортованих до ЄС.

Міжнародна торгівля товарами ЄС досягла відносного піку в 2008 році (див. рисунок 1), коли імпорт оцінювався в 1 555 мільярдів євро, а вартість експорту була дещо нижчою, 1 421 мільярд євро; Таким чином, торговий дефіцит ЄС становив 134 мільярди євро. Вплив глобальної фінансово-економічної кризи призвело до стрімкого падіння міжнародної торгівлі товарами в ЄС; вартість експорту за межі ЄС впала на 16,7 % у 2009 році, тоді як відбулося ще більше скорочення (-23,2 %) вартості імпорту за межі ЄС. Проте спостерігалось швидке відновлення торговельної активності, оскільки експорт ЄС уже перевищив докризову вартість у 2010 році, тоді як така сама картина спостерігалася для імпорту ЄС до 2011 року; як імпорт, так і експорт ЄС продовжували зростати в 2012 році. Зниження вартості імпорту ЄС, починаючи з 2012 року, може бути пов'язане з падінням цін на нафту

Після цього спостерігалися дещо інші моделі розвитку експорту та імпорту ЄС, що відображало, принаймні частково, динаміку цін на нафту. Між 2012 і 2016 роками вартість імпорту з країн поза ЄС впала, тоді як вартість експорту ЄС продовжувала зростати. Після 2016 року імпорт також знову почав зростати,

досягнувши піку в 1 941 мільярд євро в 2019 році. У тому ж році експорт досяг піку в 2 132 євро. У 2020 році, значною мірою через пандемію COVID-19, обидва імпорту (- 11,5 %), а експорт (-9,3 %) різко впав. Однак за останні два роки вони більш ніж відновилися: експорт досяг 2 573 мільярдів євро, а імпорт – 3 002 мільярди євро.

З 2008 року вартість експорту товарів із ЄС загалом зростала швидшими темпами, ніж вартість імпорту ЄС; це призвело до значної зміни торговельного балансу товарів ЄС (різниця між експортом та імпортом). У 2008 році ЄС мав дефіцит торгівлі товарами в розмірі 134 мільярдів євро, але в 2012 році він був скасований, коли було зафіксовано профіцит у 68 мільярдів євро. Профіцит досяг піку в 2016 році в 264 млрд євро, впав до 191 млрд євро в 2019 році, а потім збільшився до 218 млрд євро в 2020 році. У 2021 році через значне зростання імпорту профіцит скоротився до 55 млрд євро. Через різке зростання цін на енергоносії профіцит торгівлі перетворився на дефіцит торгівлі в розмірі 430 мільярдів євро в 2022 році.

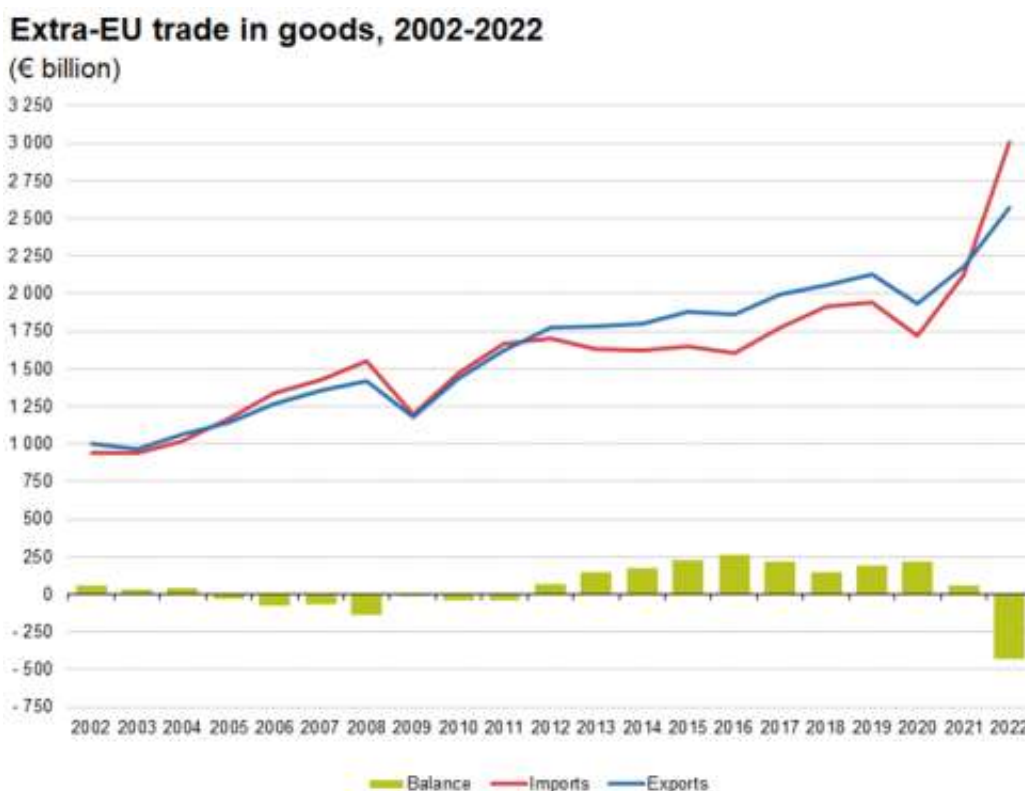


Рис.1.3. Динаміка цін та товри масового споживання

У період 2002-2022 рр. одні з найшвидших темпів зростання торгівлі товарами були зафіксовані серед тих держав-членів, які приєдналися до ЄС у 2004 р. або пізніше.

Дивлячись на події в окремих державах-членах ЄС, на малюнку 2 показано загальну швидкість зміни вартості імпорту та експорту між 2002 і 2022 роками; зауважте, що ці статистичні дані стосуються загальних торгових потоків (іншими словами, торгівлі як всередині ЄС, так і за межами ЄС). Цікаво відзначити, що ті держави-члени з найвищим загальним зростанням загальної торгівлі (сума імпорту та експорту), як правило, характеризуються вищими темпами зростання експорту (порівняно з темпами зростання імпорту), тоді як ті держави-члени з відносно низькими загальними темпами зростання загальної торгівлі, як правило, свідчать про вищі темпи зростання імпорту.

Темпи зростання понад 200 % загальної торгівлі між 2002 і 2022 роками були зафіксовані в дванадцяти з тринадцяти держав-членів, які приєдналися до ЄС у 2004 році або пізніше (Латвія, Литва, Болгарія, Польща, Румунія, Словаччина, Словенія, Чехія, Естонія, Хорватія, Угорщина та Кіпр), що, принаймні частково, можна пояснити процесом їх інтеграції як у глобальні ринки, так і (зокрема) в єдиний європейський ринок, після реформ, які призвели до переходу від централізованого планування до ринкової економічної моделі. У Нідерландах темпи зростання також перевищували 200%. Дванадцять держав-членів (Греція, Іспанія, Бельгія, Португалія, Німеччина, Австрія, Швеція, Італія, Ірландія, Мальта, Данія та Фінляндія) зафіксували темпи зростання від 100% до 200%. У Франції та Люксембурзі темпи зростання були нижчими за 100 %.

Латвія зафіксувала найвищий загальний ріст вартості експортованих товарів між 2002 і 2022 роками (зростання на 852%), тоді як Кіпр, Литва, Болгарія та Польща також зафіксували зростання більш ніж на 600%. Навпаки, темпи зростання експорту були нижчими за 100 % на Мальті, Люксембурзі, Франції та Фінляндії.

Румунія (568%) зафіксувала найвищі темпи зростання імпортованих товарів за той же період. Литва, Латвія, Болгарія, Польща та Словаччина також зафіксували

темпи зростання понад 500%. Навпаки, темпи зростання імпорту нижче 150% були зареєстровані в Греції, Данії, Франції та Люксембурзі.

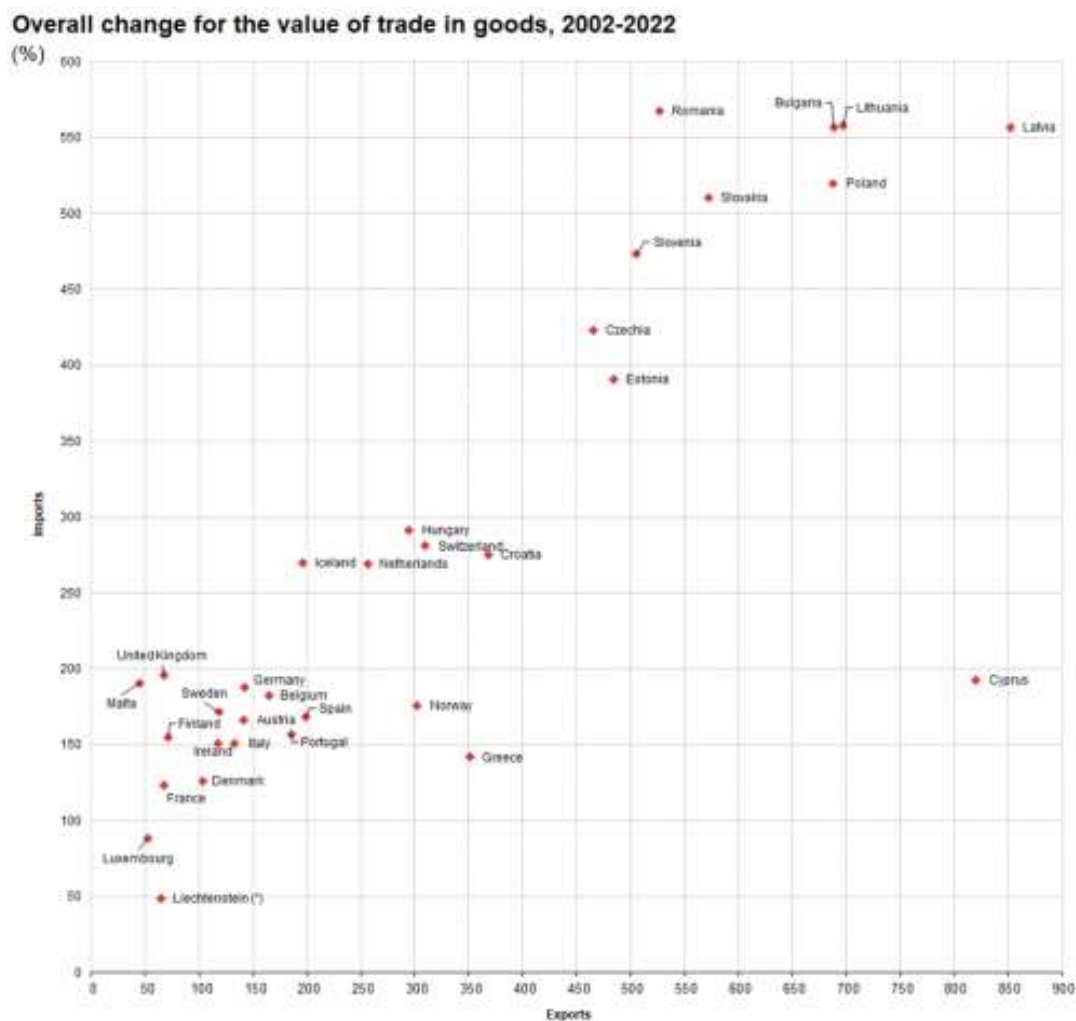


Рисунок 2: Загальна зміна вартості торгівлі товарами, 2002-2022 рр

Джерело: Євростат (ext_lt_intratrd) та (ext_lt_intercc)

Німеччина мала найвище позитивне сальдо торгівлі товарами у 2022 році. На рисунку 3 наведено порівняння між 2002 і 2022 роками торгового балансу товарів. У 2022 році Німеччина мала найвище позитивне сальдо торгівлі товарами (82 млрд євро). Далі слідували надлишки, зафіксовані в Нідерландах (65 мільярдів євро) та Ірландії (65 мільярдів євро). На іншому кінці діапазону дефіцит торгівлі товарами у Франції склав 191 мільярд євро у 2022 році, що було набагато вище, ніж наступний за величиною дефіцит, зафіксований в Іспанії (71 мільярд євро).

У період з 2002 по 2022 рік дві країни-члени ЄС — Чехія та Словаччина — перейшли від позиції дефіциту торгівлі товарами до позитивного сальдо торгівлі. На відміну від цього, у Франції, Італії, Австрії, Фінляндії та Швеції спостерігався

протилежний розвиток, а саме їхня торгова позиція товарів змінилася з профіциту до дефіциту. Бельгія, Данія, Німеччина, Ірландія та Нідерланди мали позитивне сальдо торгівлі як у 2002, так і в 2021 роках. Решта п'ятнадцяти держав-членів мали дефіцит торгівлі в обидва роки.

Активне сальдо торгівлі товарами в Німеччині скоротилося на 51 мільярд євро з 2002 по 2022 рік, тоді як найбільше абсолютне збільшення було зафіксовано в Нідерландах (38 мільярдів євро). Торговельний баланс Франції впав найбільше з 2002 по 2021 рік – на 194 мільярди євро. Італія, Румунія, Іспанія та Фінляндія були єдиними державами-членами, торговельний баланс яких скоротився більш ніж на 20 мільярдів євро.

Вартість торгівлі товарами всередині ЄС у 1,5 рази перевищувала вартість торгівлі товарами за межами ЄС у 2021 році

Незважаючи на те, що торговельні потоки в межах єдиного ринку можуть не здаватися (на перший погляд) особливо «глобальними» за своєю природою і можуть розглядатися дехто як «протекціоністські» або «орієнтовані всередину», важливо зазначити, що деякі з цих внутрішніх - Потоки ЄС є результатом діяльності європейських або багатонаціональних підприємств, що виробляють товари на іноземних територіях; наприклад, німецькі чи японські автомобілі, вироблені в Словаччині чи Румунії, звідки їх можна безмитно експортувати в інші частини єдиного ринку.

Порівняння між торгівлею всередині ЄС (між державами-членами ЄС) і торгівлею за межами ЄС (між державами-членами ЄС і країнами, що не є членами) показує, що перша була в 1,5 рази більшою, ніж остання у 2002 році; це порівняння проводиться на основі загальної торгівлі (іншими словами, суми імпорту та експорту). Це співвідношення було дещо вищим у 2021 році, коли торгівля всередині ЄС була в 1,6 раза вищою, ніж торгівля з іншими країнами ЄС (див. таблицю 1). Відносне значення різних продуктів. Велика частка товарів, імпортованих до ЄС, є основними товарами

Trade balance for goods, 2002 and 2022

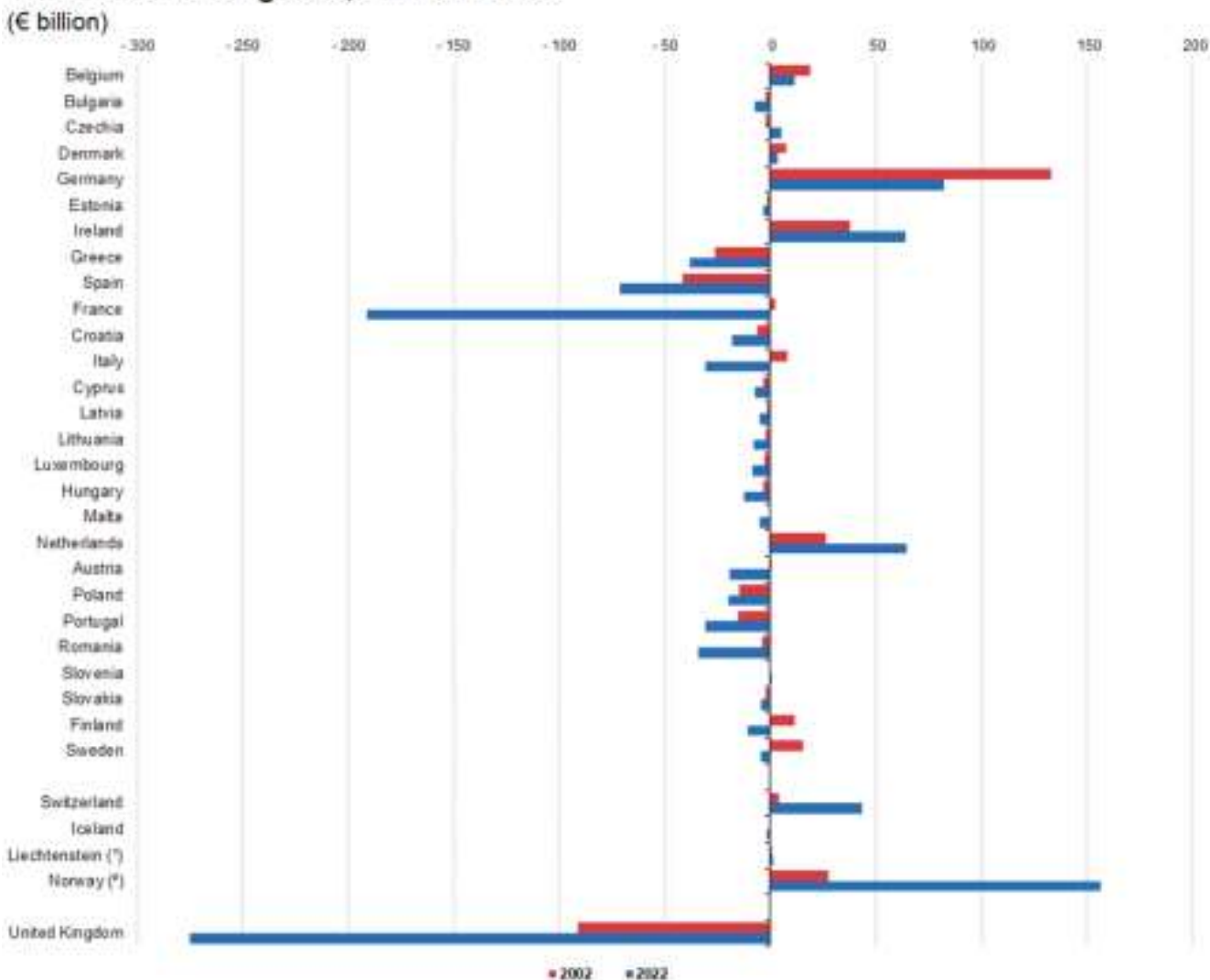


Рисунок 1.3: Торговельний баланс товарів, 2002 та 2022 роки(млрд євро)

Джерело: Євростат (ext_lt_intratrd) та (ext_lt_intercc)

Розділ містить більш детальну інформацію — на основі Стандартної міжнародної торговельної класифікації (СМТК) — щодо відносного значення різних товарів у торгівлі всередині та поза ЄС. Внутрішня природа різних товарів означає, що деякі з них здебільшого обмежені національними ринками або торгівлю в межах єдиного ринку (торгівля всередині ЄС), тоді як інші більш відкрито продаються на глобальних ринках. Наприклад, швидкопсувний характер деяких харчових продуктів може, принаймні частково, пояснити, чому продукти харчування, напої та тютюнові вироби становили майже одну десяту (9,5 %) усього експорту всередині ЄС у 2022 році, тоді як їх частка в експорті за межі ЄС

була дещо нижчою – 7,9 %. З іншого боку, дефіцит або повна відсутність природних ресурсів може пояснити, принаймні певною мірою, чому деякі товари імпортуються з країн-партнерів поза ЄС; це стосується мінерального палива та супутніх матеріалів, на які припадає 27,7 % усього імпорту за межі ЄС, у порівнянні з 9,4 % частки імпорту всередині ЄС.

