

Тенденції розвитку міжнародної торгівлі послугами в умовах динамізації конкурентного середовища

Анна ОЛЕФІР,
Владислав ТІПАНОВ*

АНОТАЦІЯ. У статті проаналізовано теоретичні основи визначення терміна «послуга», розглянуто її основні характеристики, ключові риси міжнародної торгівлі послугами та її відмінності від торгівлі товарами, визначено сучасні тенденції розвитку цієї форми міжнародної торгівлі за основними видами послуг (транспортними, туристичними, іншими комерційними).

КЛЮЧОВІ СЛОВА. Міжнародна торгівля послугами, Світова організація торгівлі, Генеральна угода про торгівлю послугами (ГАТС), лібералізація, транспортні послуги, туристичні послуги, комерційні послуги, способи постачання послуг, транскордонна торгівля, споживання за кордоном, комерційна присутність, переміщення фізичних осіб.

Вступ

Під впливом процесів лібералізації, інтеграції та глобалізації у сучасному світовому господарстві, відбувається активний розвиток сфери послуг у більшості країн світу. Як показує практика, вона є однією з найважливіших і дедалі значніших складових світової економіки. Так, у розвинутих країнах світу

* **Олефір Анна Олександрівна** — кандидат економічних наук, доцент кафедри міжнародної торгівлі. Сфера наукових інтересів — торгова політика та комерційна дипломатія країн світу, глобальна торгова система. Випускниця низки сертифікатних програм, зокрема Центру торгової політики та права (Канада, 2001 та 2000 рр.), віртуальної академії Всесвітньої організації інтелектуальної власності (2006 р.), програми економічного аналізу школи EcoMod Вільного університету Брюсселю (Free University of Brussels, 2006).

Тіпанов Владислав Вікторович — кандидат економічних наук, старший викладач кафедри міжнародної торгівлі. Сфера наукових інтересів — міжнародна торгівля та міжнародні інвестиції, регулювання світового ринку послуг. Автор 12 наукових праць. Брав участь у низці міжнародних конференцій, «круглих столів» та міжнародних проєктів.

частка сфери послуг у структурі ВВП перевищує 70 %, у ній зайнято приблизно 65 % працездатного населення планети (у США – до 75 %).

Протягом останніх трьох десятиріч обсяги світового експорту послуг збільшилися у понад 20 разів і продовжують зростати. За статистикою ЮНКТАД, частка комерційних послуг у світовій торгівлі в 1980 році становила – 16,2 %, у 2006 році – 18,4 %, а, за оцінками фахівців, до 2015 р. здатна досягти 25–30 %.

В умовах динамізації конкурентного середовища сфера послуг інтенсивно розвивається та стає одним із впливових чинників, від яких залежить зростання економіки, підвищення конкурентоспроможності країни на світових ринках, зростання добробуту населення.

Особливо актуальним є дослідження цих проблем для України, що пояснюється тим, що нині сфера послуг у країні не набула адекватного розвитку – її частка у ВВП та у структурі зайнятості становить близько 50 %. Відносно обмеженою є частка України і в міжнародній торгівлі послугами, тоді як основними статтями експорту є продукція переважно з низько- та середньотехнологічним ступенем переробки. Водночас у країні є потенціал для розвитку сфери послуг. Так, розвиток науки, технологій і висококваліфікована робоча сила є необхідними передумовами для динамічного поступу інформаційно-комунікаційних технологій, програмного забезпечення, туризму, електронної і мобільної торгівлі, які базуються на Інтернеті і можуть відіграти роль «локомотиву розвитку», тобто протистимулювати розвиток усієї національної економіки, забезпечити міцні конкурентні переваги на світових ринках. Слід також використовувати вигідне гео економічне розташування країни для розвитку транспортної інфраструктури та туризму.

Із цих причин дослідження тенденцій розвитку світового ринку послуг та його постійної диверсифікації, а також механізмів регулювання та функціонування в умовах глобалізації має не лише вагоме теоретичне, а й практичне значення. У даній статті розглядаються детально саме тенденції розвитку світового ринку послуг, оскільки механізми та правила

регулювання цієї сфери становлять окремий предмет дослідження.

Основними джерелами інформації про торгівлю та доступ до ринків послуг є насамперед розклади зобов'язань країн – членів СОТ у секторі послуг, правові документи СОТ (Генеральна угода з торгівлі послугами та домовленості щодо окремих секторів, наприклад, у фінансовому та телекомунікаційних секторах), а також видання міжнародних організацій, серед яких слід виокремити практичні посібники Міжнародного торговельного центру при ЮНКТАД та СОТ (зокрема, «Business Guide to the General Agreement on Trade in Services, Successful Services Exporting: A Handbook for Firms, Associations and Governments, Information Technology Services»: A Handbook for Exporters from developing Countries), дослідження СОТ (наприклад, Special study #6 Market Access: Unfinished Business. Post-Uruguay Inventory and Issues), дані публікацій Світового банку про розвиток країн та світу в цілому (World Development Indicators).

Теоретико-методологічні та організаційні аспекти щодо формування, функціонування й розвитку ринку послуг у світовій економіці вже тривалий час перебувають у полі зору зарубіжних дослідників-економістів: Є. Ф. Авдокушина, І. Т. Балабанова, Є. В. Будрина, Є. В. Данилової, І. І. Дюмулена, С. І. Долгова, В. І. Жолдака, І. Н. Іванова, В. І. Капустіної, В. А. Квартального, А. П. Кіреева, В. В. Котілко, А. Д. Криканова, І. І. Лівенцової, Л. М. Невдулаєва, В. Є. Рибалкіна, К. А. Семенова, Є. В. Скурко, С. Ф. Сутиріна, Н. Н. Тарасенко, А. А. Тедєєва, І. Успенського, В. І. Фомічова, Дж. Белла, Е. Ван Дuzер, Дж. Гелбрейта, Д. Джоббера, П. Друккера, М. Кастельса, К. Кларка, С. Коена, Ф. Котлера, Дж. Б. Куїнна, Дж. Ланкастера, Дж. Шумпетера та ін.

У вітчизняній економічній літературі в основному досліджуються окремі аспекти міжнародної торгівлі послугами, серед яких особливої уваги заслуговують такі праці: «Глобальна торгова система: розвиток ін-

ститутів, правил, інструментів СОТ» за редакцією Т. М. Циганкової, «Стратегії економічного розвитку в умовах глобалізації» за редакцією Д. Г. Лук'яненка, а також публікації інших українських економістів: О. Г. Білоруса, І. В. Бураковського, А. С. Гальчинського, В. Головинської, В. Ф. Данільчука, М. Ю. Дядькова, О. В. Зернецької, А. А. Мазараккі, В. Є. Новицького, С. Г. Осики, Ю. М. Пахомова, О. В. Плотнікова, А. М. По-
ручника, В. Т. П'ятницького, О. І. Рогача, А. П. Румянцева, В. Р. Сіденка, С. В. Сіденко, О. К. Скаленка, В. А. Степаненка, А. С. Філіпенка та ін.

Метою статті є дослідження закономірностей і тенденцій розвитку світового ринку послуг в умовах розгортання процесу глобалізації економіки.

