Дата 22.03.2022 р.

Клас 11 – А

Географія.

Печеневська Н.М.

**Тема уроку.** Сучасна географія виробництва транспортних засобів, електроніки, фармацевтичної продукції, чинники участі національних економік у глобальних ланцюгах доданої вартості. Виробництво текстилю, одягу, взуття: сучасна просторова організація, чинники міжнародної спеціалізації

**Мета уроку:** узагальнити знання про виробництво товарів з високою часткою НДДКР ,споживчих товарів, особливості формування міжнародної спеціалізації цього сегмента виробництва.

**Опорний конспект для учнів.**

**1 Сучасна географія виробництва транспортних засобів, електроніки, фармацевтичної продукції,чинники участі національних економік у глобальних ланцюгах доданої вартості**

Уся названа продукція має суттєву інноваційну складову. У ланцюгах доданої вартості виробництва транспортних засобів, електроніки затрати на НДДКР та після продажний сервіс — найбільші,але саме тут створюється найбільша додана вартість, і кількість гравців у цих сегментах значно менша, ніж на стадіях безпосереднього виробництва продукту. Аналогічна ситуація й у виробництві фармацевтичної продукції. Тільки тут виключено сегмент після продажного обслуговування, але суттєвим за витратами й прибутками є сегмент маркетингу та дистрибуції. Відповідно до означених особливостей відбувається участь (конкурентоспроможність) національних економік у створенні ланцюгів доданої вартості. Дані сегменти виробництва найбільше вийшли за рамки національних економік.

Головні гравці — глобальні компанії. В зазначених галузях частка іноземної доданої вартості у валовому експорті становить близько 40 %. Виробники регулюють ланцюги, для яких характерна вертикальна структура мережі (відповідно зростає попит на управлінців), заснована на інвестиціях виробничого капіталу. Для галузей усе більш дисперсною стає територіальна концентрація. Власне національним (німецька автівка, канадський літак, американський ноутбук) продукт роблять не стадії безпосереднього виробництва. Національні економіки конкурують за місце в ЛДВ.

У галузі автомобілебудування (надзвичайно прибуткове виробництво, засноване на постійному попиті на нові моделі та після продажне обслуговування) за для подолання обмежень митної політики окремих держав (великі мита, заборона на ввезення готових авто та ін.) компанії змінюють географію розміщення виробництв. У країнах з великим попитом викупають існуючі занедбані автопідприємства чи будують нові, де розміщують виробництва великовузлового збирання (у США, Австралії,Китаї, ПАР, Індії та ін.) чи окремих вузлів. Характерне злиття компаній.

Авіакосмічна галузь має більшу територіальну визначеність. Лідером залишаються США, суттєвими конкурентами є європейські компанії. Закріплюють позиції Канада та Бразилія.

Провідні позиції у суднобудуванні займають Південна Корея та Китай (понад 60 % замовлень) та Японія (менше 20 %). Зростає попит на судноремонт, де Україна змогла зайняти певну нішу.

Основними конкурентами сучасного залізничного машинобудування є канадська компанія Bombardier, німецька Siemens та французька Alstom, до яких поступово наближаються китайські компанії. Японські компанії, маючі найбільш досконалі транспортні системи, працюють переважно на національно мурівні, активно конкурують з Китаєм за азіатські ринки.

Виробництво електроніки є найсучаснішою галуззю не тільки за технологічними змінами, а й за формами функціональної та просторової організації. Для нього характерне посилення глобалізацій них процесів; внаслідок збільшення та поглиблення напрямів розробок посилюється спеціалізація фірм та формування ринку сервісних послуг; активний розвиток технополісів і технопарків у країнах, що розвиваються (Індія, Китай, Бразилія).

Фармацевтична галузь активно змінює бізнес-моделі в межах глобалізації ринку. Активно з’являються невеликі спеціалізовані гравці, що надають сервіси зокрема й на аутсорсингових основах. Це викликає зміни в географії розміщення галузі. Індія та Китай приєднуються до традиційно «фармацевтичних» економік.

**2 Виробництво текстилю, одягу, взуття: сучасна просторова організація, чинники міжнародної спеціалізації**

Длялегкоїпромисловостіхарактерневикористанняблизькотретиниімпортованихпроміжнихтоварів для виробництва експортної продукції. Головними ланками ланцюгів доданої вартості є дизайн і маркетинг. Ланцюги регулюють переважно покупці (через роздрібні компанії), тому характерна горизонтальна структура мережі, заснована на торгівлі й торговельному капіталі. Виробництво з низькими потребами у капіталі та кваліфікації трудових ресурсів, тому головні гравці — переважно місцеві фірми здебільшого з країн, що розвиваються, та кілька брендових компаній, які переміщують виробництва у країни дешевої робочої сили (південноазіатські та латиноамериканські). За даними СОТ, основними країнами-експортерами текстилю є Китай (10 % світового експорту), Гонконг,Німеччина, Італія і Південна Корея (по 8 %), Тайвань (7 %), США (6 %). Лідерами в експорті швейної продукції є Китай (17 %), Гонконг (12 %), Італія (7 %), Туреччина, Мексика, США і Німеччина(по 7 %), Франція, Фінляндія (по 5 %).

**Домашнє завдання:**

- Опрацювати § 23,24.

- Переглянути відео урок за посиланням: <https://www.youtube.com/watch?v=Mz_pD3xsFKo>