Таблиця 1.1: - Торговельний баланс товарів, 2002 та 2022 роки (млрд євро)

Джерело: Євростат (ext_lt_intratrd) та (ext_lt_intercc)

Structure of EU international trade in goods, 2002 and 2022

(share in total, %)

	2002				2022			
	Intra EU		Extra EU		Intra EU		Extra EU	
	Exports	Imports	Exports	Imports	Exports	Imports	Exports	Imports
Total (€ billion)	1 501	1 425	599	941	4 238	4 100	2 573	3 002
Food, drinks and tobacco	8.9%	9.0%	6.5%	6.2%	9.5%	9.6%	7.9%	4.9%
Raw materials	3.2%	3.4%	2.2%	4.5%	3.7%	4.9%	3.0%	4.2%
Mineral fuels, lubric. and related materials	3.6%	3.8%	2.4%	16.2%	10.0%	9.4%	7.0%	27.7%
Chemicals & related products, n.e.s.	14.0%	14.6%	15.2%	10.3%	17.8%	19.6%	21.6%	12.1%
Machinery and transport equipment	39.8%	39.3%	45.7%	36.0%	31.7%	32.0%	37.0%	27.5%
Other manufactured goods	29.1%	26.6%	26.0%	24.1%	26.5%	25.8%	22.2%	22.1%
Not classified	1.4%	1.4%	2.0%	2.8%	0.7%	0.7%	1.4%	1.6%

Source: Eurostat (Easy Comex: DS-018995)

У 2022 році Ірландія та Греція були єдиними країнами-членами ЄС, які мають отримати свої торговельні товари з країнами, які не є членами

1.2. Сукупний аналіз торговельних потоків

На рис 1.4 наведено сукупний аналіз загальної торгівлі товарами, який показує, які країни-члени ЄС мають більшу відкритість до торгівлі в межах єдиного ринку (торгівля всередині ЄС), а які мають вищу загальну торгівлю з країнами, які не є членами. (торгівля за межами ЄС). Частка загальної торгівлі товарами, яка припадала на потоки в середині та поза ЄС, значно розрізнялася між державами-членами, певною мірою відображаючи історичні зв'язки та географічне розташування. У 2022 році понад три чверті торгівлі Люксембургу (86,3 %), Словаччини (78,5 %) і Чехії (76,8 %) належало партнерам у ЄС; було ще 13 держав-членів, де частка торгівлі всередині ЄС у загальній торгівлі ЄС була в межах 60-75 %. У десяти державах-членах частка становила від 50% до 60%, тоді як тільки Ірландія та Греція повідомили про більшу торгівлю за межами ЄС, ніж у середині ЄС.

У цій статті аналізуються дані про торгівлю сільськогосподарською продукцією, зосереджуючись на експорті та імпорті між Європейським Союзом (ЄС) та всіма країнами поза ЄС (екстра-ЄС). У 2022 році торгівля сільськогосподарською продукцією за межами ЄС склала 7,6% загальної міжнародної торгівлі товарами за межами ЄС. Частка сільськогосподарської продукції в загальному експорті (8,9 %) була вищою, ніж в імпорті (6,5 %). Дані про торгівлю сільськогосподарською продукцією є центральними для двох важливих політик ЄС: Спільної сільськогосподарської політики (САР) і Спільної торговельної політики, яка регулює торговельні відносини з країнами, які не входять до ЄС.

Ця стаття є частиною онлайн-видання, що надає останні статистичні дані міжнародної торгівлі товарами, охоплює інформацію про основних партнерів ЄС, основні товари, якими торгують, специфічні характеристики торгівлі, а також довідкову інформацію.

У цій статті аналізуються дані про торгівлю сільськогосподарською продукцією, зосереджуючись на експорті та імпорті між Європейським Союзом (ЄС) та всіма країнами поза ЄС (екстра-ЄС). У 2022 році торгівля сільськогосподарською продукцією за межами ЄС становила 7,6% загальної міжнародної торгівлі товарами за межами ЄС. Частка сільськогосподарської продукції в загальному експорті (8,9 %) була вищою, ніж в імпорті (6,5 %). Дані про торгівлю сільськогосподарською продукцією є центральними для двох важливих політик ЄС: Спільної сільськогосподарської політики (САР) і Спільної торговельної політики, яка регулює торговельні відносини з країнами, що не входять до ЄС.

Ця стаття є частиною онлайн-видання, що надає останні статистичні дані міжнародної торгівлі товарами, охоплює інформацію про основних партнерів ЄС, основні товари, якими торгують, специфічні характеристики торгівлі, а також довідкову інформацію.

Торгівля ЄС сільськогосподарською продукцією: позитивне сальдо 33 млрд євро

У 2022 році загальна вартість торгівлі (імпорт плюс експорт) сільськогосподарських товарів між ЄС та рештою світу становила 425 мільярдів євро (див. рис. 1). Оскільки експорт (229 мільярдів євро) був вищим за імпорт (196 мільярдів євро), позитивне сальдо торгівлі становило 33 мільярди євро. У період з 2002 по 2022 рік торгівля сільськогосподарською продукцією в ЄС зростає втричі, що відповідає середньорічному зростанню на 5,6%. У цей період експорт (5,9 %) зростає швидше за імпорт (5,4 %).

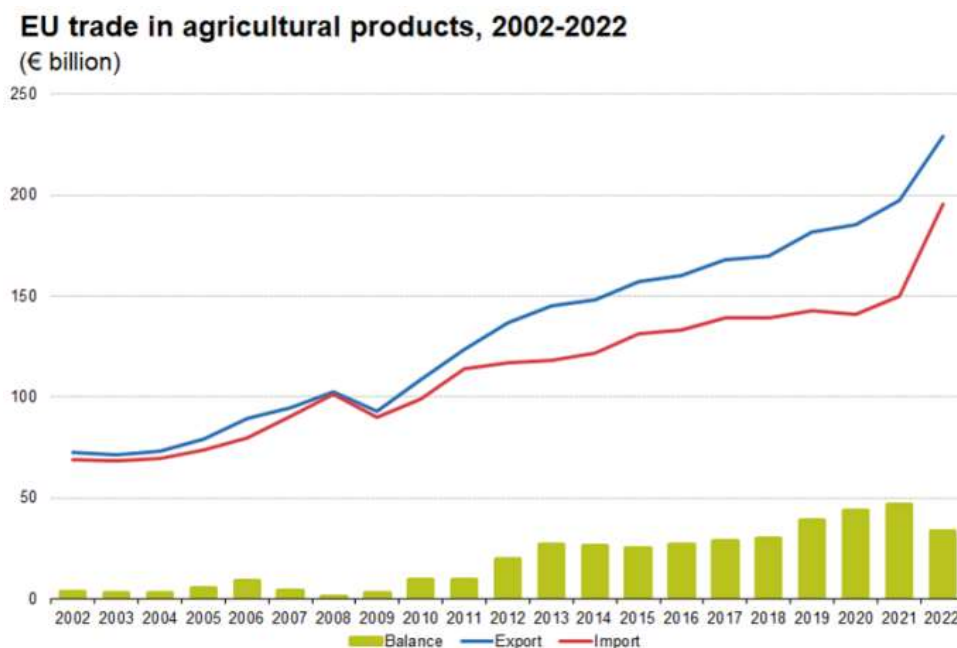


Рис.1.5. Сільськогосподарська продукція в обсягах торгівлі

У 2002 році частка сільськогосподарської продукції ЄС у загальній торгівлі становила 7,3 %, зростає до 7,6 % у 2022 році (див. рис. 2). З 2002 по 2004 роки частка експорту та імпорту була приблизно однаковою, але з 2005 року частка експорту була вищою, ніж частка імпорту. Ця різниця була найбільшою у 2022 році, коли вона сягнула 2,4 відсоткових пунктів (п. п.), причому експорт (8,9 %) мав більшу частку, ніж імпорт (6,5 %). Продукція сільського господарства: чотири групи. Сільськогосподарські продукти можна розділити на чотири групи: продукти тваринного походження, продукти рослинного походження, жири та олії та харчові продукти (див. рис. 4). У 2022 році найбільшу групу експорту становили продукти харчування (54 %), далі йшли продукти тваринного

походження (22 %), продукти рослинного походження (20 %) та жири та олії (4 %).

EU share of agricultural products in total trade, 2002-2022

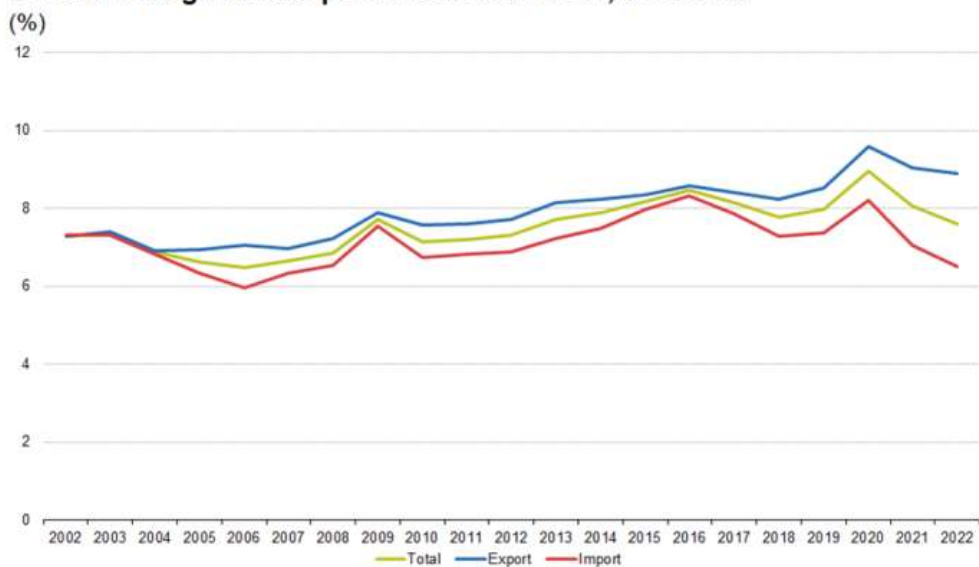


Рис.1.6. Імпорт продукції

У 2022 році ЄС імпортував 158 мільйонів тонн сільськогосподарської продукції, тоді як експортував 136 мільйонів тонн (див. рис. 3). Між 2002 і 2022 роками загальний обсяг торгівлі мав середньорічний темп зростання на 2,2%.

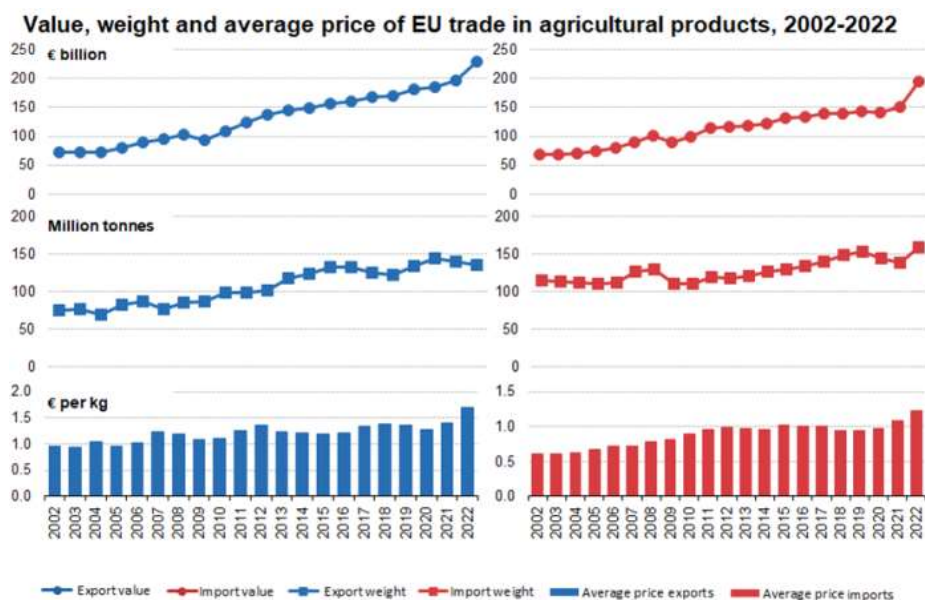


Рисунок 1.6: Вартість, вага та середня ціна торгівлі ЄС сільськогосподарською продукцією, 2002-2022 рр.

Джерело: Євростат (код даних Comext: DS-045409)

В імпорті найбільшу групу становили продукти рослинного походження (39 %), потім йшли продукти харчування (32 %), продукти тваринного походження (19 %) та жири та олії (9 %).

EU exports and imports of agricultural products by category, 2022

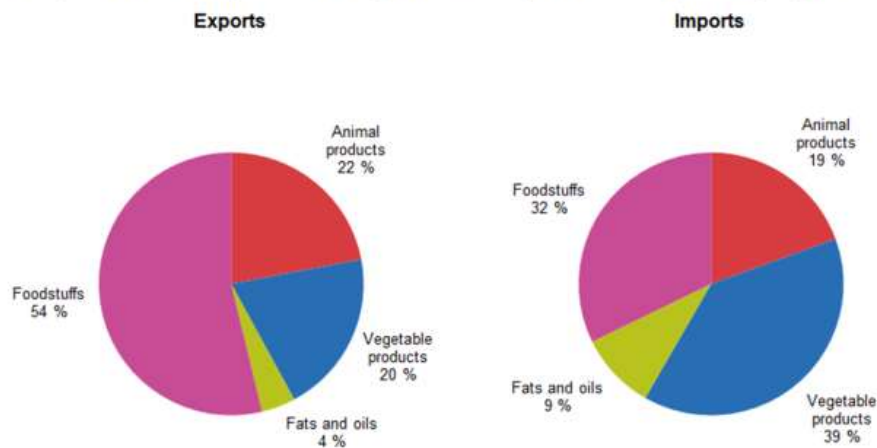


Рисунок 1.7: Торгівля сільськогосподарською продукцією ЄС за категоріями, 2022 р

Джерело: Євростат (код даних Comext: DS-045409)

Кожну з категорій, розглянутих вище, можна розділити на глави.

Категорія продуктів тваринного походження складається з п'яти розділів. В експорті продуктів тваринництва найбільшими розділами були «м'ясо та їстівні м'ясні субпродукти» (38%, 18 мільярдів євро) та «молочна продукція; пташині яйця; натуральний мед; їстівні продукти тваринного походження, в іншому місці не зазначені та не включені» (41 %, 19 мільярдів євро). В імпорті продуктів тваринного походження найбільшу главу становили «риба та ракоподібні, моллюски та інші водні безхребетні» (71%, 26 мільярдів євро).

У категорії «овочева продукція» дев'ять розділів. В експорті овочевої продукції найбільшу главу становили «зернові» (32%, 15 мільярдів євро). В імпорті рослинної продукції найбільшу главу становили «їстівні фрукти та горіхи; шкірка цитрусових або динь» (27 %, 21 мільярд євро). Жири та олії — це окрема категорія, імпорт становив 20 мільярдів євро, а експорт — 11 мільярдів євро.