Сутність міжнародної торгівлі послугами

Послуги надзвичайно різноманітні й охоплюють широке поле діяльності – від торгівлі і транспорту до фінансування, страхування та посередництва. Авіакомпанії та банки, готелі і ресторани, навчальні та спортивні заклади, туристичні бази і кемпінги, радіо- і телестанції, консультаційні та юридичні фірми, їх подальший розвиток та диверсифікація цілком відповідають характеру сучасного розвитку людства, економічних систем, науково-технічного прогресу.

Термін «послуги» існує з часів античної Греції, але й досі існують різні думки з приводу визначення сутності цього поняття. У «Великому економічному словнику» сфера послуг трактується, як «система галузей народного господарства, продукти, споживча вартість яких виражається в наданні зручностей»¹. Їй властиві такі особливості, як «високий динамізм, територіальна сегментація і локальний характер, ви-

¹ Большой экономический словарь / Под ред. А. Н. Азриляна. — М.: Институт новой экономики, 1999. — 1012 с.

сока швидкість обороту капіталу, вища норма прибутку і відносно коротші строки окупності інвестицій в порівнянні з багатьма «товарними» секторами виробництва», а ключовими категоріями є поняття «послуги» і «торгівля послугами».

На відміну від Адама Сміта, який вважав працю виробника послуг непродуктивною та такою, що не створює (не збільшує) багатство, а лише його перерозподіляє, Карл Маркс у роботі «Капітал» показав, що праця з виробництва може бути продуктивною, тобто може створювати і збільшувати національне багатство. Характеризуючи послуги, Маркс писав: «Цей вираз означає взагалі не що інше, як ту особливу споживчу вартість, яку надає ця праця, так само як інша праця; але особлива споживча вартість цієї праці дістала ту специфічну назву «послуга» тому, що праця надає послуги не в речовому вигляді, а у вигляді діяльності...»². Маркс зазначав, що особлива споживча вартість, яку «надає» праця, знаходить своє вираження в предметах споживання особливого роду, в результаті чого «в кожен момент серед числа предметів споживання, разом з предметами споживання у вигляді товарів, є певна кількість предметів споживання у вигляді послуг. Отже, загальна сума споживання завжди є більшою від тієї, якою вона була б за відсутності придатних для споживання послуг»³.

Інший підхід до визначення поняття «послуга взагалі» використовує відомий економіст Т. П. Хілл: «Послуга може бути визначена як зміна в стані особи або товару, що належить будь-якій економічній одиниці, яка є результатом діяльності певної іншої економічної одиниці з попередньої згоди першої особи чи економічної одиниці»⁴.

Варто навести визначення поняття «послуга» інших видатних науковців, зокрема економісти Макконел та Брю в своїй книзі дали таке трактування: «Послуга — те, що є невідчутним (невидимим) і в обмін на що споживач, фірма чи уряд готові надати щось цінне»⁵.

² Маркс К., Энгельс Ф. Соч.; 2 изд. Т. 26. Ч. 1. с. 413.

³ Там само.

⁴ Hill T. P., On goods and services // Review of Income and Wealth. V. 23 (December 1977), p. 315—338.

⁵ Макконнелл Кемпбелл Р., Брю Стенли Л. Экономика: принципы, проблемы и политика: В 2 т.: Пер. с англ. 11-го изд. Т. 2. — М.: Республика, 1998. — С. 398.

Американський учений Ф. Котлер визначає послугу як будь-який захід або вигоду, які одна сторона може запропонувати іншій і які в основному невідчутні і не приводять до заволодіння чим-небудь. При цьому, виробництво послуг може бути, а може і не бути пов'язане з товаром у його матеріальному вигляді⁶.

Дослідження характеру послуг та їх ролі в економічній системі можна знайти й у вітчизняній економічній літературі. Зокрема вчені-економісти А. П. Рум'янцев та Ю. О. Коваленко дають таке визначення: «Послуга – це вид діяльності, робіт, у процесі виконання яких не створюється новий матеріально-уречевлений продукт, який раніше не існував, але змінюється якість вже створеного продукту. Крім того, послугу можна визначити як вид діяльності, який задовольняє певну людську потребу, може мати або не мати матеріальну форму, тісно пов'язаний з виробництвом товарів або повністю самостійно оформлений»⁷.

Визначення послуги можна знайти й у працях російських науковців. Згідно з думкою економіста О. П. Кіреєва, «послуги» являють собою зміну в положенні інституційної одиниці, яка сталася внаслідок дій і на основі взаємної угоди з іншою інституційною одиницею⁸. Вчений В. В. Котилко називає послугу не інакше, як корисну дію, корисний ефект споживчої вартості товару або безпосередньо праці, яка створюється в процесі доцільної діяльності, спрямованою на задоволення певних потреб людей⁹.

Отже, існує велика кількість визначень терміна «послуги», що ускладнює дослідження даної проблематики (відсутнє єдине загальноприйняте поняття). Водночас окреслити загальні якісні ознаки послуги для можливості використання в практичних цілях, зокрема для прийняття конкретних соціально-економічних рішень, цілком реально. Так, послугам властиві такі специфічні риси, як невідчутність, невіддільність,

⁶ Котлер Ф. Основы маркетинга: Пер. с англ. В. Б. Боброва. — М.: Прогресс, 1990. — С. 638.

⁷ Рум'янцев А. П., Коваленко Ю. О. Міжнародна торгівля послугами: Навч. посіб.; 2-ге вид., перероб. та доп. — К.: Центр навчальної літератури, 2003. — С. 13.

⁸ Кіреєв А. П. Международная экономика: В 2-х ч. — М.: Международная экономика, 2000. — 263 с.

⁹ Котилко В. В., Морозова Л. С., Орлова Д. В., Шеменева О. В. Сфера услуг и проблемы занятости населения. — М.: МГУ сервис, 2001. — С. 98.

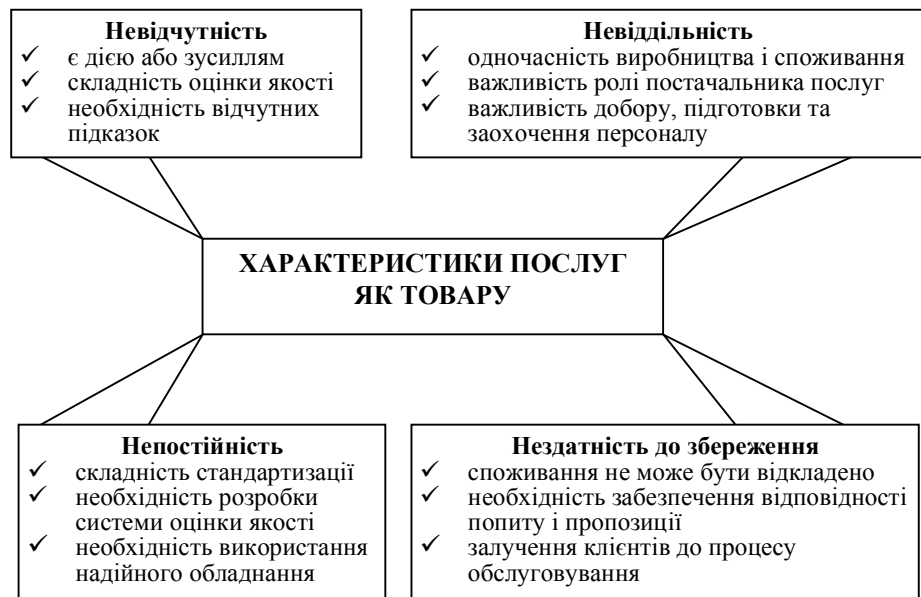
непостійність та в більшості випадків нездатність до збереження.

Невідчутність — на відміну від матеріальних товарів послуги не можна спробувати на смак, на дотик, їх не побачиш і не почувеш до моменту їх безпосереднього надання. Це внеможливіє порівняння й оцінку послуги до її отримання. Порівнювати можна тільки вигоди очікувані й отримані.

Невіддільність послуги від її джерела очевидна, тоді як товар у матеріальному вигляді існує незалежно від присутності або відсутності його джерел. На відміну від товарів послуги не можна виробити про запас і зберігати. З цього погляду виробництво і споживання послуг тісно взаємопов'язані і не можуть бути розірвані.

Непостійність якості послуг коливається в широких межах залежно від їх постачальників, а також од часу і місця надання. Існує кілька причин цієї мінливості: послуги, як правило, споживаються в момент свого виробництва, що обмежує можливість контролювати їх якість; їх не можна зробити заздалегідь на випадок підвищеного попиту; за низької якості обслуговування послуга далеко не завжди може бути повторювана.

Нездатність до збереження. На відміну від звичайного товару послуга взагалі не підлягає зберіганню чи складуванню. Виникає проблема досягнення рівноваги між попитом та пропозицією. Характеристику послуг як товару подано на рис. 1.

Рис. 1. Характеристики послуг¹⁰

Незважаючи на наведені вище характеристики, іноді існують і винятки: так, деякі послуги можуть набувати уречевлених форм (наприклад, комп'ютерна програма на дискеті), видимі (зачіска), піддаються зберіганню (послуги телефонного автовідповідача), не завжди вимагають прямої взаємодії продавця і покупця (видача грошей за допомогою дебіторської картки).

Взагалі ж, ринок послуг дуже різноманітний, а сфера їх застосування розширяється з кожним роком. Одна з тенденцій, що характеризують торгівлю послугами, полягає в тому, що нові технології доповнюють або витісняють інші способи їх надання.

Економічна глобалізація, а також розвиток регіональних інтеграційних процесів дедалі більшою мірою стирають кордони між «внутрішніми» та «зарубіжними» послугами, стираються межі і в торгівлі ними.

У ході Уругвайського раунду було концептуально визначено, що може бути названо не просто торгівлею, а міжнародною торгівлею послугами. В опублікованому у 1999 р. досліджен-

¹⁰ Ткаченко Л. В. Маркетинг послуг: Підручник. — К.: Центр навчальної літератури, 2003. — С. 20.

ні, підготовленому Міжнародним торговим центром ЮНКТАД-СОТ, мовиться, що послуга стає предметом міжнародної торгівлі в тому разі, якщо виробник послуги і покупець її – це фізичні або юридичні особи – резиденти різних країн незалежно від місця здійснення операції між ними¹¹. До речі, ГАТС не дає визначення послуги як категорії – надто неоднорідними є види економічної діяльності, що охоплює цей термін, і лише зазначає, що послуги можуть надаватись одним з чотирьох способів постачання (транскордонне постачання, споживання за кордоном, комерційна присутність і переміщення фізичних осіб)¹².

Термін «міжнародна торгівля послугами» охоплює міжнародний обмін багатьма видами послуг, кожній з яких притаманні свої особливості.

Відповідно до угоди про торгівлю послугами (ГАТС), до послуг, що надаються каналами міжнародної торгівлі, належать: комерційні послуги (професійні, управлінські, комп'ютерні і їм подібні), послуги у сфері НДДКР, продажу і оренди нерухомості, послуги з лізингу та оренди машин і обладнання без операторів, консультативні та ін.), послуги зв'язку (поштові, кур'єрські, телекомунікаційні тощо), послуги з будівництва та суміжні інженерні послуги, послуги дистриб'юторів, послуги у сфері освіти, з охорони довкілля, фінансові послуги, послуги з організації відпочинку, культурних та спортивних заходів, ті що пов'язані з туризмом, транспортні та ін.

На сьогодні світовий ринок послуг як галузевий товарний ринок поки що не являє собою органічної системи, він тільки розвивається в напрямі цілісності, перебуває у фазі становлення. Про це свідчать такі процеси і явища, як значні відмінності в тарифах на однакові види послуг, відсутність універсальних інструментів і принципів, а також єдиної загальноприйнятої класифікації послуг, як це існує щодо товарної торгівлі (гармонізована система опису та кодування товарів).

Міжнародна торгівля послугами має низку специфічних рис порівняно з традиційною торгівлею товарами:

¹¹ <http://www.unctad.org>

¹² The Results of the Uruguay Round of Multilateral Trade Negotiations. The Legal Texts. WTO. Cambridge University Press. 2002. p. 286.

– на відміну від товарів послуги надаються (виробляються) та споживаються в основному одночасно і не зберігаються, а тому надання більшості видів послуг базується на прямих контактах між їх виробниками та споживачами (це потребує більшої присутності за кордоном безпосередніх виробників послуг або ж присутності іноземних споживачів у країні виробництва послуги);

– міжнародна торгівля послугами тісно взаємопов'язана з торгівлею товарами; ці сектори один на одного стимулюють і впливають (аналіз ринків, маркетингове консультування, транспортування, реклама, передпродажне і післяпродажне обслуговування);

– сфера послуг, як правило, більше захищається державою від іноземної конкуренції, ніж сфера матеріального виробництва, більше того, транспорт і зв'язок, фінансові та страхові послуги в багатьох країнах традиційно перебувають у повній або частковій власності держави та суворо контролюються нею, внаслідок цього в міжнародній торгівлі послугами існує більше протекціоністських перешкод і конкурентних бар'єрів, ніж у торгівлі товарами (хоча останнім часом завдяки ГАТС спостерігається значна лібералізація торгівлі такими послугами);

– не всі види послуг, на відміну від товарів, можуть бути придатні до широкого залучення в міжнародний обмін (це стосується насамперед побутових і комунальних послуг).

В статистиці платіжних балансів світова торгівля комерційними послугами фактично зводиться до двох способів надання послуг – транскордонного та споживання за кордоном. Однак реальний обсяг усієї світової торгівлі послугами набагато більший. Міжнародна статистика не враховує повністю торгівлю послугами між іноземними та національними юридичними і фізичними особами в межах національної території. У даний час розробляється сучасніша методологія обліку обміну послугами, що охоплює всі 4 способи надання послуг.

Обсяги світової торгівлі товарами та послугами у 2006 році становили понад 14 трлн доларів, з яких понад 80 % – торгівля товарами, майже 20 % – торгівля послугами. Експорт послуг постійно зростає і до-

сяг 2,7 трлн дол. у 2006 році. Динаміку зростання експорту та імпорту можна побачити у табл. 1. Світова торгівля послугами є одним з секторів світового господарства, що найшвидше зростають. За оцінками фахівців, міжнародна торгівля послугами подвоюється кожні 7–8 років порівняно з 15 роками, необхідними для аналогічного збільшення обсягу експорту товарів.