1.3. Торгівля рештою сільхозпродукції

Харчові продукти складаються з різних типів оброблених харчових продуктів. Найбільшу главу в експорті харчових продуктів склали «напої, алкогольні напої та оцет» (32%, €39 млрд). В імпорті харчових продуктів найбільшу главу становили «залишки та відходи харчової промисловості; готові корми для тварин» (24 %, 15 мільярдів євро)

EU Agricultural exports and imports by product categories, 2022
(€ billion)

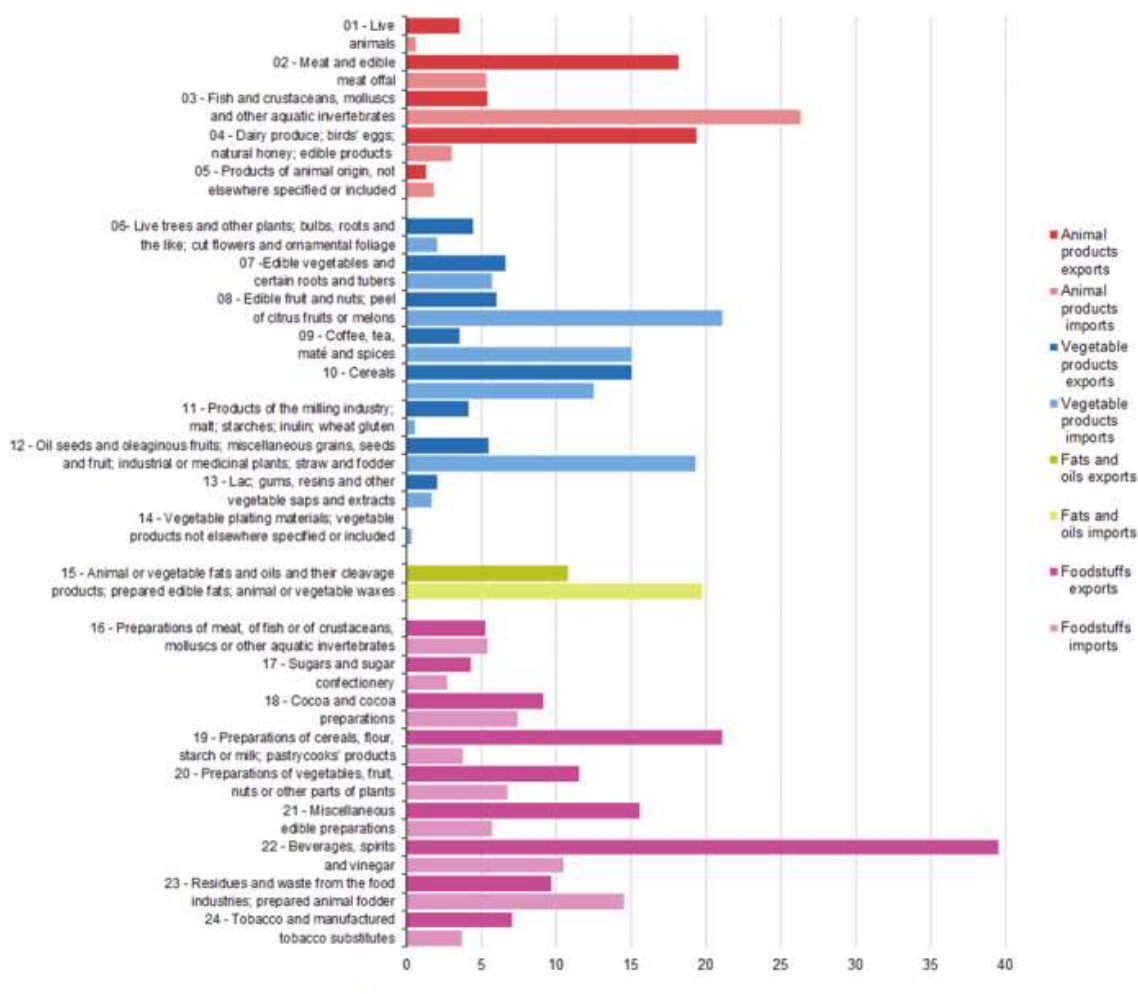


Рисунок 1.7.: Експорт та імпорт сільськогосподарської продукції ЄС за категоріями продуктів, 2022 (млрд євро)

Джерело: Євростат (код даних Comext: DS-045409)

Сільськогосподарська продукція – розвиток між 2002 і 2022 роками

У 2022 році загальний обсяг торгівлі (імпорт плюс експорт) продуктами тваринного походження між ЄС та рештою світу становив 85 мільярдів євро (див. рис. 6). Оскільки експорт (48 мільярдів євро) був вищим за імпорт (37 мільярдів євро), позитивне сальдо торгівлі становило 11 мільярдів євро. У період з 2002 по 2022 рік торгівля продуктами тваринного походження в ЄС зросла більш ніж удвічі, що відповідає середньорічному зростанню на 5,0%. У цей період експорт (5,6 %) зростав швидше за імпорт (4,4 %).

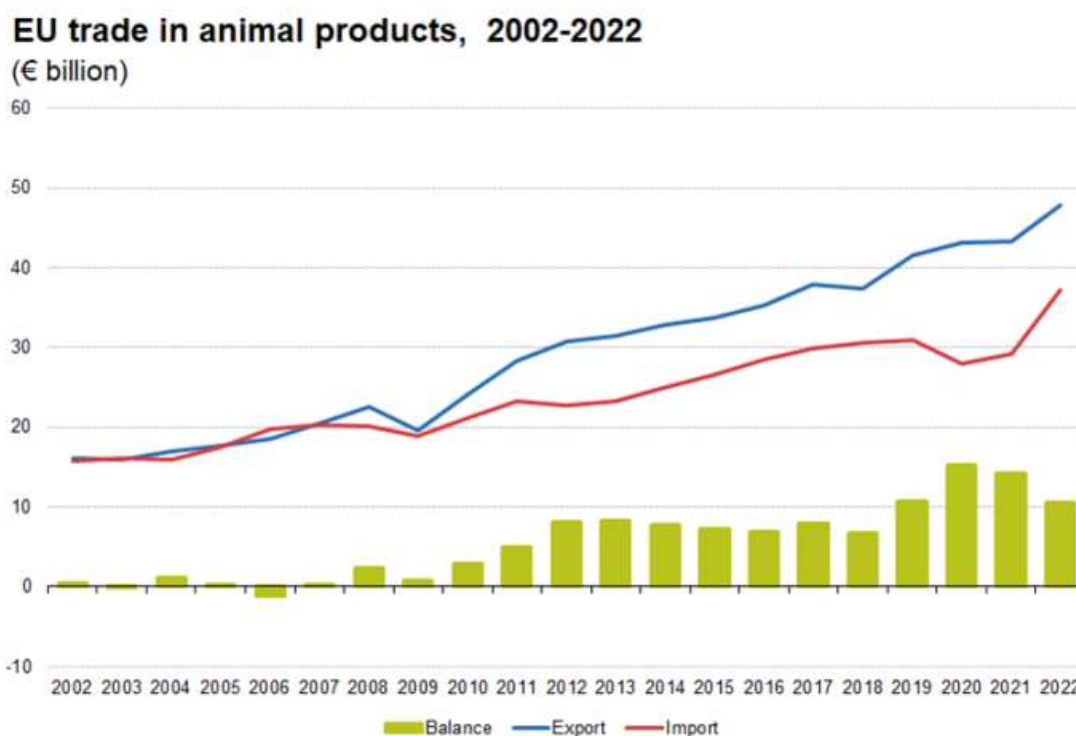


Рисунок 1.8: Торгівля ЄС продуктами тваринного походження, 2002-2022 (млрд євро)

Джерело: Євростат (код даних Comext: DS-045409)

У 2022 році загальний обсяг торгівлі (імпорт плюс експорт) овочевою продукцією між ЄС та рештою світу становив 126 мільярдів євро (див. рис. 7). Оскільки експорт (47 мільярдів євро) був нижчим за імпорт (78 мільярдів євро), дефіцит торгівлі склав 31 мільярд євро. З 2002 по 2022 рік торгівля овочевою продукцією в ЄС зросла втричі, що відповідає середньорічному зростанню на 5,9%. У цей період експорт (5,6 %) зріс менше, ніж імпорт (6,1 %).

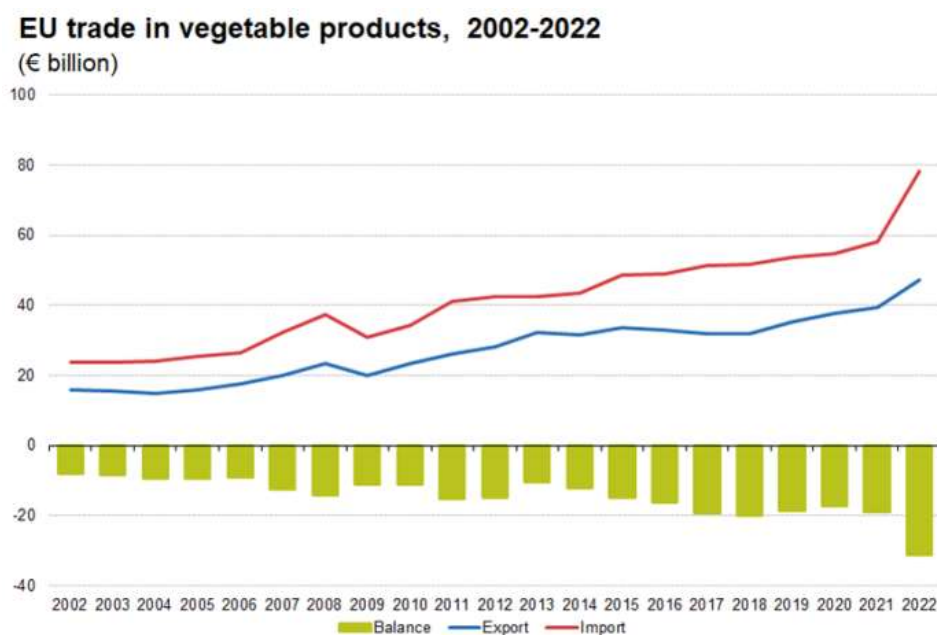
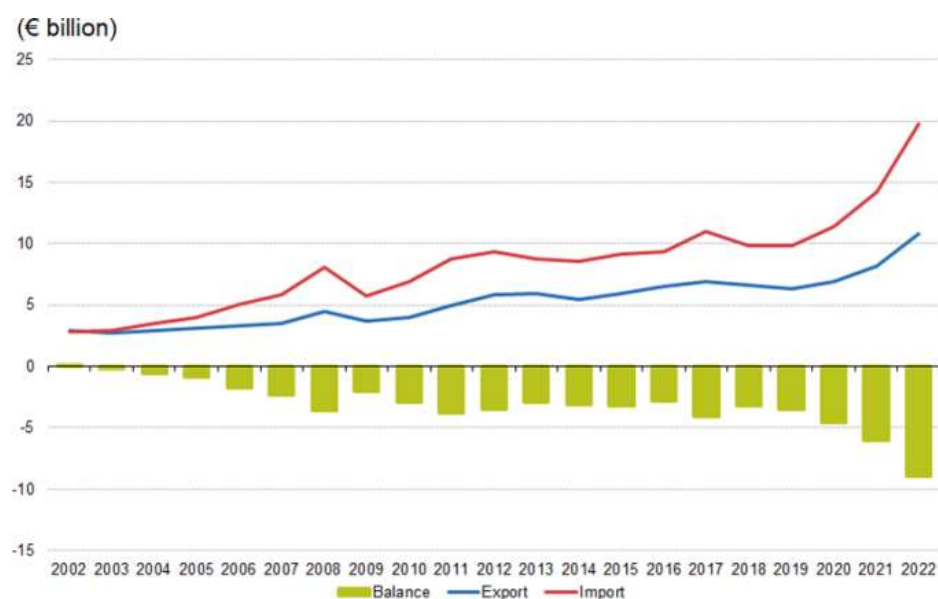


Рисунок 7: Торгівля ЄС овочевою продукцією, 2002-2022 (млрд євро)

Джерело: Євростат (код даних Comext: DS-045409)

У 2022 році загальна вартість торгівлі (імпорт плюс експорт) жирів і олій між ЄС та рештою світу становила 31 мільярд євро (див. рис. 8). Оскільки експорт (11 мільярдів євро) був нижчим за імпорт (20 мільярдів євро), дефіцит торгівлі становив 9 мільярдів євро. Між 2002 і 2022 роками торгівля овочевою продукцією в ЄС значно зросла із середньорічним зростанням на 8,7%. За цей період експорт (6,8 %) зріс менше, ніж імпорт (10,2 %).



Source: Eurostat (online data code: DS-045409)

Рисунок 1.8: Торгівля ЄС жирами та олією, 2002-2022 (млрд євро)

Джерело: Євростат (код даних Comext: DS-045409)

У 2022 році загальна вартість торгівлі (імпорт плюс експорт) харчовими продуктами між ЄС та рештою світу становила 184 мільярди євро (див. рис. 9). Оскільки експорт (123 мільярди євро) був вищим за імпорт (60 мільярдів євро), позитивне сальдо торгівлі склало 63 мільярди євро. Між 2002 і 2022 роками торгівля продовольчими товарами в ЄС зростає майже втричі, що відповідає середньорічному зростанню на 5,4%. У цей період експорт (6,1 %) зростає швидше за імпорт (4,2 %).

EU trade in foodstuffs, 2002-2022

(€ billion)

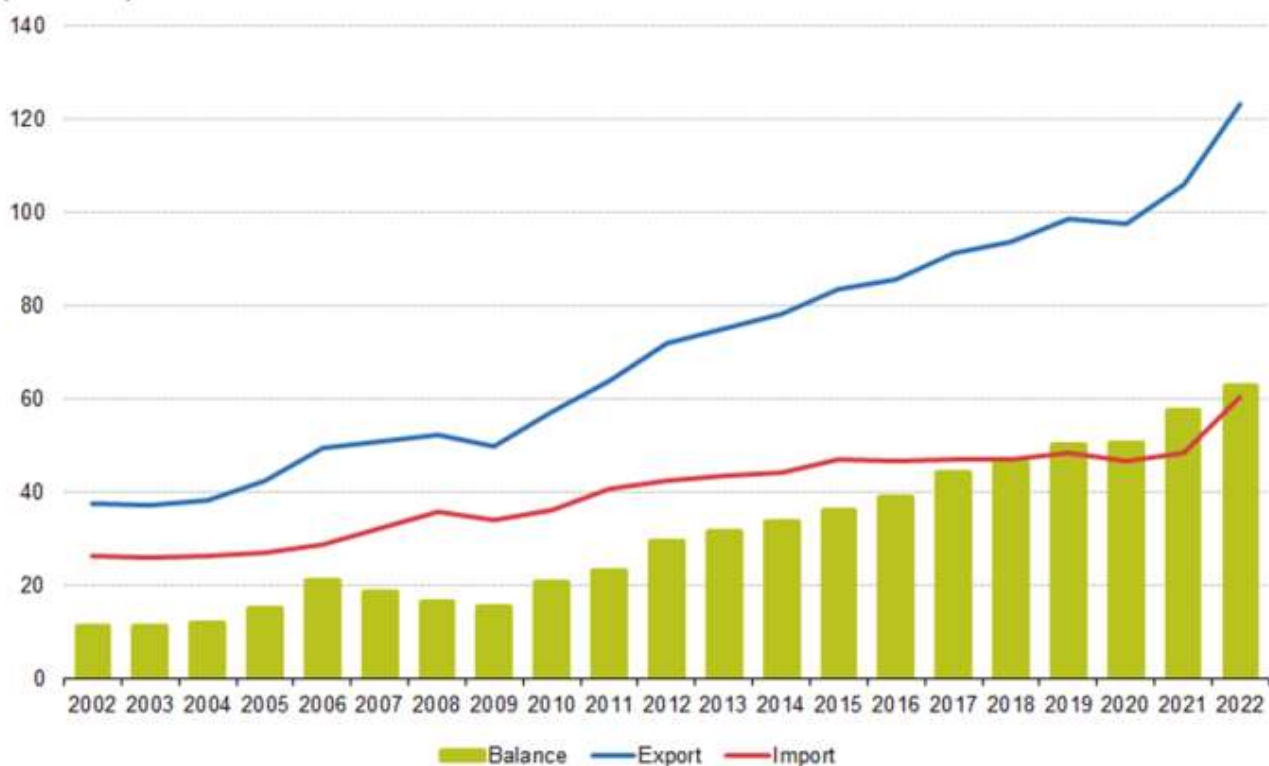


Рис.1.9. Основні торгові партнери сільськогосподарської продукції

У 2022 році Сполучене Королівство (див. розділ методології нижче) було найбільшим напрямком експорту сільськогосподарської продукції в ЄС (48 млрд євро, 21 %) і другим за величиною джерелом імпорту в ЄС (16 млрд євро, 8 %) після Бразилії (євро 20 мільярдів, 10 %) - дивіться малюнок 10.

EU exports and imports of agricultural products by main partner, 2022
(shares and € million)

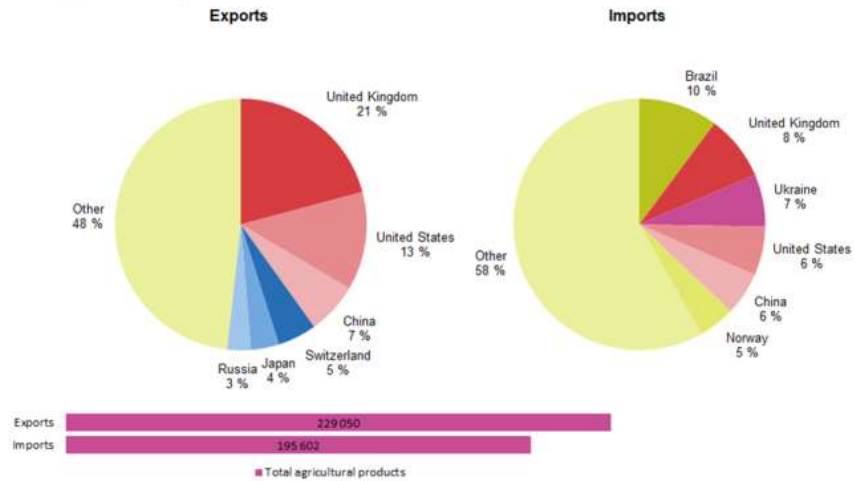


Рисунок 10: Експорт та імпорт сільськогосподарської продукції ЄС за основними партнерами, 2022 (частки та мільйони євро)

EU exports and imports of animal products by main partner, 2022
(shares and € million)

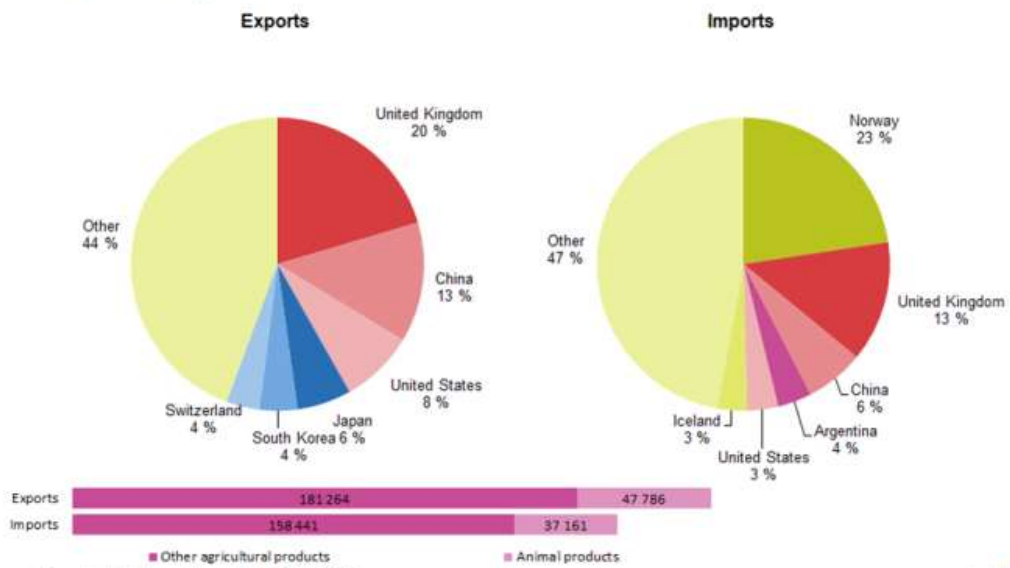


Рисунок 10: Експорт та імпорт сільськогосподарської продукції ЄС за основними партнерами, 2022 (частки та мільйони євро)

Джерело: Євростат (код даних Comext: DS-045409)

РОЗДІЛ 2

ОРГАНІЗАЦІЯ ЕКСПОРТУ ТОВАРІВ ПОЗА МЕЖАМИ ЄС

2.1. Обсяг торгівлі товарами масового споживання поза ЄС

У 2022 році Сполучене Королівство (10 мільярдів євро, 20 %) було найбільшим напрямком експорту в ЄС продуктів тваринництва, тоді як Норвегія (8 мільярдів євро, 23 %) була найбільшим джерелом імпорту ЄС, головним чином завдяки імпорту рибних продуктів.