Таблиця 1

**Динаміка світової торгівлі послугами у 1970–2006 рр.
(млрд дол. США)**

Роки	1970	1980	1990	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2010
Експорт	67,0	387,9	802	1491	1492,9	1600,5	1828,2	2185,8	2414,3	2710,1	4100,0*
Імпорт	62,9	362,8	858,2	1474,6	1491,2	1577,6	1795,5	2130,5	2374,4	2620,2	–

* розраховано авторами за даними Світової організації торгівлі (www.wto.org)

На початку нового тисячоліття сфера послуг набуває розвитку в усіх регіонах світу. Це стосується також країн, що розвиваються, й найменш розвинутих країн. Їх роль у міжнародній торгівлі послугами зростає як з погляду експорту, так і імпорту. У міжнародній торгівлі послугами важливу роль відіграють країни Тріади, що підтверджується даними за регіонами світу (табл. 2).

Європа є провідним регіоном у світовій торгівлі послугами, на який припадає близько половини світового експорту та імпорту послуг. Друге та третє місце, відповідно, посідають такі регіони як Азія та Північна Америка. Частка ж інших країв становить близько 10 %. Регіонами, що продемонстрували зростання в міжнародній торгівлі послугами в 2000–2005 роках, є країни Європи, Азії, СНД та Африки. Водночас, країни Центральної та Південної Америки втрачають свої позиції на світових ринках послуг, як в експорті, так і в імпорті.

Отже, аналізуючи дані табл. 3, можна зробити такі висновки. На десятку країн світу припадає понад половини обсягів світового експорту та імпорту комерційних послуг. Основні позиції в рейтингу належать

високо розвинутих країнам (насамперед, США, Великій Британії, Німеччині, Японії, Франції), але в десятці представлено і країни, що розвиваються, – Китай та Індію. Частка та роль цих країн в експорті послуг на міжнародні ринки щорічно зростає. Позиції Російської Федерації та України в експорті послуг – 25 та 42 місце, відповідно, а в імпорті – 18 та 47.

Таблиця 2

Світова торгівля послугами за регіонами світу, 1990–2005 рр.

Обсяги експорту, млрд дол. США			Частка регіону у світовому експорті			Region	Обсяги імпорту, млрд дол. США			Частка регіону у світовому імпорті		
1990	2000	2005	1990	2000	2005		1990	2000	2005	1990	2000	2005
444, 2	721, 9	1244, 8	53,5 1	48,4 2	51,5 6	Європа	408, 4	674, 1	1120, 1	47,4 9	45,7 1	47,7 2
411, 9	646, 2	1120, 8	49,6 2	43,3 4	46,4 2	ЄС-25 ¹⁵	384, 2	628, 8	1038, 2	44,6 8	42,6 4	44,2 3
146, 5	309, 5	525, 3	17,6 5	20,7 5	21,7 6	Азія	205, 5	367, 9	573, 5	23,9 0	24,9 5	24,4 3
165, 7	330, 9	422, 3	19,9 6	22,1 9	17,4 9	Північна Америка	145, 3	268, 2	366, 3	16,9 0	18,1 9	15,6
30,9 8	47,1	68,2	3,73	3,16	2,82	Центральна і Південна Америка	36,4	54,6	70,5	4,23	3,7	3,0
21,5	31,3	56,9	2,59	2,09	2,36	Африка	29,9	37,4	69,3	3,48	2,54	2,95
–	17,2	42,1	–	1,15	1,74	СНД	–	23,6	62,4	–	1,6	2,66
830, 1	1491	2414, 3	100,0 0	100,0 0	100,0 0	Світ	859, 9	1474, 6	2347, 4	100,0 0	100,0 0	100,0 0

Джерело: складено авторами за даними СОТ (www.wto.org)

¹⁵ Європейський Союз у 2005 році налічував 25 країн-членів, а 1 січня 2007 року відбулося розширення та приєднання двох нових членів — Румунії та Болгарії. Далі ЄС у складі 25 країн-членів буде скорочено подаватися ЄС-25.

Таблиця 3

Провідні експортери та імпортери послуг у світі, 2006 рік

Міс-це	Експортери	Обсяги, млрд дол. США	Част-ка, %	Щоріч-ні зміни, %	Міс-це	Імпортери	Обсяги, млрд дол. США	Част-ка, %	Щорічні зміни, %
1	США	388,8	14,1	10	1	США	307,8	11,6	9
2	Велика Бри-танія	227,5	8,3	11	2	Німеччина	219,1	8,3	7
3	Німеччина	168,8	6,1	12	3	Велика Британія	172,0	6,5	8
4	Японія	122,5	4,4	14	4	Японія	144,0	5,4	9
5	Франція	114,5	4,2	0	5	Франція	108,8	4,1	4
6	Іспанія	105,5	3,8	12	6	Китай	100,3	3,8	21
7	Італія	97,5	3,5	10	7	Італія	98,4	3,7	11
8	Китай	91,4	3,3	24	8	Ірландія	78,4	3,0	12
9	Нідерланди	82,5	3,0	5	9	Нідерланди	78,1	2,9	8
10	Індія	73,8	2,7	36	10	Іспанія	77,9	2,9	17
Усього		1472,8	53,4	—	Усього		1384,8	52,2	—
25	Російська Федерація	30,1	1,1	24	18	Російська Федерація	44,3	1,7	15
42	Україна	10,7	0,5	20	47	Україна	8,5	0,4	22
Всі країни світу		2755,0	100,0	12	Усі країни світу		2650,0	100,0	11

Джерело: складено авторами за даними СОТ (www.wto.org)

Спеціалізація країни на тому чи іншому виді послуг безпосередньо пов'язана з рівнем її економічного розвитку. У високорозвинутих країнах частка послуг збільшується внаслідок зростання продуктивності праці та скорочення зайнятості в промисловості, сільському господарстві, будівництві, а також за рахунок пропозиції нових послуг. Для цих країн притаманним є експорт фінансових, інформаційних і ділових послуг. Для країн, що розвиваються, основними видами експорту послуг є транспортні, туристичні та фінансові (офшорні). Їх сукупна питома вага не перевищує 6 % за чітко вираженої переважаючої частки держав Азії. Крупними експортерами послуг з групи держав, що розвиваються, є Китай з питомою вагою 3,3 %; Індія – 2,7%; Гонконг (окрема митна територія Китаю) – 2,6 %; Сінгапур – 2,1 %; Південна Корея – 1,8 %; Тайвань (Китай) – 1,0 % та Туреччина – 0,9 %.

Для країн, що розвиваються, характерною є наявність від'ємного сальдо у зовнішній торгівлі послугами; проте, це не виключає того, що деякі з них є великими експортерами послуг. Так, наприклад, Південна Корея спеціалізується на інженерно-консультаційних та будівельних послугах, Мексика – на туристичних, Сінгапур є великим фінансовим центром. Значна кількість невеликих острівних держав основну частину експортних доходів отримує за рахунок туризму.

Необхідно зазначити, що в цілому країни Центральної та Східної Європи та СНД володіють потенційними резервами для розвитку потужного сектора послуг, передусім туризму, сухопутного транспорту, судноплавства та ін., але їх широкому експорту заважають недостатня матеріально-технічна база та створення нових основних фондів у цих сферах. Індустрія послуг країн СНД перебуває в стадії розвитку. Цей стан потребує зваженого підходу до стратегії розвитку, регулювання та особливо лібералізації сфери послуг. У цих країнах цілковита «відкритість» економіки може стати руйнівним чинником, якщо не супроводжуватиметься системою обґрунтованого протекціонізму, а торговельні відносини не

базуватимуться на узгодженні та координації економічної політики¹⁶.

Структура торгівлі послугами поділяється на три основні групи: транспортні послуги; туристичні послуги; інші комерційні послуги. 2006 року видова структура експорту комерційних послуг була такою: інші комерційні послуги становили 49,7 %, частка транспортних і туристичних послуг, відповідно, дорівнювала 23,1 і 27,2 % (дані СОТ¹⁷) (табл. 4).

Таблиця 4
Структура експорту послуг у 2006 році, %

Види послуг	Обсяги у 2006 р., млрд USD	Частка у 2006 р., %	Зміна у відсотках, 2000–2006 рр.
Транспортні послуги	626	23,1	10
Туристичні послуги	737	27,2	7
Інші комерційні послуги	1347	49,7	12
Усі комерційні послуги	2710	100,0	10

Джерело: статистичні дані СОТ (www.wto.org)

Як ми бачимо, приблизно 1/4 міжнародної торгівлі послугами припадає на транспортні послуги, ще 1/4 – на туризм. Останнім часом, швидко росте значення інших комерційних послуг, а саме інформаційно-телекомунікаційних, електронної торгівлі тощо.

У товарній структурі світової торгівлі послугами в останні 20 років частка транспортних послуг збільшилася у два рази, обсяги міжнародного туризму майже у 4 рази, інші послуги – у понад 4,5 разу. Це пов'язано як з раціоналізацією перевезень і розміщенням виробництва в країнах споживання, так і з появою нових видів послуг на світовому ринку. Сталою тенденцією на сьогодні є збільшення частки туристичних послуг, але найбільш динамічно розвивається міжнародна торгівля діловими послугами, зокрема управлінськими, професійними, банківськими, страховими, аудиторськими послугами, що становлять до чверті всієї торгівлі послугами.

¹⁶ Білорус О. Г., Лук'яненко Д. Г. та ін. Глобалізація і безпека розвитку. Монографія. — К.: КНЕУ, 2001. — С. 356.

¹⁷ Тут і далі розходження в 0,1 може відбуватися через округлення даних.

Телекомунікаційні послуги, що передусім надаються на основі цифрового зв'язку, значною мірою впливають на інтенсифікацію світового товарообігу. Динаміка зміни структури експорту послуг з 1990 по 2006 рік відображена на рис. 2.

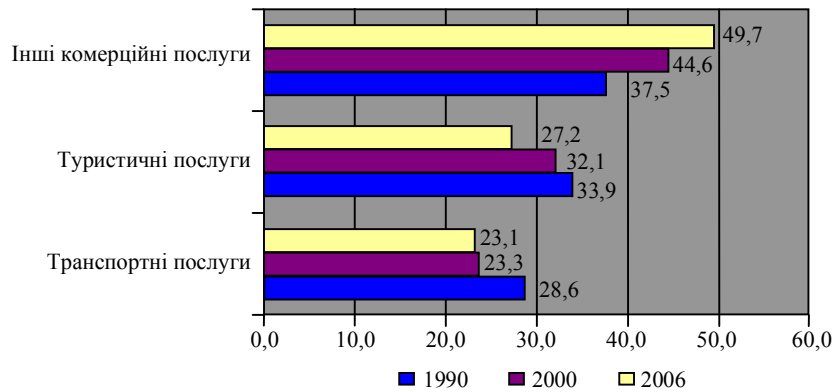


Рис. 2. Зміна структури світового експорту послуг, %

Джерело: побудовано авторами за даними СОТ (www.wto.org)

Якщо проаналізувати динаміку показників 1990–2006 рр., то чітко прослідковується тенденція до зростання в загальній структурі частки інших комерційних послуг (з 37,5 % у 1990 році до 49,7 % у 2006 році), тобто в цьому періоді відбувалося зростання обсягу наданих інших комерційних послуг більше, як на 12 %. Інша тенденція свідчить про поступове зниження ваги туристичних послуг: якщо 1990 року на них припадала третина всієї торгівлі послугами, то в 2000 – 32 %, а в 2006 – 27,2 %. Транспортним послугам належить найменша частка, проте в 2000–2006 рр. дана сфера показала стабільну динаміку (зокрема в 2004, 2005 та 2006 роках обсяги експорту транспортної галузі зросли, відповідно, на 25 %, 13 % та 10 %, що, крім 2006 року, було вище, ніж в інших основних галузях комерційних послуг). Це пояснюється підвищенням обсягів транспортування вантажів і пасажирів через активнішу інтеграцію в світову економіку країн, що динамічно розвиваються, насамперед Китаю та Індії. Далі розглянемо характеристики та динаміку окремо транспортних, туристичних та інших комерційних послуг.

Сектор транспортних послуг у міжнародній торгівлі

Транспорт — винятково важлива галузь світового господарства. 2006 року 630 млрд дол. або 23,1 % у міжнародній торгівлі послугами припадало на транспортні послуги. Середньорічні темпи приросту обсягу перевезень вантажів на світовому ринку транспортних послуг в останні десять років становили 2,5 %, тобто збільшилися приблизно в 9 разів, тоді як обсяг валового світового продукту зростав у середньому лише на 1–2 %. Процеси економічної інтеграції, що відбуваються у сучасному світі, збільшення обсягів міжнародної торгівлі та бурхливий розвиток туризму сприяють подальшому прогресу транспортної галузі.

Значення транспорту для сучасного світового господарства важко переоцінити. Він являє собою необхідний елемент виробничих процесів і закономірно називається «кровоносною системою» економіки.

Термін «транспортна система», або «транспортні послуги» охоплює всі види вантажного транспорту — як загального, так і спеціального призначення, усі види транспортних засобів, які здійснюють перевезення людей, а також увесь спектр супутніх і допоміжних операцій.

У кожній країні транспортна система має свою національну специфіку, однак узяті разом, вони створюють світову транспортну систему, яка характеризується: нерівномірністю розвитку секторів; великою капіталоемністю своїх об'єктів і в багатьох випадках тривалими термінами окупності інвестицій; надто чутливими показниками фінансової ефективності до загальної економічної кон'юнктури; високим ступенем підприємницького ризику; великою залежністю від інших видів послуг (наприклад, туризму, лізингу, інформаційних комунікацій) тощо.

Міжнародні транспортні перевезення можуть здійснюватися такими видами транспорту: морським, річковим, залізничним, автомобільним, трубопровідним, авіаційним. Кожному з них притаманні характерні тільки йому специфічні особливості.

У цей час велика частина вантажних і пасажирських потоків здійснюється в таких напрямках: Європа — Азія, Азія — Америка, Європа — Африка. При цьому, першому

напряму, який охоплює найпротяжніший простір, останнім часом надається пріоритетне значення. Головне місце на ринку транспортних послуг посідають морські перевезення, на які припадає 80 % усього обсягу вантажообігу в світовій торгівлі. Обсяг міжнародних морських перевезень щорічно зростає.