У 2022 році Сполучене Королівство (10 мільярдів євро, 20 %) було найбільшим напрямком експорту в ЄС продуктів тваринництва, тоді як Норвегія (8 мільярдів євро, 23 %) була найбільшим джерелом імпорту ЄС, головним чином завдяки імпорту рибних продуктів (дивіться малюнок 11).

EU exports and imports of vegetable products by main partner, 2022
(shares and € million)

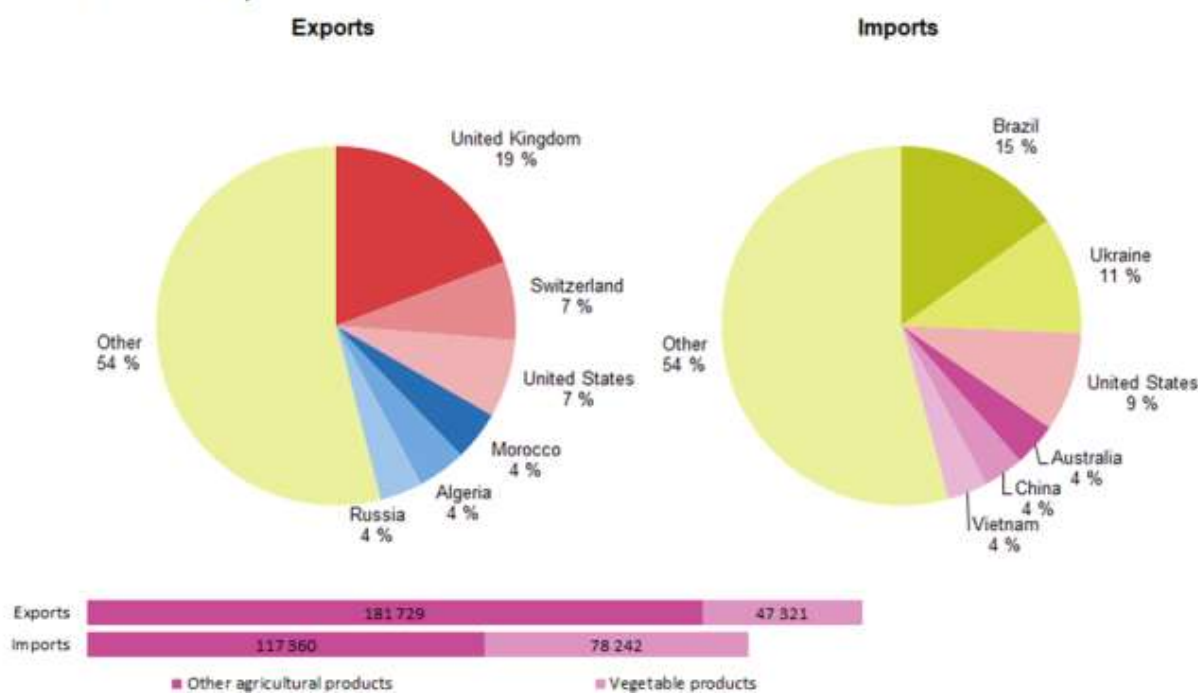
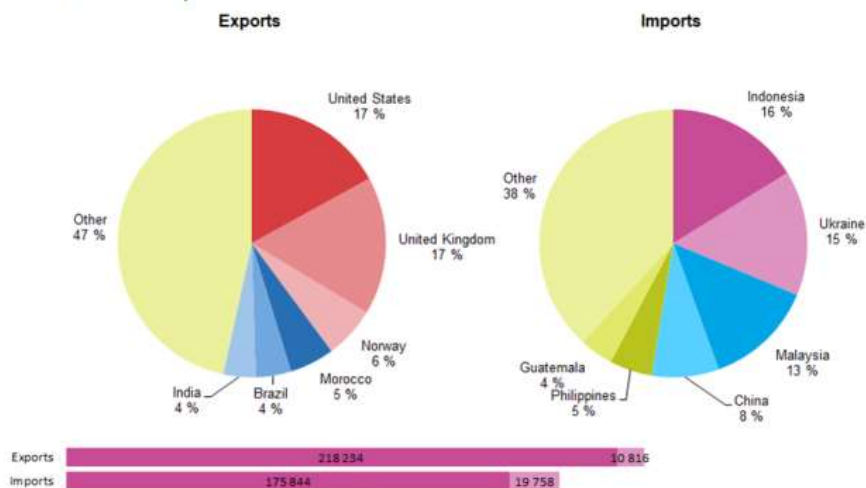


Рисунок 2.1.: Експорт та імпорт овочевої продукції ЄС за основними партнерами, 2022 (частки та мільйони євро)

У 2022 році Сполучені Штати та Велика Британія (2 мільярди євро, 17 %) були найбільшими країнами експорту жирів та олії в ЄС, тоді як Індонезія (3 мільярди євро, 16 %) та Україна (3 мільярди євро, 15 %) були найбільшими джерелами імпорту ЄС (див. рис. 13).

EU exports and imports of oils and fats by main partner, 2022
(shares and € million)



EU exports and imports of foodstuffs by main partner, 2022
(shares and € million)

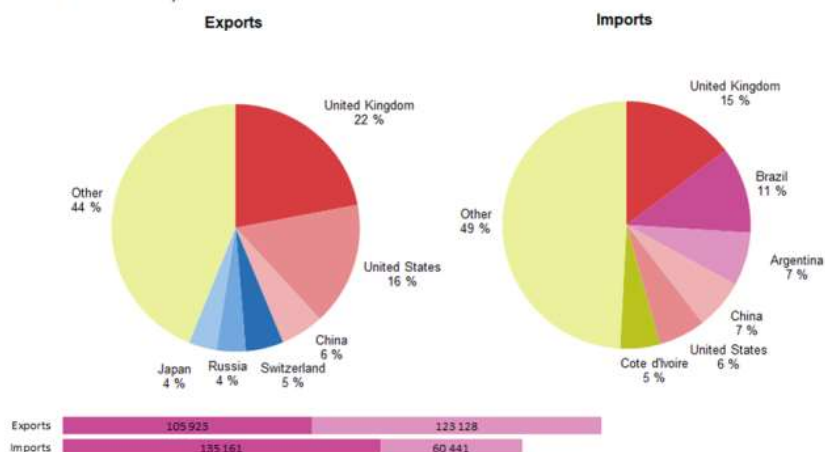


Рисунок 2.2.: Експорт та імпорт продуктів харчування в ЄС за основними партнерами, 2022 (частки та мільйони євро).

Дані ЄС взяті з бази даних COMEXT Євростату. COMEXT — довідкова база даних Євростату для міжнародної торгівлі товарами. Він надає доступ не лише до останніх та історичних даних з держав-членів ЄС, а й до статистики значної кількості країн, що не входять до ЄС. Зведені та детальні статистичні дані міжнародної торгівлі, які поширюються на веб-сайті Євростату, складаються з даних COMEXT відповідно до щомісячного процесу. Оскільки COMEXT оновлюється щодня, дані, опубліковані на веб-сайті, можуть відрізнятися від даних, які зберігаються в COMEXT у разі останніх переглядів.

У цій статті сільськогосподарська продукція класифікується відповідно до підпозицій Комбінованої номенклатури (CN), заснованої на міжнародній класифікації, відомої як Гармонізована система опису та кодування товарів (HS),

яку адмініструє Всесвітня митна організація. 24 групи (2-значні коди) сільськогосподарської продукції в номенклатурі CN згруповані в 3 основні типи: тваринницька, рослинна та харчова продукція. Група 15 (тваринні або рослинні жири та олії та продукти їх розщеплення; готові харчові жири; тваринні або рослинні воски) включена до овочів.

Дані ЄС збираються відповідно до вказівок спільноти і тому можуть відрізнятися від національних даних, опублікованих державами-членами. Статистичні дані про торгівлю за межами ЄС розраховуються як сума торгівлі кожної з 27 держав-членів ЄС з країнами за межами ЄС. Іншими словами, ЄС розглядається як єдине торговельне утворення, і торговельні потоки вимірюються в зону та з неї, але не всередині неї.

Станом на січень 2021 року дані про торгівлю з Великою Британією ґрунтуються на змішаній концепції. Застосовуючи Протокол щодо Угоди про вихід з Ірландії/Північної Ірландії, для торгівлі з Північною Ірландією застосовні статистичні поняття ті самі, що й для торгівлі між державами-членами, тоді як для торгівлі зі Сполученим Королівством (за винятком Північної Ірландії) застосовуються ті самі статистичні поняття як і для торгівлі з будь-якою іншою країною-партнером поза ЄС. З цих причин дані про торгівлю зі Сполученим Королівством не можна повністю порівняти з даними про торгівлю з іншими торговельними партнерами за межами ЄС, а також за базові періоди до та після кінця 2020 року.

У статистиці міжнародної торгівлі використовується кілька класифікацій. Крім узгодженої системи опису та кодування товарів (HS), якою керує Всесвітня митна організація, дані про торгівлю також доступні в Стандартній міжнародній торговельній класифікації Організації Об'єднаних Націй (перегляд 4 SITC) і в Класифікації широких економічних категорій (BEC). , останній використовує категорії кінцевого використання, більш адаптовані до економічного аналізу.

Одиниця виміру грошова. Вартість торгівлі виражається в мільйонах (106) або мільярдах (109) євро. Вони відповідають статистичній вартості, тобто сумі, на яку буде виставлено рахунок у разі продажу чи купівлі на національному кордоні

країни, що звітує. Це називається значенням FOB (безкоштовно на борту) для експорту та значенням CIF (вартість, страхування, фрахт) для імпорту.

Контекст наступний. ЄС є найбільшим партнером у міжнародній торгівлі сільськогосподарською продукцією. У той час як ЄС імпортує здебільшого прості необроблені сільськогосподарські товари, експорт з Європейського Союзу — це переважно оброблені харчові продукти.

Дані про міжнародну торгівлю сільськогосподарською продукцією використовуються для двох спільних політик ЄС: Спільної сільськогосподарської політики (CAP) і спільної торговельної політики, яка регулює торговельні відносини з країнами, що не входять до ЄС. Це основні сфери політики Європейського Союзу, щодо яких рішення приймаються на рівні Співтовариства. Статистика міжнародної торгівлі сільськогосподарськими товарами має фундаментальне значення для оцінки та розуміння проблем, пов'язаних з декількома політичними планами, такими як торговельні переговори, продовольча безпека, співпраця та допомога країнам, що розвиваються, і глобальна стійкість

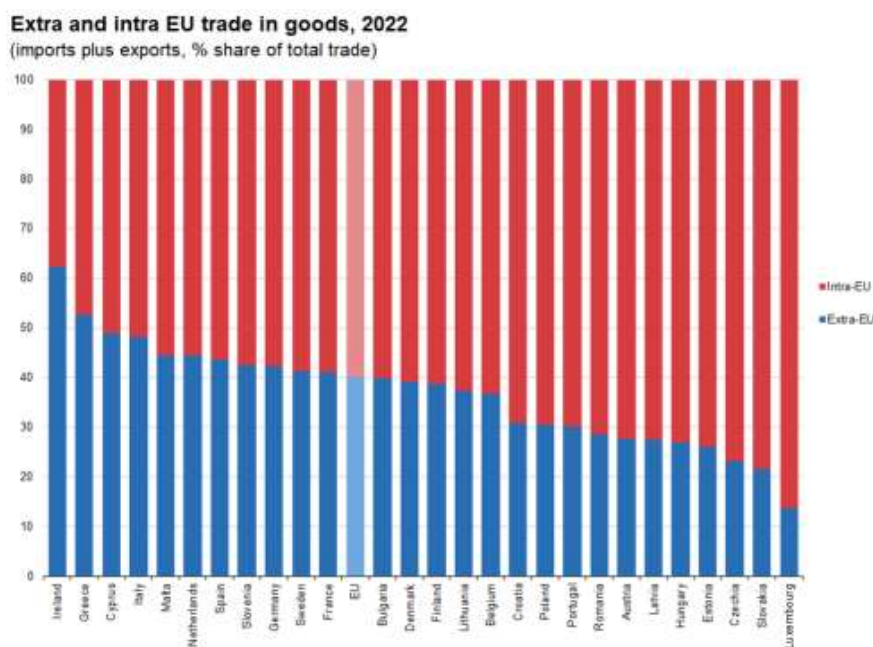


Рисунок 2.4: Торговля товарами за межами та всередині ЄС, 2022 р (імпорт плюс експорт, % від загальної торгівлі)

Імпорт (+46,1 процентного пункту) та експорт (+40,7 процентного пункту) товарів зросли між 2002 і 2022 роками, незважаючи на невдачі в 2009 і 2020 роках. Рисунок 5 розширює аналіз розвитку міжнародної торгівлі, щоб охопити індекси обсягу торгівлі товарами за межами ЄС. Схеми розвитку торгівлі ЄС були загалом подібними до тих, що стосуються вартості (див. рисунок 1) протягом періоду 2002-2008 років. Після цього у 2009 році спостерігалось значне скорочення обсягів торгівлі товарами, оскільки світова фінансова та економічна криза вплинула на рівень торгівлі з країнами, що не є членами; Експорт за межі ЄС скоротився на 13,5 відсоткових пунктів, тоді як відповідне скорочення імпорту за межі ЄС становило 14,2 відсоткових пункти. У період між 2009 і 2022 роками імпорт з-за меж ЄС зріс на 35,3 відсоткових пункти, тоді як експорт зріс на 31,1 відсоткових пунктів, незважаючи на зниження як імпорту (-7,1 відсоткових пунктів), так і експорту (-9,4 відсоткових пункти) між 2019 і 2020 роками, значною мірою через COVID-19 пандемія.

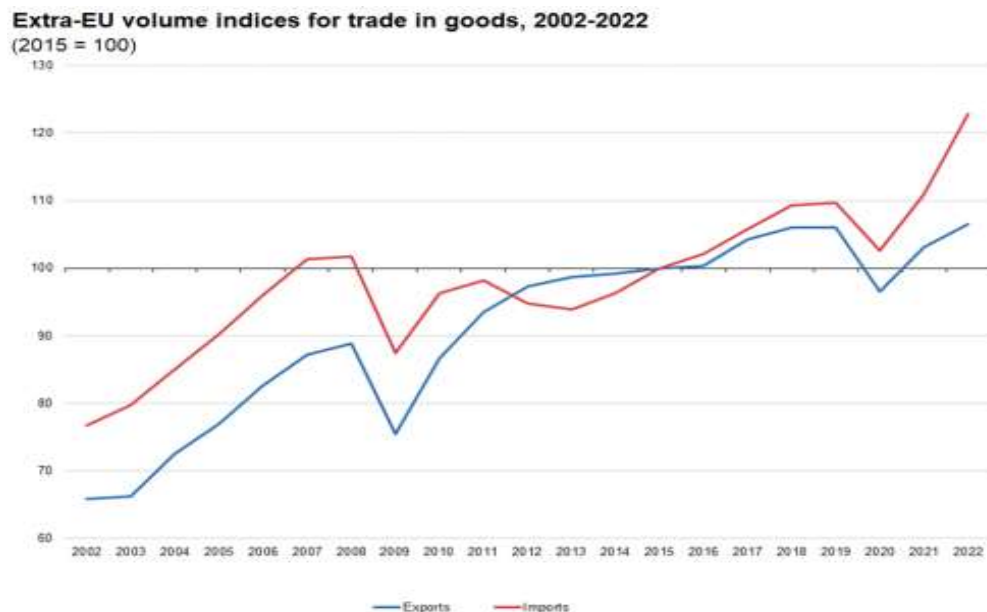


Рисунок 2.5: Індекси обсягу торгівлі товарами за межами ЄС, 2002-2022 рр (2010 = 100)

Індекси вартості одиниці вимірюють ціну імпорту та експорту: зміни у (відносній) ціні конкретних продуктів/товарів можуть мати значний вплив на показники торгівлі та структуру торгівлі в окремих державах-членах ЄС.

Наприклад, якщо ціна на нафту зросте вдвічі, можливо, що деякі країни-члени (з високим ступенем енергетичної залежності) можуть побачити, що їхня торгова позиція зміниться з профіциту до дефіциту.

Індекс умов торгівлі представляє для окремої країни або географічного агрегату співвідношення між індексами вартості одиниці експорту та імпорту; якщо умови торгівлі вищі за 100 %, то відносна ціна експорту вища за відносну ціну імпорту. Якщо умови торгівлі країни покращуються, то на кожну одиницю експорту, який вона продає за кордон, вона зможе придбати більше одиниць імпортованих товарів. Тим не менш, покращення умов торгівлі може також означати, що ціна експорту країни стає відносно дорожчою на світових ринках, і залежно від дефіциту цих товарів (і наявності можливих заміників), таке підвищення може мати прямий вплив на обсяг товарів, що експортуються, і може зменшити торговий баланс країни. Між 2002 і 2022 роками умови торгівлі ЄС погіршилися.