Загальні обсяги експорту транспортних послуг в останні роки щорічно зростають в абсолютному виразі (з 2003 до 2006 рр. обсяги наданих транспортних послуг зріс на 53 % – з 409 до 630 млрд дол. США), але їх частка в загальному обсязі комерційних послуг в останні 15 років зменшилася приблизно на 15 %. Динаміку світового експорту транспортних послуг представлено

на рис. 3. За такої динаміки у 2010 році світовий експорт транспортних послуг може сягнути 1,1 трлн дол¹⁸.

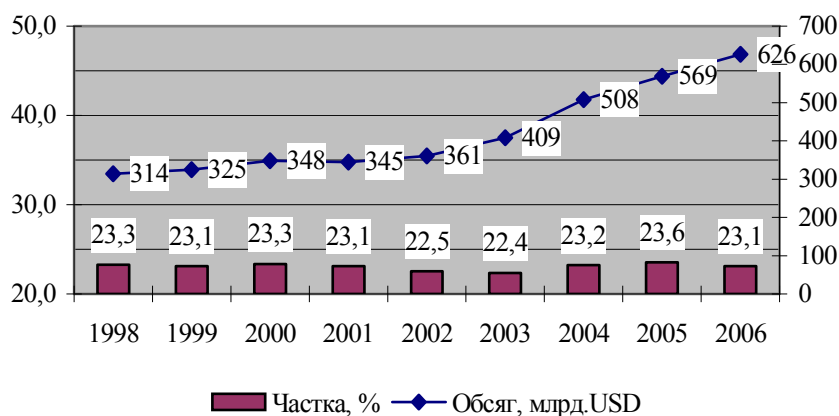


Рис. 3. Світовий експорт транспортних послуг 1998–2006 рр., %

Джерело: побудовано авторами за даними СOT (www.wto.org)

Провідним регіоном у світовій торгівлі транспортними послугами є Європа. Так, на країни ЄС-25 у 2006 році припадало 44,4 % світового експорту та 35,4 % світового імпорту таких послуг. В експорті транспортних послуг переважають економічно розвинуті країни. Варто також зазначити, що серед провідних експорте-

¹⁸ За прогностичними розрахунками авторів.

рів транспортних послуг чимало морських держав (Нідерланди, Данія, Греція, Сінгапур тощо), що можна пояснити важливістю морських перевезень для світової торгівлі насамперед сировинної продукції (частка якої в світовій торгівлі останнім, починаючи з 2005 року, зросла). 2006 року Україна посіла 15 місце серед провідних експортерів транспортних послуг (25 країн ЄС у цій градації посідають першу сходинку) з показником обсягу експорту у 5,4 млрд дол., що становить 0,8 % частки цілого світового ринку. Такими показниками Україна завдячує насамперед газотранспортній системі, що використовується для транзиту природного газу до Європейських країн. Провідні експортери та імпортери за обсягами транспортних перевезень представлені в табл. 5.

Провідними імпортерами транспортних послуг є країни ЄС, США та Японія, на які припадає 53,5 % світового імпорту. В імпорті поступово зростає роль Китаю та Індії, економіки яких динамічно розвиваються та внаслідок цього вимагають потужного транспортного забезпечення.

Взагалі ж, за останні кілька десятиріччів спостерігається сприятлива динаміка зростання основних показників світової транспортної системи. Так, питома вага світового вантажообігу на тонну виробленої продукції збільшилася майже на 1/3, а душевий вантажообіг та кілометрична рухливість населення у 3,5–4 рази.

Аналіз змін, що виникають і прогножуються на міжнародних ринках транспортних послуг, дозволяє зробити висновок про те, що найближчим часом потрібно чекати зростання вантажних і пасажирських перевезень, підвищення їх економічної ефективності. Вдосконалення матеріально-технічної бази і використання нових інформаційно-комунікаційних технологій, у свою чергу, також значно вплинуть на його економічні показники, підвищать якість обслуговування і безпеку руху. Зрозуміло, що характер і темпи змін будуть різними в різних варіантах загально-економічного розвитку окремих регіонів та країн.

Сам же світовий транспортний ринок буде, в основному, визначатися взаємодією і подальшим розвитком трьох сучасних головних центрів: Північна Америка на чолі з США; ЄС і Азіатсько-Тихоокеанський регіон з Японією, Південною Кореєю, Китаєм і рядом інших країн. Так, у

США вантажообіг усіх видів транспорту в порівнянні з 1995 р. найвірогідніше збільшиться до 2015 р. приблизно в 1,4 разу, у Німеччині і Японії — відповідно в 1,16 і 1,4 разу (табл. 6).

Таблиця 5

Провідні експортери та імпортери транспортних послуг у 2006 році

Експортери		Обсяги, млрд дол. США	Частка, %		Зміни, % 2000– 2006	Імпортери		Обсяги, млрд дол. США	Частка, %		Зміни, % 2000– 2006
			2000	2006					2000	2006	
1	ЄС-25	280,5	42,2	44,4	11	1	ЄС-25	266,2	35,2	35,4	10
2	США	70,3	14,5	11,1	6	2	США	92,9	15,7	12,4	6
3	Японія	37,6	7,3	6,0	7	3	Японія	42,8	8,0	5,7	4
4	Південна Корея	25,9	3,9	4,1	11	4	Китай	34,4	2,5	4,6	22
5	Гонконг, Китай	22,3	3,7	3,5	10	5	Індія	25,1	2,1	3,3	19
6	Китай	21,0	1,1	3,3	34	6	Південна Корея	23,4	2,6	3,1	13
7	Сінгапур	19,4	3,4	3,1	9	7	Сінгапур	22,1	3,1	2,9	10
8	Норвегія	15,2	2,8	2,4	8	8	Канада	16,9	2,2	2,3	10
9	Канада	10,7	2,2	1,7	6	9	Таїланд	15,9	1,6	2,1	15
10	Російська Федерація	10,1	1,0	1,6	19	10	ОАЕ	11,6	1,1	1,5	–
Усього 10 країн		513,0	82,1	81,2	–	Усього 10 країн		551,3	74,1	73,3	–

Джерело: складено авторами на основі даних СОТ

Таблиця 6

Динаміка зміни показників вантажообігу транспортних систем окремих країн (млрд ткм)¹⁹

Країна	Фактичні дані				Прогноз
	1980	1990	1995	2000	2015
США	8568,0	11 090,0	12 400,0	13 700,0	17 360,0
Японія	1124,2	1438,4	1635,0	1850,0	2300,0
Німеччина	891,3	1208,0	1279,0	1250,0	1485,0

Необхідно також зазначити, що в розвитку міжнародної транспортної системи виразно визначилися такі тенденції: зниження тарифів на всі без винятку види перевезень; збільшення обсягів вантажо- і пасажирообігу; посилення взаємозамінності різних видів транспорту; розвиток змішаних (інтермодальних) сполучень; поява і повсюдне використання контейнерних перевезень; підвищення ефективності логістичних систем за рахунок використання новітніх ІК-технологій; стійка роль утручання держави в торгівлю послугами транспорту. Світова транспортна інфраструктура, що являє собою систему глобального масштабу, впливає величезною мірою на збільшення обсягів світової торгівлі та сприяє процесам подальшої інтернаціоналізації і глобалізації міжнародних економічних відносин.

Міжнародна торгівля туристичними послугами

Туризм є не тільки одним з найважливіших економічних, політичних, соціальних і екологічних явищ ХХІ століття, а й одним з найбільш динамічних секторів економіки. Протягом останніх кількох десятиріч років для світової індустрії туризму були характерні темпи зростання, що перевищували вдвічі темпи зростання валового внутрішнього продукту (ВВП). Частка туристичної індустрії у 2006 році дорівнює 27,2 % загального обсягу світової торгівлі

¹⁹ Степанов О. М. Світова торгівля, транспорт і тенденції розвитку портового господарства: Монографія. — Одеса: Астропринт, 2001. — С. 101.

послугами. Динамічний розвиток індустрії туризму оцінюється фахівцями досить оптимістично. Очікується, що сектор туризму зростатиме і в майбутньому завдяки збільшенню чисельності населення, підвищенню рівня життя людей, вдосконаленню та розширенню транспортних систем, збільшенню вільного часу, що є в розпорядженні людей, розвитку електронної торгівлі і телекомунікаційних технологій, а також завдяки іншим чинникам.

Цій сфері притаманні високі темпи розвитку. Так, якщо у 1950 р. туристичні подорожі здійснили 25 млн осіб, то за півстоліття їх кількість збільшилася у 30 разів.

У майбутньому, навіть в умовах час від часу виникаючих політичних, економічних і екологічних криз, що часом виникають, очікується подальше динамічне зростання світового туризму. Згідно з прогнозами, до 2010 р. в інших країнах побуває близько одного мільярда туристів, а до 2020 р. їх вже буде нараховуватися 1,5 мільярда²⁰. За прогнозами фахівців, десятка країн – лідерів виїзного туризму у 2020 році матиме такий вигляд (табл. 7).

Таблиця 7

Країни-лідери виїзного туризму у 2020 році²¹

Країна	Кількість міжнародних подорожей, млн	Частка ринку, %
Німеччина	163,5	10,2
Японія	141,5	8,8
США	123,5	7,7
Китай	100,0	6,2
Велика Британія	96,1	6,0
Франція	37,6	2,3
Нідерланди	35,4	2,2
Канада	31,3	2,0
Росія	30,5	1,9
Італія	29,7	1,9

²⁰ Чудновский А. Д., Жукова М. А. Менеджмент туризма: Учебник. — М.: Финансы и статистика, 2003. — С. 10—11.

²¹ Там само.

Поряд із показниками кількості прибуттів туристів широко використовуються дані про надходження коштів од міжнародного туризму. Надходження статистика ВОТ розуміє як «прибутки країн від споживчих витрат туристів (тобто плата за товари і послуги), що здійснюються ними під час перебування на території якоїсь держави». За прогнозами ВОТ, загальний обсяг надходжень од міжнародного туризму в 2010 році становитиме 1325 млрд дол. США, а глобальний попит на послуги туризму – 8972 млрд дол.²².

Слід враховувати і те, що міжнародний туризм є важливим джерелом валютних надходжень до скарбниці будь-якої держави. Так, для 83 % країн світу туризм є одним з п'яти основних джерел доходів, а для 38 % країн – головним. Також впливає він і на загальний рівень зайнятості населення. Нині на індустрію туризму припадає близько 10 % зайнятих в усьому світі.

Слід відмітити, що нині спостерігається досить швидкий, але надто нерівномірний розвиток світового туризму. Здебільшого світові туристичні потоки формуються і здійснюються між високорозвинутими країнами. Туризм між країнами, що розвиваються, розвинутий слабо. У середньому близько 2/3 міжнародних туристичних подорожей припадає на розвинуті країни і близько 1/3 – на країни, що розвиваються.

За статистичною методикою ВОТ, держави – члени ВОТ поділені відповідно до географічних ознак на шість регіонів: Азіатсько-Тихоокеанський, Америка, Африка, Близькій Схід, Південна Азія і Європа. За термінологією ВОТ, країнами-постачальниками туристів є високорозвинуті країни: США, Канада, Німеччина, Швеція, Велика Британія, Японія. Країни, що в основному приймають туристів, – Італія, Іспанія, Франція, Португалія, Швейцарія, Австралія, Мексика. Десятку найбільших експортерів та імпортерів світових туристичних послуг наведено у табл. 8.

Для багатьох країн міжнародний туризм став вельми прибутковою галуззю економіки, а доходи від нього – важливою складовою національних бюджетів. Подорожі та туризм стимулюють розвиток інвестиційних проектів

²² ЮНКТАД «Електронная торговля и туризм» 2000 г., TD/B/COM.3/EM.9/2. Annual Report of World Travel and Tourism Council, 2005.

з розбудови транспортної та готельно-туристичної інфраструктури (зокрема, аеропортів, шляхів, морських портів, реставрацію історичних пам'яток, музеїв, розвиток природних охоронних зон), що підвищує і якість життя корінного населення, і обслуговування туристів.

Туризм є однією з небагатьох галузей світового господарства, де постійно зростає кількість робочих місць, що у 1,5 разу перевищує цей середньогалузевий показник в інших сферах економічної діяльності. За даними звіту Міжнародної ради з подорожей і туризму (World Travel and Tourism Council)²³, у 2004 р. у сфері подорожей і туризму безпосередньо працювало майже 73,7 млн осіб, або 2,8 % зайнятих у світовому господарстві, а у суміжних з туризмом галузях – ще близько 215 млн осіб (8,1 % працездатного населення планети). За кількістю зайнятих тут лідирують Китай, Індія, США, Індонезія, Японія, Бразилія, Росія, Німеччина, Іспанія і Франція. Очікується, що зайнятість у зазначених сферах світового господарства до 2014 р. сягне 8,6 % працездатного населення Землі²⁴. До 2020 р. кількість туристичних поїздок, за оцінками фахівців СОТ, може зрости порівняно з нинішнім періодом утричі²⁵.

²³ Annual Report of World Travel and Tourism Council, 2005.

²⁴ Світовий туризм іде вгору // Урядовий кур'єр. — 2004. — 24 липня.

²⁵ World Tourism Organization Report. (<http://www.world-tourism.org>)

Таблиця 8

**Провідні експортери та імпортери туристичних послуг
у 2006 році**

Експортери		Обсяги, млрд дол. США	Частка, %		Зміни, % 2000– 2006	Імпортери		Обсяги, млрд дол. США	Частка, %		Зміни, % 2000– 2006
			2006	2000					2006	2006	
1	ЄС-25	312,5	41,1	41,8	8	1	ЄС-25	311,0	43,7	44,9	8
2	США	106,7	20,5	14,3	1	2	США	78,3	15,1	11,3	3
3	Китай	33,9	3,4	4,5	13	3	Японія	37,0	7,2	5,3	2
4	Австралія	17,9	1,9	2,4	12	4	Китай	24,3	3,0	3,5	11
5	Туреччина	16,9	1,6	2,3	14	5	Канада	20,5	2,8	3,0	9
6	Японія	15,9	1,8	2,1	11	6	Російська Федерація	18,8	2,0	2,7	13
7	Канада	14,7	2,3	2,0	5	7	Республіка Корея	18,2	1,6	2,6	17
8	Таїланд	12,4	1,6	1,7	9	8	Гонконг, Китай	14,0	2,8	2,0	2
9	Мексика	12,2	1,7	1,6	7	9	Австралія	11,8	1,4	1,7	11
10	Швейцарія	11,9	1,6	1,6	7	10	Норвегія	11,4	1,0	1,6	16
Усього 10 країн		555,0	77,5	74,3	–	Усього 10 країн		545,3	80,6	78,6	–

Джерело: складено авторами на основі даних СОТ.