На рисунку 6 показано розвиток індексів вартості одиниці продукції за межами ЄС протягом періоду 2002-2022 років. Вартість одиниці імпорту та експорту ЄС зросла протягом цього періоду. Загальна зміна імпорту становила 52,3 відсоткових пункти, тоді як для експорту була вищою – 78,5 відсоткових пункти. У результаті індекс умов торгівлі ЄС впав на 22,6 відсоткових пункти.

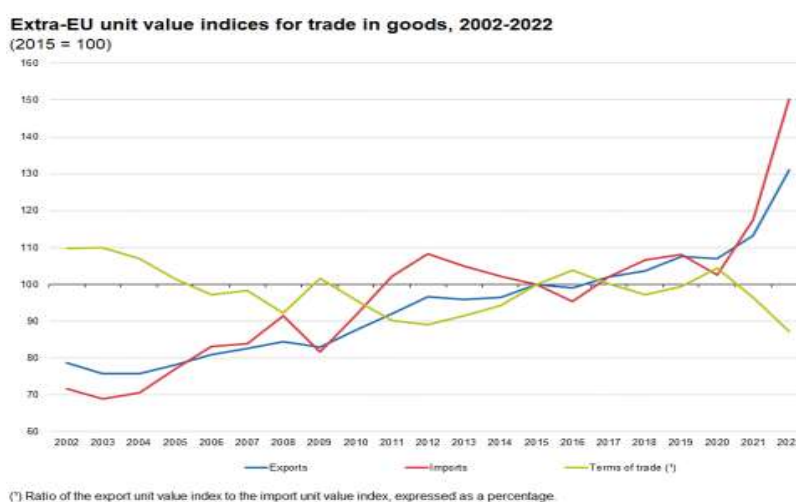


Рисунок 2.6: Індекси вартості одиниці товарів за межами ЄС для торгівлі товарами, 2002-2022 рр (2010 = 100)
Джерело: Євростат (ext_lt_intertrd)

Інформація, представлена на рисунку 7, розширює аналіз умов торгівлі на окремі країни-члени ЄС; зауважте, що дані стосуються торговельних потоків з рештою світу (іншими словами, торгівлі як всередині ЄС, так і за межами ЄС). У 2022 році було лише дві держави-члени (Латвія та Люксембург), які мали індекси умов торгівлі вище паритету (іншими словами, їхні індекси вартості одиниці продукції для експорту були вищими, ніж їхні індекси вартості одиниці продукції для імпорту), тоді як найнижчі умови торгівлі були зафіксовані в Італії та Ірландії.

У період між 2002 і 2022 роками Болгарія та Румунія мали найбільше покращення умов торгівлі (на 15,8 і 5,4 відсоткових пунктів відповідно). Двадцять дві країни-члени спостерігали погіршення умов торгівлі між 2002 і 2022 роками, причому в Ірландії, Кіпрі та Люксембурзі було зафіксовано зниження на понад 20,0 відсоткових пунктів.

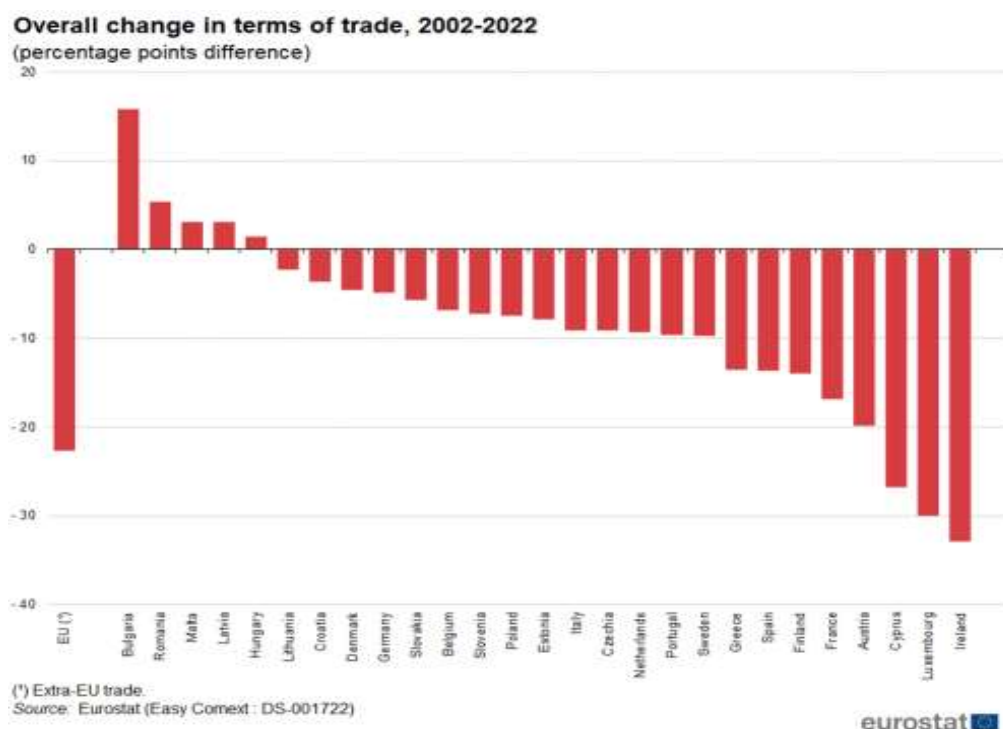


Рисунок 2.7: Загальна зміна умов торгівлі, 2002-2022 рр (різниця у відсотках)

Джерело: Євростат (ext_lt_intertrd)

Умови торгівлі ЄС погіршилися з низкою країн, з яких він імпортує відносно велику кількість сировини, мінералів і енергетичних товарів

Індекси умов торгівлі ЄС також можна аналізувати на основі двосторонніх індексів для обраних торгових партнерів. Враховуючи, що для партнерів поза межами ЄС загалом умови торгівлі впали на 22,6 відсоткових пунктів між 2002 і 2022 роками, можливо, не дивно виявити, що умови торгівлі з більшістю вибраних партнерів, показаних на рисунку 8, також погіршилися. Це особливо стосувалося ряду торговельних партнерів, з яких ЄС імпортує відносно велику кількість сировини, мінералів і пов'язаних з енергетикою товарів, таких як Росія, Саудівська Аравія, Австралія, Нігерія, Бразилія, Австралія, Аргентина, Норвегія та Україна. Навпаки, покращилися умови торгівлі ЄС зі Сполученими Штатами (зростання на 1,0 пункту) та Китаєм (зростання на 11,0 пункту). Також було зафіксовано двозначне покращення умов торгівлі ЄС з Південною Кореєю (зростання на 20,2 пункту) та Сінгапуром (зростання на 38,9 пункту), тоді як найбільше покращення відбулося для умов торгівлі з Гонконгом, зростання на 44,8 процентного пункту.

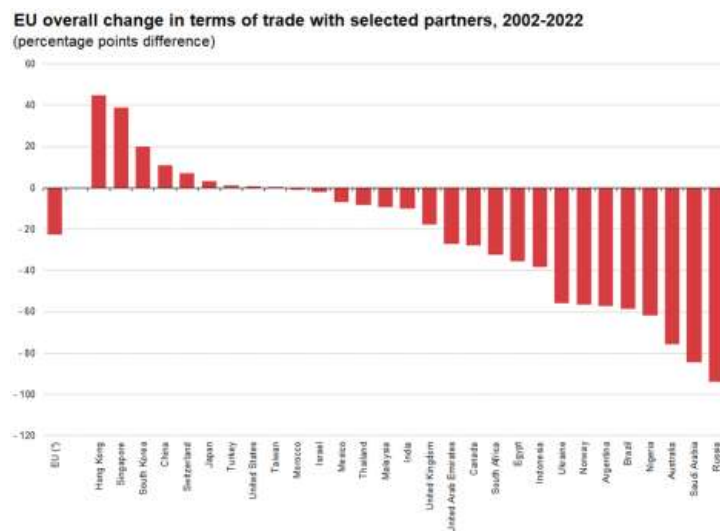


Рисунок 8: Загальна зміна ЄС в умовах торгівлі з вибраними партнерами, 2002-2022 рр (різниця у відсотках)

Джерело: Євростат (DS-001722)

Остаточний аналіз у цій статті представляє інформацію про загальну зміну умов торгівлі ЄС для ряду вибраних товарів (на основі МСТК) між 2002 і 2022 роками, як показано на малюнку. На початку цього періоду індекси умов торгівлі були нижче паритету лише за двома товарами — мінеральним паливом,

мастильними та супутніми матеріалами та машинами та транспортним обладнанням.

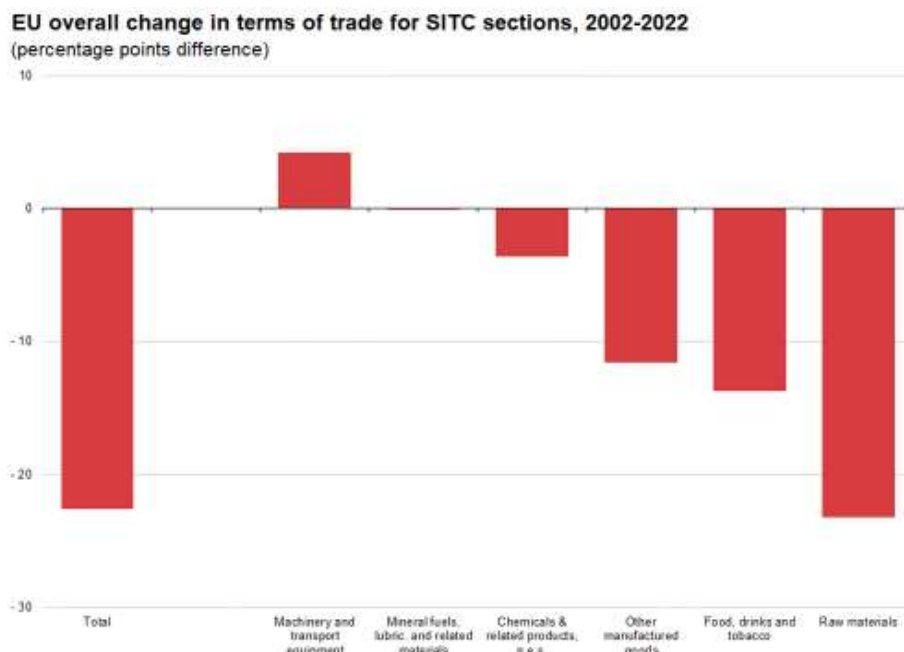


Рис.2.8. Динаміка торгівлі товарами

До 2022 року ця ситуація змінилася, і всі товарні групи мали умови торгівлі нижче паритету, за винятком продуктів харчування, напоїв і тютюну. Індекси умов торгівлі в ЄС загалом погіршилися між 2002 і 2022 роками, при цьому покращення було зафіксовано лише для машин і транспортного обладнання (+ 4,2 пункту).

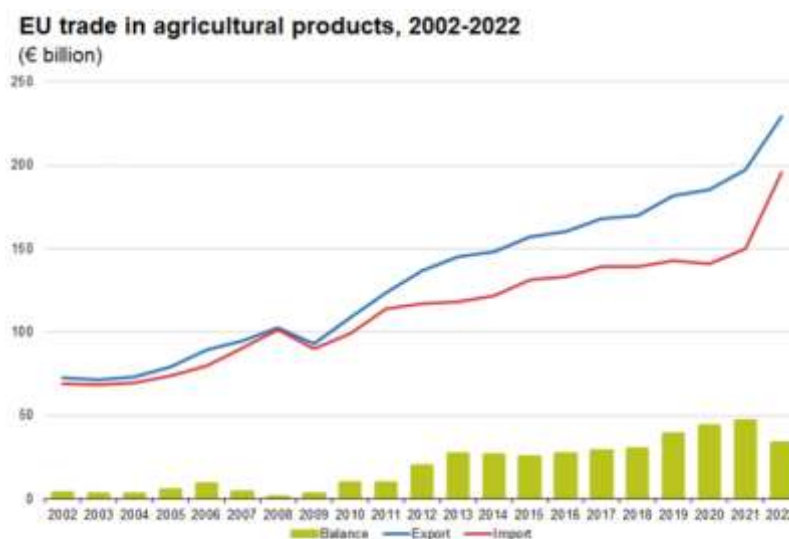


Рисунок 2.9.: Торговля ЄС сільськогосподарською продукцією, 2002-2022 (млрд євро)

Джерело: Євростат (код даних Comext: DS-045409)

У 2002 році частка сільськогосподарської продукції ЄС у загальній торгівлі становила 7,3 %, зросла до 7,6 % у 2022 році (див. рис. 2). З 2002 по 2004 роки частка експорту та імпорту була приблизно однаковою, але з 2005 року частка експорту була вищою, ніж частка імпорту.

2.2. Різниця в обсягах торгівлі товарами

Ця різниця була найбільшою у 2022 році, коли вона сягнула 2,4 відсоткових пунктів (п. п.), причому експорт (8,9 %) мав більшу частку, ніж імпорт (6,5 %).

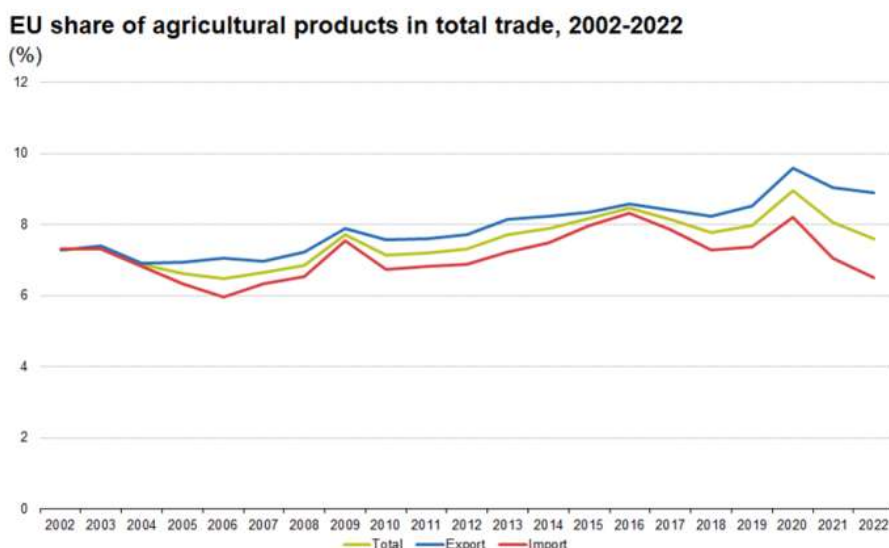
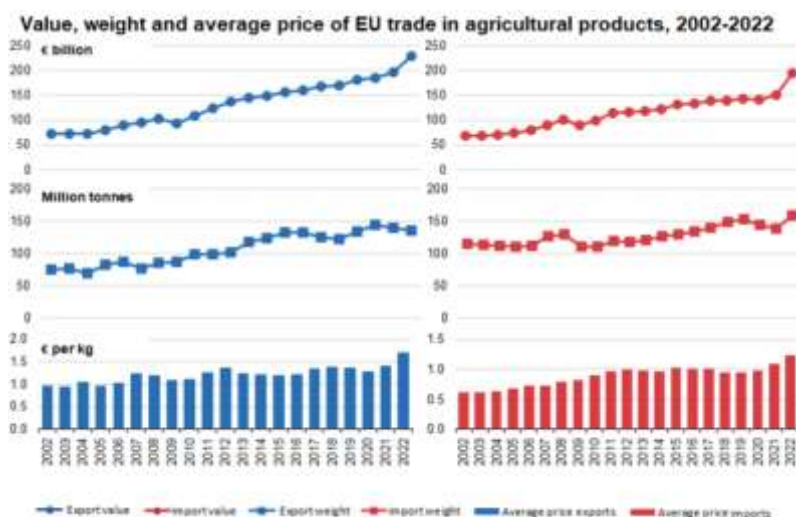


Рисунок 2.10: Частка сільськогосподарської продукції ЄС у загальній торгівлі, 2002-2022 рр

Джерело: Євростат (код даних Comext: DS-045409)

У 2022 році ЄС імпортував 158 мільйонів тонн сільськогосподарської продукції, тоді як експортував 136 мільйонів тонн (див. рис. 3). Між 2002 і 2022 роками загальний обсяг торгівлі мав середньорічний темп зростання на 2,2%. Тут також експорт (3,0 %) зростає швидше, ніж імпорт (1,6 %). Середньорічне зростання цін на імпорт (3,7 %) було вищим, ніж на експорт (2,8 %).

Категорія продуктів тваринного походження складається з п'яти розділів. В експорті продуктів тваринництва найбільшими розділами були «м'ясо та їстівні м'ясні субпродукти» (38%, 18 мільярдів євро) та «молочна продукція; пташині яйця; натуральний мед; їстівні продукти тваринного походження, в іншому місці не зазначені та не включені» (41 %, 19 мільярдів євро). В імпорті продуктів тваринного походження найбільшу главу становили «риба та ракоподібні, молюски та інші водні безхребетні» (71%, 26 мільярдів євро).



EU exports and imports of agricultural products by category, 2022

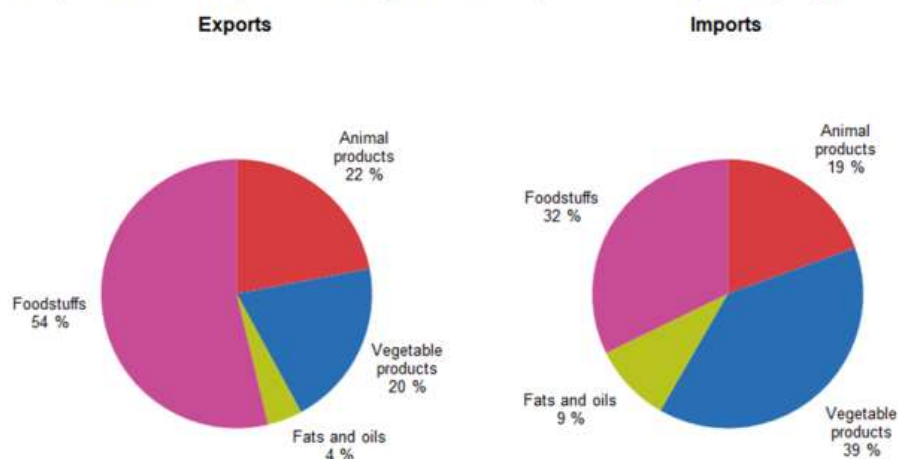


Рисунок 2.9: Торгівля сільськогосподарською продукцією ЄС за категоріями, 2022 р Джерело: Євростат (код даних Comext: DS-045409)

Кожну з категорій, розглянутих вище, можна розділити на глави (див. Малюнок).

У категорії «овочева продукція» дев'ять розділів. В експорті овочевої продукції найбільшу главу становили «зернові» (32%, 15 мільярдів євро). В

імпорті рослинної продукції найбільшу главу становили «їстівні фрукти та горіхи; шкірка цитрусових або динь» (27 %, 21 мільярд євро).

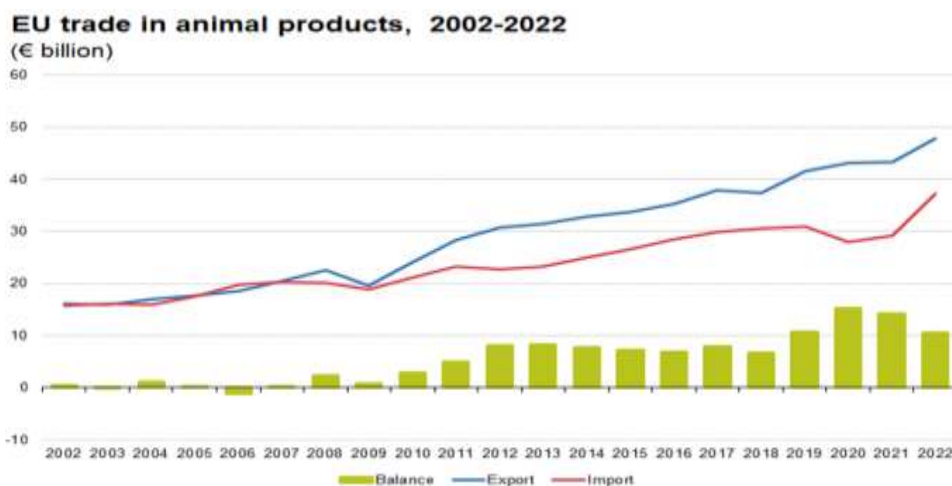
Жири та олії — це окрема категорія, імпорт становив 20 мільярдів євро, а експорт — 11 мільярдів євро.

Харчові продукти складаються з різних типів оброблених харчових продуктів. Найбільшу главу в експорті харчових продуктів склали «напої, алкогольні напої та оцет» (32%, €39 млрд). В імпорті харчових продуктів найбільшу главу становили «залишки та відходи харчової промисловості; готові корми для тварин» (24 %, 15 мільярдів євро).

Джерело: Євростат (код даних Comext: DS-045409)

Сільськогосподарська продукція – розвиток між 2002 і 2022 роками

У 2022 році загальний обсяг торгівлі (імпорт плюс експорт) продуктами тваринного походження між ЄС та останнім часом склав 85 мільярдів євро (див. рис. 6). Оскільки експорт (48 мільярдів євро) був вищим за імпорт (37 мільярдів євро), позитивні сальдоторгівлі склали 11 мільярдів євро. У період з 2002 по 2022 рік торгівля продуктами тваринного походження в ЄС зросла більше ніж удвічі, що відповідає середньому зростанню на 5,0%. У цей період експорт (5,6 %) зростав швидше, Рисунок 5: Експорт та імпорт сільськогосподарської продукції ЄС за категоріями продукції, 2022 (млрд євро) імпорт (4,4 %).



EU Agricultural exports and imports by product categories, 2022
(€ billion)

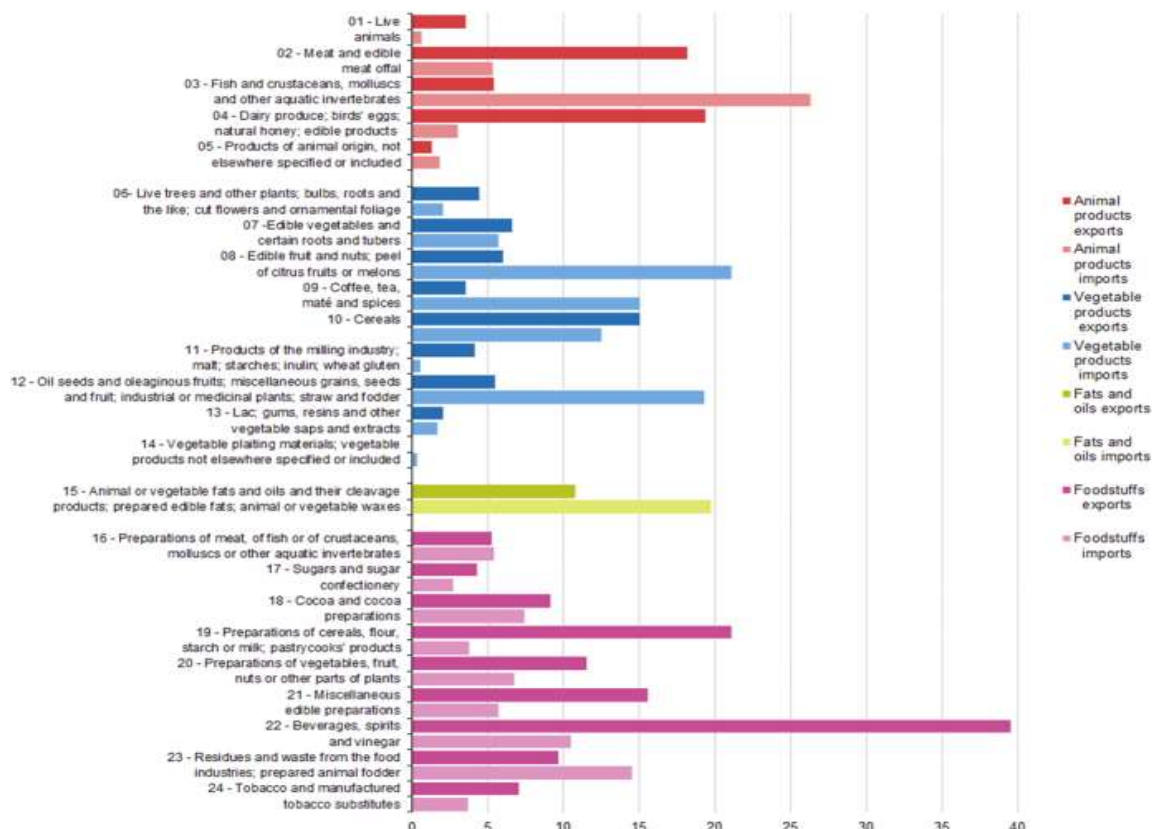


Рисунок 2.10: Торгівля ЄС продуктами тваринного походження, 2002-2022 (млрд євро)

У 2022 році загальний обсяг торгівлі (імпорт плюс експорт) овочевою продукцією між ЄС та рештою світу становив 126 мільярдів євро (див. рис. 7). Оскільки експорт (47 мільярдів євро) був нижчим за імпорт (78 мільярдів євро), дефіцит торгівлі склав 31 мільярд євро. З 2002 по 2022 рік торгівля овочевою продукцією в ЄС зросла втричі, що відповідає середньорічному зростанню на 5,9%. У цей період експорт (5,6 %) зріс менше, ніж імпорт (6,1 %).

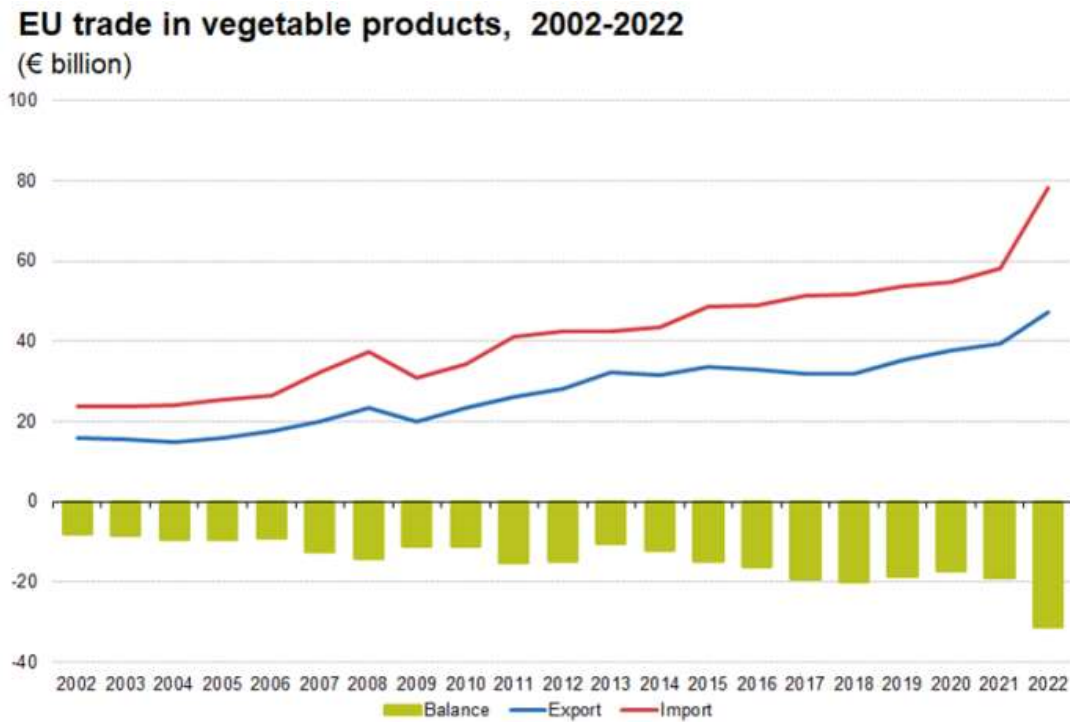


Рисунок 2.11: Торгівля ЄС овочевою продукцією, 2002-2022 (млрд євро)

Джерело: Євростат (код даних Comext: DS-045409)

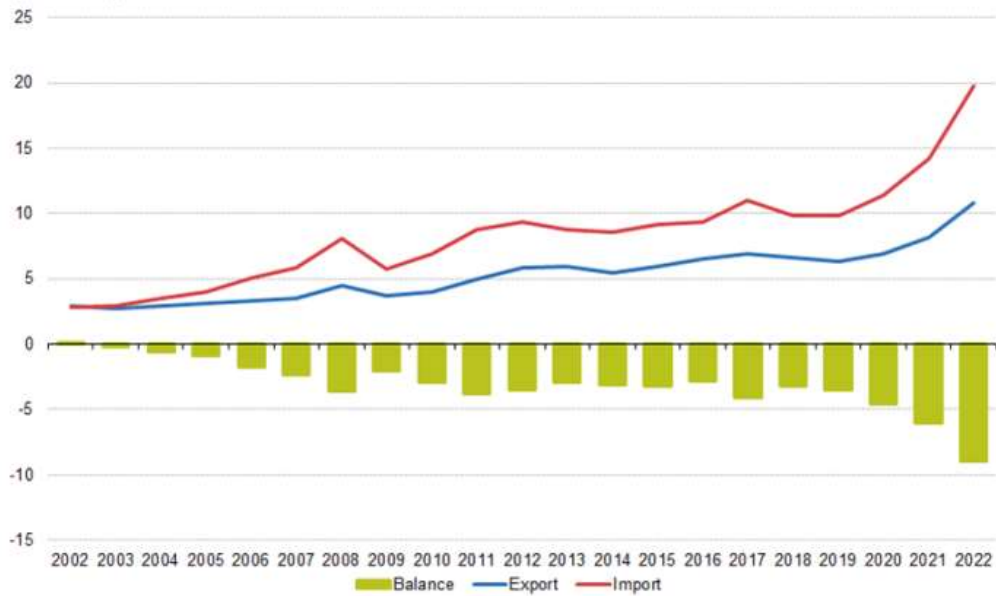
У 2022 році загальна вартість торгівлі (імпорт плюс експорт) жирів і олій між ЄС та рештою світу становила 31 мільярд євро (див. рис. 8). Оскільки експорт (11 мільярдів євро) був нижчим за імпорт (20 мільярдів євро), дефіцит торгівлі становив 9 мільярдів євро.

2.3. Торгівля овочевою продукцією

Між 2002 і 2022 роками торгівля овочевою продукцією в ЄС значно зросла із середньорічним зростанням на 8,7%. За цей період експорт (6,8 %) зріс менше, ніж імпорт (10,2 %).

EU trade in oils and fats, 2002-2022

(€ billion)



EU trade in foodstuffs, 2002-2022

(€ billion)

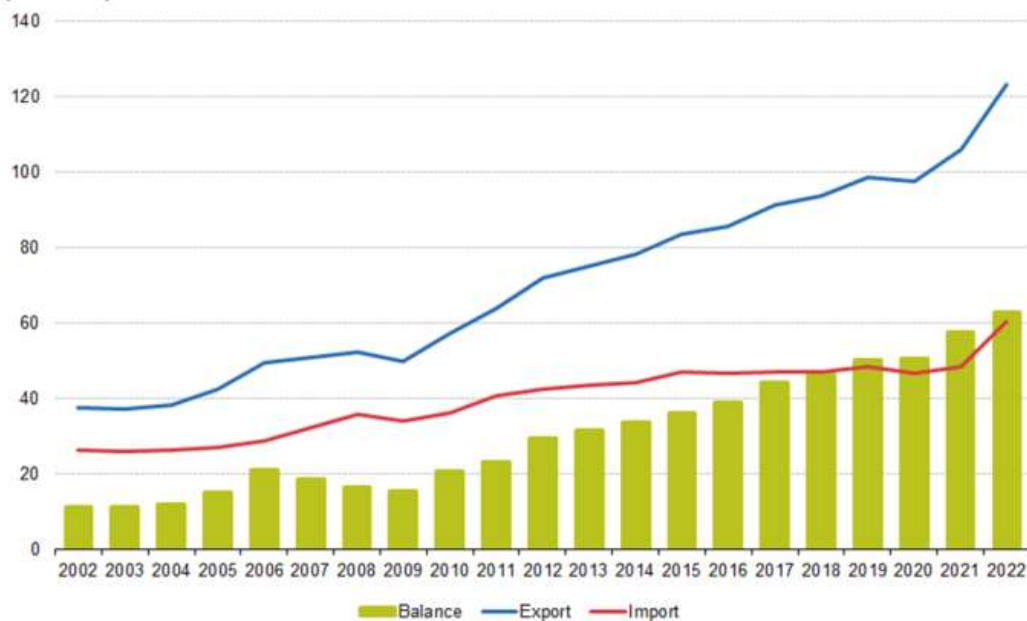


Рисунок 2.12: Торгівля ЄС жирами та олією, 2002-2022 (млрд євро)

Джерело: Євростат (код даних Comext: DS-045409)

У 2022 році загальна вартість торгівлі (імпорт плюс експорт) харчовими продуктами між ЄС та рештою світу становила 184 мільярди євро. Оскільки експорт (123 мільярди євро) був вищим за імпорт (60 мільярдів євро), позитивне сальдо торгівлі склало 63 мільярди євро. Між 2002 і 2022 роками торгівля продовольчими товарами в ЄС зростає майже втричі, що відповідає

середньорічному зростанню на 5,4%. У цей період експорт (6,1 %) зростає швидше за імпорт (4,2 %).

EU exports and imports of agricultural products by main partner, 2022
(shares and € million)



Рисунок 2.13: Торговля харчовими продуктами в ЄС, 2002-2022 рр. (млрд євро)

Джерело: Євростат (код даних Comext: DS-045409)

Основні торгові партнери сільськогосподарської продукції

У 2022 році Сполучене Королівство (див. розділ методології нижче) було найбільшим напрямком експорту сільськогосподарської продукції в ЄС (48 мільярдів євро, 21%) і другим за величиною джерелом імпорту в ЄС (16 мільярдів євро, 8%) після Бразилії (€ 20 мільярдів, 10 %) - дивіться малюнок 10.

Резюме щодо торгівлі та інвестицій Європейського Союзу

РОЗДІЛ 3

ТОРГОВЛІ ТОВАРАМИ І ПОСЛУГАМИ З КРАЇНАМИ ЄС

3.1. Торгівля з ЄС

Торгівля товарами та послугами США з Європейським Союзом у 2022 році склала приблизно 1,3 трильйона доларів США. Експорт становив 592,0 мільярда доларів США; імпорт становив 723,3 млрд дол. Дефіцит торгівлі товарами та послугами США з Європейським Союзом у 2022 році становив 131,3 мільярда доларів.

Експорт товарів із США до Європейського Союзу у 2022 році становив 350,8 мільярда доларів США, що на 28,8 відсотка (78,5 мільярда доларів США) більше, ніж у 2021 році та на 66 відсотків порівняно з 2012 роком. Імпорт товарів із США з Європейського Союзу у 2022 році склав 553,3 мільярда доларів США, що на 12,8 відсотка (62,7 мільярда доларів США) більше, ніж у 2021 р. експорт США до Європейського Союзу становив 17,0 % від загального експорту США в 2021 р., що на 69% більше, ніж у 2012 р. 2021 рік.

Експорт послуг США до Європейського Союзу в 2022 році становив 241,2 мільярда доларів, що на 19,0 відсотків (39 мільярдів доларів) більше, ніж у 2021 році, і на 18 відсотків більше, ніж у 2012 році. Імпорт послуг США з Європейського Союзу в 2022 році становив приблизно 170,0 мільярдів доларів, що на 29,4 відсотка (38,6 мільярда доларів) більше, ніж у 2021 році, і на 5 відсотків більше, ніж у 2012 році. Провідний експорт послуг із США до Європейського Союзу належав до професійних та управлінських послуг, інтелектуальної власності та фінансових послуг. У 2022 році Сполучені Штати мають позитивне сальдо торгівлі послугами з Європейським Союзом у розмірі 71,2 мільярда доларів США, що на 0,0 відсотка менше, ніж у 2021 році.

Прямі іноземні інвестиції (ПІІ) США в Європейський Союз (загальний обсяг) у 2022 році становили 2,7 трильйона доларів, що на 5,5 відсотка більше,

ніж у 2021 році. Прямі інвестиції США в Європейський Союз ведуть небанківські холдингові компанії, виробництво, фінанси та страхування.

ПП Європейського Союзу в Сполучені Штати (загальний обсяг) у 2022 році становив 2,4 трильйона доларів, що на 4,0 відсотка більше, ніж у 2021 році. Прямі інвестиції Європейського Союзу в США ведуть у виробництві, фінансах і страхуванні, а також у оптовій торгівлі.

EU exports and imports of animal products by main partner, 2022 (shares and € million)

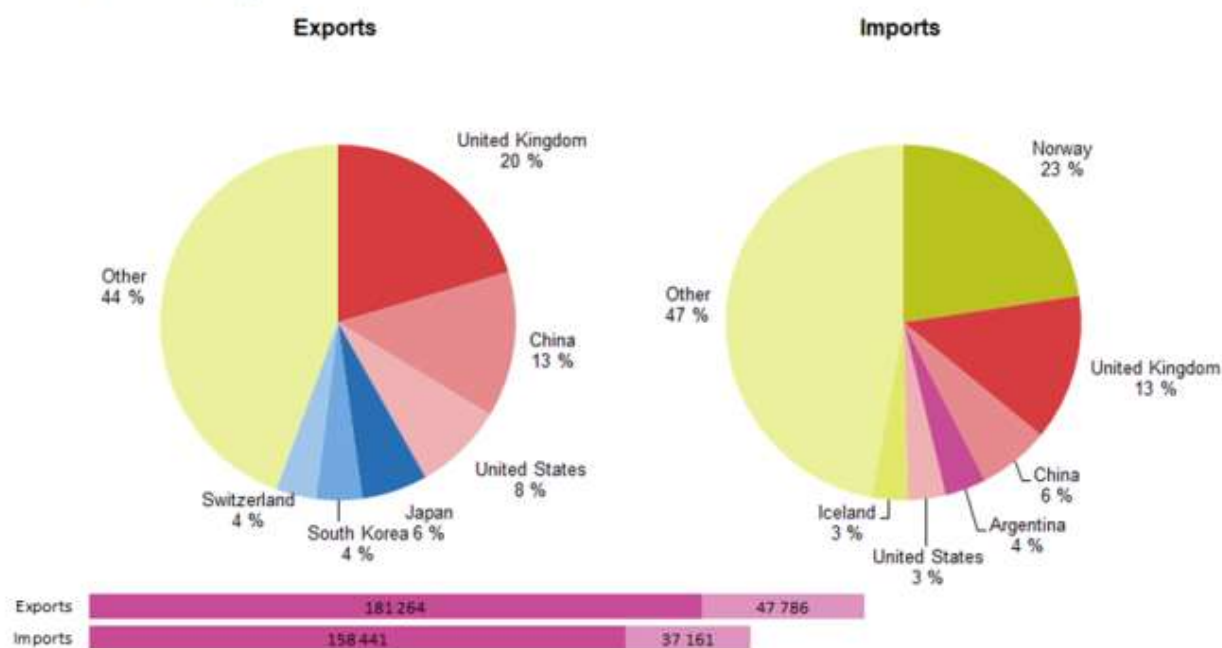


Рисунок 3.1: Експорт та імпорт сільськогосподарської продукції ЄС за основними партнерами, 2022 (частки та мільйони євро)

Джерело: Євростат (код даних Comext: DS-045409)

У 2022 році Сполучене Королівство (10 мільярдів євро, 20 %) було найбільшим напрямком експорту в ЄС продуктів тваринництва, тоді як Норвегія (8 мільярдів євро, 23 %) була найбільшим джерелом імпорту ЄС, головним чином завдяки імпорту рибних продуктів (дивіться малюнок 11).

EU exports and imports of vegetable products by main partner, 2022 (shares and € million)

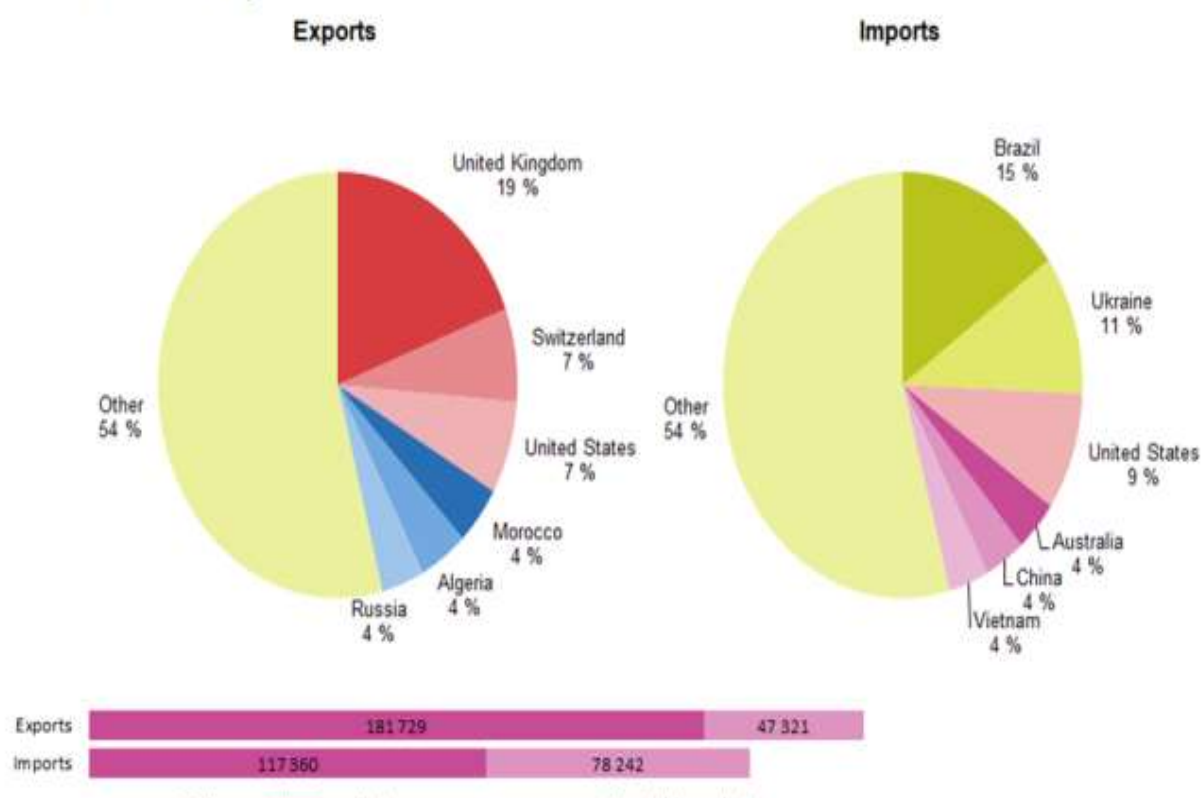


Рисунок 3.2: Експорт та імпорт овочевої продукції ЄС за основними партнерами, 2022 (частки та мільйони євро)

Джерело: Євростат (код даних Comext: DS-045409)

У 2022 році Сполучені Штати та Велика Британія (2 мільярди євро, 17 %) були найбільшими країнами експорту жирів та олії в ЄС, тоді як Індонезія (3 мільярди євро, 16 %) та Україна (3 мільярди євро, 15 %) були найбільшими джерелами імпорту ЄС (див. рис. 13). Рисунок 12: Експорт та імпорт овочевої продукції ЄС за основними партнерами, 2022 (частки та мільйони євро)

Джерело: Євростат (код даних Comext: DS-045409)

У 2022 році Сполучені Штати та Велика Британія (2 мільярди євро, 17 %) були найбільшими країнами експорту жирів та олії в ЄС, тоді як Індонезія (3 мільярди євро, 16 %) та Україна (3 мільярди євро, 15 %) були найбільшими джерелами імпорту ЄС (див. рис. 13).

EU exports and imports of oils and fats by main partner, 2022

(shares and € million)

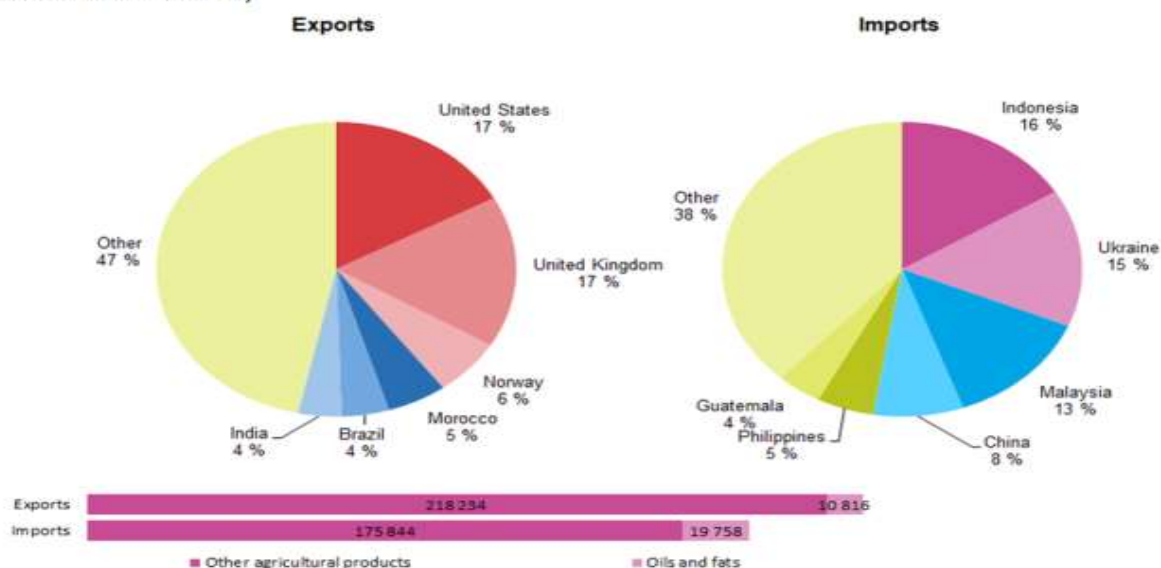


Рисунок 3.3: Експорт та імпорт жирів та олії в ЄС за основними партнерами, 2022 р. (частки та мільйони євро)

Джерело: Євростат (код даних Comext: DS-045409)

У 2022 році Сполучене Королівство було як найбільшим експортним напрямком ЄС (27 мільярдів євро, 22 %), так і найбільшим джерелом імпорту (9 мільярдів євро, 15 %) харчових продуктів (див. Малюнок 14).

EU exports and imports of foodstuffs by main partner, 2022

(shares and € million)

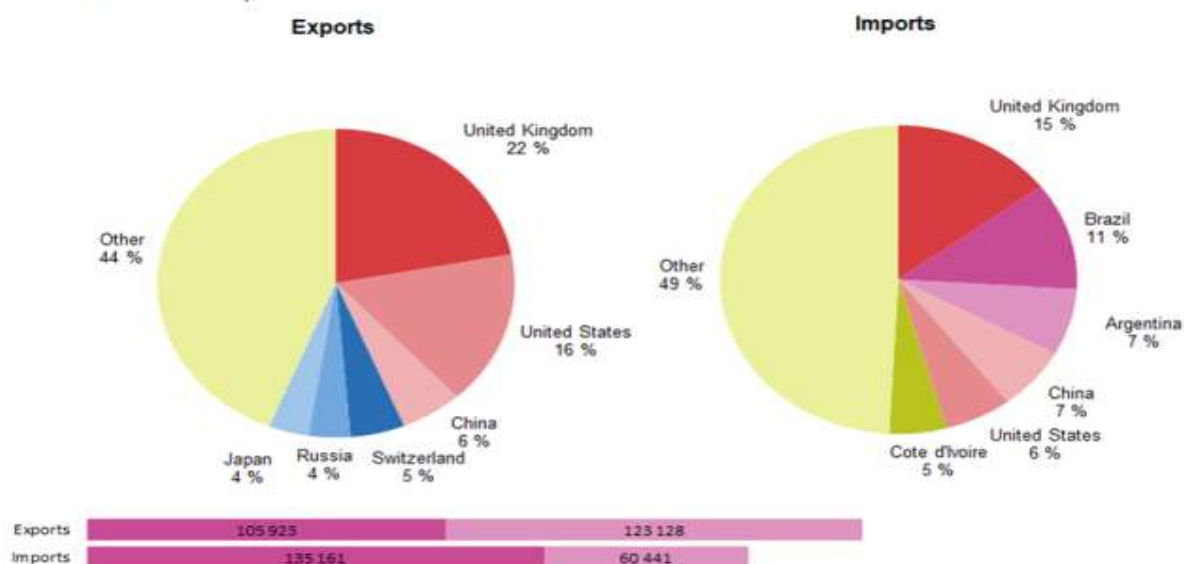


Рисунок 3.4: Експорт та імпорт продуктів харчування в ЄС за основними партнерами, 2022 (частки та мільйони євро) Джерело: Євростат (код даних Comext: DS-045409)

Дані ЄС взяті з бази даних COMEXT Євростату. COMEXT — довідкова база даних Євростату для міжнародної торгівлі товарами. Він надає доступ не лише до останніх та історичних даних з держав-членів ЄС, а й до статистики значної кількості країн, що не входять до ЄС. Зведені та детальні статистичні дані міжнародної торгівлі, які поширюються на веб-сайті Євростату, складаються з даних COMEXT відповідно до щомісячного процесу. Оскільки COMEXT оновлюється щодня, дані, опубліковані на веб-сайті, можуть відрізнятися від даних, які зберігаються в COMEXT у разі останніх переглядів.

У цій статті сільськогосподарська продукція класифікується відповідно до підпозицій Комбінованої номенклатури (CN), заснованої на міжнародній класифікації, відомої як Гармонізована система опису та кодування товарів (HS), яку адмініструє Всесвітня митна організація. 24 групи (2-значні коди) сільськогосподарської продукції в номенклатурі CN згруповані в 3 основні типи: тваринницька, рослинна та харчова продукція. Група 15 (тваринні або рослинні жири та олії та продукти їх розщеплення; готові харчові жири; тваринні або рослинні воски) включена до овочів.

Дані ЄС збираються відповідно до вказівок спільноти і тому можуть відрізнятися від національних даних, опублікованих державами-членами. Статистичні дані про торгівлю за межами ЄС розраховуються як сума торгівлі кожної з 27 держав-членів ЄС з країнами за межами ЄС. Іншими словами, ЄС розглядається як єдине торговельне утворення, і торговельні потоки вимірюються в зону та з неї, але не всередині неї.

Станом на січень 2021 року дані про торгівлю з Великою Британією ґрунтуються на змішаній концепції. Застосовуючи Протокол щодо Угоди про вихід з Ірландії/Північної Ірландії, для торгівлі з Північною Ірландією застосовні статистичні поняття ті самі, що й для торгівлі між державами-членами, тоді як для торгівлі зі Сполученим Королівством (за винятком Північної Ірландії) застосовуються ті самі статистичні поняття як і для торгівлі з будь-якою іншою країною-партнером поза ЄС. З цих причин дані про торгівлю зі Сполученим

Королівством не можна повністю порівняти з даними про торгівлю з іншими торговельними партнерами за межами ЄС, а також за базові періоди до та після кінця 2020 року.

У статистиці міжнародної торгівлі використовується кілька класифікацій. Крім узгодженої системи опису та кодування товарів (HS), якою керує Всесвітня митна організація, дані про торгівлю також доступні в Стандартній міжнародній торговельній класифікації Організації Об'єднаних Націй (перегляд 4 SITC) і в Класифікації широких економічних категорій (BEC). , останній використовує категорії кінцевого використання, більш адаптовані до економічного аналізу.

Вартість торгівлі виражається в мільйонах (106) або мільярдах (109) євро. Вони відповідають статистичній вартості, тобто сумі, на яку буде виставлено рахунок у разі продажу чи купівлі на національному кордоні країни, що звітує. Це називається значенням FOB (безкоштовно на борту) для експорту та значенням CIF (вартість, страхування, фрахт) для імпорту. ЄС є найбільшим партнером у міжнародній торгівлі сільськогосподарською продукцією. У той час як ЄС імпортує здебільшого прості необроблені сільськогосподарські товари, експорт з Європейського Союзу — це переважно оброблені харчові продукти. Дані про міжнародну торгівлю сільськогосподарською продукцією використовуються для двох спільних політик ЄС: Спільної сільськогосподарської політики (CAP) і спільної торговельної політики, яка регулює торговельні відносини з країнами, що не входять до ЄС. Це основні сфери політики Європейського Союзу, щодо яких рішення приймаються на рівні Співтовариства.

Статистика міжнародної торгівлі сільськогосподарськими товарами має фундаментальне значення для оцінки та розуміння проблем, пов'язаних з декількома політичними планами, такими як торговельні переговори, продовольча безпека, співпраця та допомога країнам, що розвиваються, і глобальна стійкість.

Роздрібні продажі в Європейському Союзі показують зміну загальної кількості проданих товарів. Серед товарів найбільшу частку займають продукти харчування, напої та тютюн (40,1 відс.); потім електротовари та меблі (частка 11,5%); комп'ютерна техніка, книги та інше (частка 11,4%); текстиль, одяг, взуття (частка 9,2 відс.); автомобільне паливо (частка 9 відсотків); фармацевтичні та медичні товари (частка 8,9%); інші непродовольчі товари (частка 7,0%) та замовлення поштою та Інтернетом (частка 3,0%). Серед країн найбільшу вагу має Німеччина (19,1 відсотка), за нею йде Франція (15,9 відсотка); Велика Британія (14,7%) та Італія (11,9%). Інші включають Іспанію (8,4 відсотка); Нідерланди (3,8 відсотка); Польща (3,7 відсотка); Бельгія (3,2 відсотка); Швеція (2,4 відсотка); Греція (2,2 відсотка); Австрія (2,1 відсотка); Португалія (1,8 відсотка); Данія (1,5 відсотка); Фінляндія, Ірландія та Чехія (по 1,3 відсотка); Румунія (1,0 відсотка); Угорщина (0,9 відсотка); Люксембург і Словаччина (по 0,6 відсотка); Хорватія (0,5 відсотка); Болгарія та Словенія (по 0,4 відсотка); Литва (0,3 відсотка); Латвія, Кіпр і Естонія (по 0,2 відсотка) і Мальта (0,1 відсотка). Роздрібна торгівля в Європі зросла на 6,8 відсотка.

Після того, як сектор роздрібної торгівлі в 27 державах ЄС зафіксував зростання товарообігу на 1,5 відсотка в перший рік COVID-19 2020, продажі можуть значно зрости на 6,8 відсотка в 2021 році. Найвищі темпи зростання були в менших країнах Східної Європи, таких як Литва (до 17 відсотків), Словенії (зростання на 16 відсотків) та Естонії (зростання на 13 відсотків). Більші ринки, такі як Франція, Іспанія та Італія, також зафіксували темпи зростання роздрібної торгівлі понад 7 відсотків. Про це свідчить нове дослідження роздрібної торгівлі в Європі, в якому GfK вивчає важливі ключові показники.

Високі показники продажів у секторі роздрібної торгівлі пояснюються, зокрема, непродовольчим сегментом, який у 2021 році зріс двозначним числом у більшості країн і навіть перевищив 20 відсотків у деяких країнах, таких як Словенія. Значне зростання обороту в 2021 році в основному пояснюється слабкими показниками 2020 року, коли пандемія ще міцніше охопила європейські

країни, споживачі були набагато неспокійні, а роздрібні торговці непродуктивними товарами мали справу з двозначним падінням продажів у деякі випадки.

У безкоштовному дослідженні європейської роздрібною торгівлі підрозділ GfK Geomarketing дослідив ключові показники європейського сектора роздрібною торгівлі за 2021 рік. Дослідження пропонує комплексний аналіз тенденцій для багатьох європейських країн, пропонуючи цінну точку відліку для роздрібних продавців, інвесторів і розробників проектів.

3.2. Короткий огляд додаткових ключових результатів.

Купівельна спроможність: номінальна купівельна спроможність громадян ЄС у 2021 році зросла в середньому на 2,4 відсотка. Після того, як багатьом країнам, які не входять до євросони, таким як Чехія, Хорватія та Норвегія, довелося боротися зі зниженням купівельної спроможності у 2020 році, що також було спричинено вплив обмінного курсу, багато з цих країн змогли отримати вигоду як від кращого макроекономічного розвитку, так і від зміцнення своїх національних валют. Відповідно, купівельна спроможність у 2021 році зросла більш ніж на 5 відсотків у кожній із перших двох країн і на понад 8 відсотків у Норвегії.

Частка роздрібною товарообігу в приватному споживанні: незважаючи на карантинні заходи та обмеження доступу, сектор роздрібною торгівлі в ЄС збільшив свою частку приватних споживчих витрат до 35,8 відсотка. Порівняно з 2019 роком до пандемії це означає, що роздрібні торговці отримали 3,1 відсоткового пункту. Особливо в Литві та Естонії частка приватного споживання в роздрібною товарообігу зросла найбільше порівняно з 2019 роком, а саме щонайменше на 5,3 відсоткових пункти. Але також основні ринки ЄС Німеччини, Франції, Іспанії та Італії зросли на три-чотири відсоткові пункти. Інфляція: після того, як у 2021 році інфляція вже становила 2,9 відсотка, очікується, що інфляція в усьому ЄС у 2022 році зросте до 6,8 відсотка через високі ціни на енергоносії та війну в Україні. Зростання цін особливо значне в багатьох країнах Східної

Європи. Так, у Литві, Естонії, Болгарії, Чехії та Польщі очікується зростання споживчих цін двозначними темпами.

Майбутні покупки: у Західній Європі асортимент товарів, доступних для роздрібних покупок через доповнену або віртуальну реальність, дуже обмежений і сильно відрізняється від країни до країни. Наприклад, Іспанія та Велика Британія є західноєвропейськими лідерами, а німецькомовні країни в цій сфері відстають.

Регіональна поведінка онлайн-покупок: у країнах, що межують із Середземним морем, Швеції та Швейцарії, існує явний контраст між містом і селом. У цих штатах населення, яке розбирається в Інтернеті, як правило, мешкає у великих містах і мегаполісах, тоді як сільське населення більше зосереджується на звичайній роздрібній торгівлі. У Німеччині, Австрії, Нідерландах, Бельгії та Сполученому Королівстві вищі значення індексу іноді зустрічаються в менших муніципалітетах. Роздрібна торгівля в Європі зросла на 6,8 відсотка.

Після того, як сектор роздрібної торгівлі в 27 державах ЄС зафіксував зростання товарообігу на 1,5 відсотка в перший рік COVID-19 2020, продажі можуть значно зрости на 6,8 відсотка в 2021 році. Найвищі темпи зростання були в менших країнах Східної Європи, таких як Литва (до 17 відсотків), Словенії (зростання на 16 відсотків) та Естонії (зростання на 13 відсотків). Більші ринки, такі як Франція, Іспанія та Італія, також зафіксували темпи зростання роздрібної торгівлі понад 7 відсотків. Про це свідчить нове дослідження роздрібної торгівлі в Європі, в якому GfK вивчає важливі ключові показники. Високі показники продажів у секторі роздрібної торгівлі пояснюються, зокрема, непродуктивним сегментом, який у 2021 році зріс двозначним числом у більшості країн і навіть перевищив 20 відсотків у деяких країнах, таких як Словенія. Значне зростання обороту в 2021 році в основному пояснюється слабкими показниками 2020 року, коли пандемія ще міцніше охопила європейські країни, споживачі були набагато неспокійні, а роздрібні торговці непродуктивними товарами мали справу з двозначним падінням продажів у деякі випадки. «Незважаючи на пандемію та складну ринкову ситуацію, останні два роки в цілому були досить успішними для роздрібних торговців з точки зору продажів», — пояснює керівник дослідження

доктор Філіп Вілрот. «Однак роздрібна торгівля, пов'язана з центром міста, особливо такі сектори, як одяг, взуття чи ювелірні вироби, все ще сильно страждає в багатьох європейських країнах. Це пов'язано з тим, що онлайн-торгівля набуває все більшої популярності, особливо в регіонах Європи з високими темпами розвитку, тому в середньостроковій перспективі нові цифрові пропозиції також доведеться тестувати в роздрібній торгівлі в центрі міста». У безкоштовному дослідженні європейської роздрібною торгівлі підрозділ GfK Geomarketing дослідив ключові показники європейського сектора роздрібною торгівлі за 2021 рік. Дослідження пропонує комплексний аналіз тенденцій для багатьох європейських країн, пропонуючи цінну точку відліку для роздрібних продавців, інвесторів і розробників проектів.

Купівельна спроможність: номінальна купівельна спроможність громадян ЄС у 2021 році зросла в середньому на 2,4 відсотка. Після того, як багатьом країнам, які не входять до євросони, таким як Чехія, Хорватія та Норвегія, довелося боротися зі зниженням купівельної спроможності у 2020 році, що також було спричинено вплив обмінного курсу, багато з цих країн змогли отримати вигоду як від кращого макроекономічного розвитку, так і від зміцнення своїх національних валют. Відповідно, купівельна спроможність у 2021 році зросла більш ніж на 5 відсотків у кожній із перших двох країн і на понад 8 відсотків у Норвегії.

Частка роздрібною товарообігу в приватному споживанні: незважаючи на карантинні заходи та обмеження доступу, сектор роздрібною торгівлі в ЄС збільшив свою частку приватних споживчих витрат до 35,8 відсотка. Порівняно з 2019 роком до пандемії це означає, що роздрібні торговці отримали 3,1 відсоткового пункту. Особливо в Литві та Естонії частка приватного споживання в роздрібною товарообігу зросла найбільше порівняно з 2019 роком, а саме щонайменше на 5,3 відсоткових пункти. Але також основні ринки ЄС Німеччини, Франції, Іспанії та Італії зросли на три-чотири відсоткові пункти.

Інфляція: після того, як у 2021 році інфляція вже становила 2,9 відсотка, очікується, що інфляція в усьому ЄС у 2022 році зросте до 6,8 відсотка через

високі ціни на енергоносії та війну в Україні. Зростання цін особливо значне в багатьох країнах Східної Європи. Так, у Литві, Естонії, Болгарії, Чехії та Польщі очікується зростання споживчих цін двозначними темпами.

Майбутні покупки: у Західній Європі асортимент товарів, доступних для роздрібних покупок через доповнену або віртуальну реальність, дуже обмежений і сильно відрізняється від країни до країни. Наприклад, Іспанія та Велика Британія є західноєвропейськими лідерами, а німецькомовні країни в цій сфері відстають.

Регіональна поведінка онлайн-покупок: у країнах, що межують із Середземним морем, Швеції та Швейцарії, існує явний контраст між містом і селом. У цих штатах населення, яке розбирається в Інтернеті, як правило, мешкає у великих містах і мегаполісах, тоді як сільське населення більше зосереджується на звичайній роздрібній торгівлі. У Німеччині, Австрії, Нідерландах, Бельгії та Сполученому Королівстві вищі значення індексу іноді зустрічаються в менших муніципалітетах. Роздрібна торгівля в Європі зросла на 6,8 відсотка

3.2. Зростання обсягів сектору зовнішньої торгівлі

Після того, як сектор роздрібної торгівлі в 27 державах ЄС зафіксував зростання товарообігу на 1,5 відсотка в перший рік COVID-19 2020, продажі можуть значно зрости на 6,8 відсотка в 2021 році. Найвищі темпи зростання були в менших країнах Східної Європи, таких як Литва (до 17 відсотків), Словенії (зростання на 16 відсотків) та Естонії (зростання на 13 відсотків). Більші ринки, такі як Франція, Іспанія та Італія, також зафіксували темпи зростання роздрібної торгівлі понад 7 відсотків. Про це свідчить нове дослідження роздрібної торгівлі в Європі, в якому GfK вивчає важливі ключові показники. Високі показники продажів у секторі роздрібної торгівлі пояснюються, зокрема, непродуктивним сегментом, який у 2021 році зріс двозначним числом у більшості країн і навіть перевищив 20 відсотків у деяких країнах, таких як Словенія. Значне зростання обороту в 2021 році в основному пояснюється слабкими показниками 2020 року, коли пандемія ще міцніше охопила європейські країни, споживачі були набагато неспокійні, а роздрібні торговці непродуктивними товарами мали справу з

двозначним падінням продажів у деякі випадки. Це пов'язано з тим, що онлайн-торгівля набуває все більшої популярності, особливо в регіонах Європи з високими темпами розвитку, тому в середньостроковій перспективі нові цифрові пропозиції також доведеться тестувати в роздрібній торгівлі в центрі міста». У безкоштовному дослідженні європейської роздрібною торгівлі підрозділ GfK Geomarketing дослідив ключові показники європейського сектора роздрібною торгівлі за 2021 рік. Дослідження пропонує комплексний аналіз тенденцій для багатьох європейських країн, пропонуючи цінну точку відліку для роздрібних продавців, інвесторів і розробників проектів. Купівельна спроможність: номінальна купівельна спроможність громадян ЄС у 2021 році зросла в середньому на 2,4 відсотка. Після того, як багатьом країнам, які не входять до єврозони, таким як Чехія, Хорватія та Норвегія, довелося боротися зі зниженням купівельної спроможності у 2020 році, що також було спричинено вплив обмінного курсу, багато з цих країн змогли отримати вигоду як від кращого макроекономічного розвитку, так і від зміцнення своїх національних валют. Відповідно, купівельна спроможність у 2021 році зросла більш ніж на 5 відсотків у кожній із перших двох країн і на понад 8 відсотків у Норвегії. Зростання цін особливо значне в багатьох країнах Східної Європи. Так, у Литві, Естонії, Болгарії, Чехії та Польщі очікується зростання споживчих цін двозначними темпами. Майбутні покупки: у Західній Європі асортимент товарів, доступних для роздрібних покупок через доповнену або віртуальну реальність, дуже обмежений і сильно відрізняється від країни до країни. У цих штатах населення, яке розбирається в Інтернеті, як правило, мешкає у великих містах і мегаполісах, тоді як сільське населення більше зосереджується на звичайній роздрібній торгівлі.

ВИСНОВКИ І РЕКОМЕНДАЦІЇ

Актуальність теми кваліфікаційної роботи «Розширення сегменту ринку продукції масового споживання в умовах соціально-економічної кризи» зумовлена фактичним соціально-економічним станом суспільства в умовах широкомасштабної військової агресії Росії та економічними наслідками такої ситуації для вітчизняних підприємств та споживачів-громадян.

Мета кваліфікаційної роботи – розробити оптимальну схему розширення ринку та каналів збуту продукції масового споживання.

Для досягнення поставленої мети необхідно виконати наступні завдання:

- дослідити теоретико-понятійний апарат торгівлі масового споживання та управління роздрібними мережами;

- проаналізувати стан ринку товарів масового споживання та організації роздрібних торговельних мереж;

- сформулювати візію та пропозицію щодо управління роздрібними торговельними мережами в межах територіальних громад та створення оптимальних систем розподілу. Об'єкт дослідження – мережа роздрібної торгівлі товарами масового споживання, зокрема продукти харчування, текстиль та інше. Предмет дослідження – статистика торгівлі товарами масового споживання в Україні та світі. В роботі розкривається структура ринку, його ключові показники попиту, ціни та сегментів споживання, споживачі та джерела пропозиції, основні канали розподілу та способи просування торгових марок та товарних позицій. Розглядаються теорія та понятійний апарат із зазначеного питання, основні категорії та методи організації оптової та роздрібної торгівлі, логістика систем розподілу товарів масового споживання. Приводяться факти і статистика за останній звітний період. Ринок товарів масового споживання України є глибоко інтегрованим в ринок світовий, а система реалізації продукції відповідає світовим стандартам розподілу та асортименту продукції. Джерела постачання

визначаються фірмами, які здійснюють імпорт продукції. Успішна діяльність підприємства можлива в умовах активної логістики та продажу продукції у відповідь на потребу споживчого ринку. В роботі використовувались спеціальні та загальнонаукові методи дослідження: монографічний, абстрактно-логічний, економіко-статистичний, Делфі, графічний та порівняльний. Логіка дослідження проводить наскрізну стрічку між завдання, які прагнуть до вирішення проблеми споживачів.

В роботу покладено гіпотезу, яка полягає в тому, що соціально-економічна ситуація на ринку визначає рівень масового споживання.

ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ

1. Про Національний банк України: Закон України від 20 травня 1999 року №679-ХІV (зі змінами і доповненнями) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>
2. Про офіційний валютний резерв та валютні операції Національного банку України в 1994 році: Постанова Правління НБУ від 20 травня 1994р. №99 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>
3. Адамик Б.П. Центральний банк і грошово-кредитна політика: підруч. / Б.П. Адамик. – Тернопіль: Карт-бланш, 2007. – 393 с.
4. Бринзя З Концептуальні засади формування економічної політики держави у трансформаційний період / З. Бринзя, С. Семенюк // Галицький економічний вісник. — 2010. — №4(29). — С. 51-61.
5. Вірт М.Я. Регулювання валютного курсу та його оптимальний режим для України / М.Я. Вірт, П.О.Куцик// Науковий вісник НЛТУ України. – 2011. – № 21.3. – С. 157-163.
6. Гроші та кредит / М. І. Савлук, А. М. Мороз, М. Ф. Пуховкіна та ін. – К.: КНЕУ, 2001. – 602 с.
7. Єпіфанова М.А. Інструменти валютного регулювання: сутність, класифікація, характеристика / М.А. Єпіфанова // Вісник Української академії банківської справи. – 2010. – № 2. – С. 17-21.
8. Кундицький О.О. Монетарні інструменти державного регулювання фінансових ресурсів / О.О. Кундицький // Науковий вісник НЛТУ України. – 2006. – № 16.5. – С. 171-178.
9. Лучковська С.І. Фінансово-правові аспекти розмежування змісту валютних обмежень та валютного контролю / С.І. Лучковська // Часопис Київського університету права: науково-теоретичний журнал. – 2009. – № 2. – С. 164-168.
10. Любунь О.С. Національний банк України : Основні функції, грошово-кредитна політика, регулювання банківської діяльності / О.С. Любунь, В.С. Любунь, І.В. Іванець. – К. : Центр навч. л-ри, 2004. – 351 с.
11. Мірошніченко Т.Є. Міжнародний рух капіталу: регулювання та контроль / Т.Є. Мірошніченко // Науковий вісник Ужгородського університету. – 2011. – № 33. ч. 2. – С. 190-193.

12. Романишин В.О. Центральний банк і грошово-кредитна політика : Навч. посіб. / В.О. Романишин, Ю.М. Уманців. – К. : Атіка, 2005. – 480 с.
13. Скрябіна Д.С. Теоретичні основи державного регулювання ЗЕД: дефляції, механізми та ознаки / Д.С. Скрябіна // Держава та регіони. – 2011. – No 3. – С. 76-83.
14. Яріш О.В. Фінансовий ринок: навч.-метод. посіб. / О.В. Яріш, Л.В. Гнипа-Черневецька. – Полтава : РВВ ПУЕТ, 2011. – 147 с.
15. Міжнародні розрахунки та валютні операції: [навч. посіб.] / [О. І. Береславська, О. М. Наконечний, М. Г. Пясецька та ін.]. – К.: КНЕУ, 2006. – 312 с.
16. Савлук М. І. Міжнародні розрахунки та валютні операції: [навч. посіб.] / М. І. Савлук. – К.: КНУ, 2002. – 391 с.
17. Передій О. С. Міжнародні економічні відносини: [навч. посіб.] / О. С. Передій. – К.: Центр навч. л-ри, 2006. – 274 с.
18. Семенов К. А. Міжнародні валютні і фінансові відносини: [підруч.] / К. А. Семенов. – М.: ТЕИС, 2000. – 175 с.
19. Слепов В. А. Міжнародні валютні і фінансові відносини / В. А. Слепов. – М.: ФБК-ПРЕСС, 1998. – 280 с.
20. Філіпенко А. С. Міжнародні валютно-кредитні відносини: [підруч.] / А. С. Філіпенко. – К.: Либідь, 1997. – 208 с.