В останнє десятиріччя міжнародна торгівля туристичними послугами в абсолютному виразі постійно зростала і в 2006 році цей показник сягнув близько 740 млрд дол., що на 68 % більше за показники 2000 року. Динаміка показників туристичного сектора відображена на рис. 4.

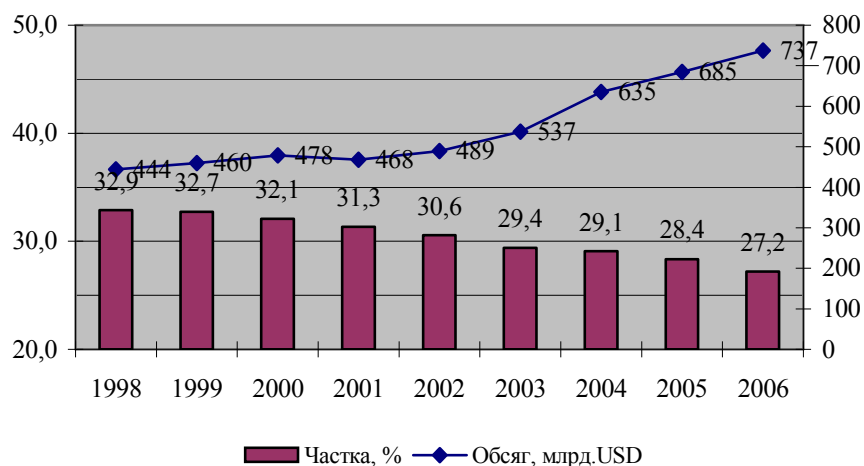


Рис. 4. Обсяг та частка туристичних послуг у структурі комерційних послуг у 1998–2006 рр.

Джерело: побудовано авторами за даними СOT

Слід відзначити деякі аспекти та тенденції розвитку міжнародної торгівлі туристичними послугами. Туризм, будучи сектором, який охоплює широкий спектр видів економічної діяльності, вважається однією з найбільших індустрій у світі, випереджаючи за деякими показниками інші великі галузі економіки. Розширенню туризму сприяють економічні, політичні, екологічні, соціально-демографічні, НТП й інші чинники. Останнім часом, неабияк впливають на структуру і напрям світових туристських потоків ТНК. Очікується, що протягом наступних 20 років масштаби міжнародного туризму збільшаться у три рази.

Серйозні порушення природного балансу негативно позначаються на сфері туризму. Стійка економіка, навпаки, служить надійним гарантом стабільного його розвитку. Ставки транспортних тарифів, політика оподаткування і ціноутворення, фінансова нестабіль-

ність, митні формальності, політична нестабільність і тероризм також значно впливають на індустрію туризму.

Особливу увагу потрібно приділяти статистиці туризму як на міжнародному, так і на національному рівні. Очевидно, що зростання сфери туризму, що не контролюється, маючи за мету швидке отримання прибутку, часто дає негативні наслідки, оскільки завдає збитків навколишньому середовищу і руйнує сам базис, на якому функціонує і успішно розвивається цей сектор.

На сучасному етапі необхідно прогнозувати, а за можливості планувати та враховувати тенденції розвитку туризму на десятиліття уперед. А тому буде доцільно провести подальшу роботу з удосконалення нинішніх методів і методологій визначення статистичних даних та показників у галузі туризму.

У прогнозі розвитку туризму на найближчі 5 років, що був опублікований Єврокомісією, були відзначені такі основні тенденції розвитку світового туризму. Європейські країни стикнуться з жорсткою конкуренцією за доходи від туризму, що викликано перерозподілом туристичних потоків. Це вимагатиме від європейської туристичної індустрії подальшого підвищення якості туристичних послуг та створення нових привабливих видів туристичного продукту. Змінюватиметься тривалість туристичних подорожей у бік більшої кількості, проте менш тривалих поїздок зі зниженням витрат на одну поїздку. Формуватиметься тенденція зростання витрат на споживання якіснішого туристичного продукту. Зросте відносна вага міжконтинентальних подорожей з Європи в Азію, Америку, Австралію, країни Океанії тощо.

Інтеграція європейського туризму в світовий туристичний ринок та ефективний маркетинг сприятимуть зниженню негативного впливу сезонного фактору. В загальній структурі туристичних подорожей найбільш високими темпами будуть зростати подорожі з використанням швидкісних видів транспорту – авіації, швидкісного залізничного сполучення тощо.

Також зберігається тенденція зменшення числа туристів в організованих туристичних групах та збільшення відносної ваги сімейного туризму. Зростатиме попит на гнучкі індивідуальні, сімейні туристичні програми. Розвиток інформаційних технологій сприятиме підвищенню відносної ваги індивідуального бронювання і формування турів та скорочення строків бронювання. Найбільш значна туристична рухливість буде відмічена в двох вікових групах: серед літніх людей та молоді. Найвищими темпами буде розвиватися пізнавальний туризм та туризм з активним відпочинком. Одним з основних мотивів після безпеки подорожі стане екологічний фактор.

У книзі «Туризм і відпочинок 2000 – маршрутами туризму» відомий європейський експерт у галузі туризму Х. В. Опашовський сформулював такі тенденції розвитку міжнародного туризму: індивідуалізація відпочинку; відпочинок та туристичні подорожі в зонах природних ландшафтів, що не зазнали впливу людини, та екологічно чистих регіонів; збалансування співвідношення між потребою у відпочинку та прагненням до активної відпустки; підвищення запитів та елітарності відпочинку й подорожей; підвищення комфортабельності відпочинку та подорожей і наближення рівня комфорту до звичного домашнього затишку; збереження популярності «сонячного» відпочинку з гарантованою погодою, можливістю купання та високим рівнем сервісу в країнах, що не потребують додаткової адаптації; скорочення тривалості відпустки та використання для цілей відпочинку вихідних днів; подорожі зі швидкою переминою місць, вражень та швидка зміна оточення; зростання частки відпусток «на колесах»; відносної ваги клубних подорожей; збільшення частки «миттєвих» подорожей, що прогнозуються «в останню хвилину» тощо.

Якщо туризм кінця минулого століття був відображенням переважно транспортних технологій, то тисячоліття, що настало, визначається чинниками, основними з яких будуть новітні телекомунікаційні технології та електронна торгівля. А це, в свою чергу, приведе до включення в міжнародний туризм нових країн і регіонів світу, а також сприятиме збільшенню його масштабів та диверсифікації набору туристичних послуг.

Інші комерційні послуги

До складу інших комерційних послуг, згідно з класифікацією СОТ входять: комунікаційні послуги, будівельні та інжинірингові послуги, страхові послуги, фінансові послуги, комп'ютерні та інформаційні послуги, роялті та ліцензійні виплати, персональні культурні та рекреаційні послуги, інші ділові послуги. До інших ділових послуг належать професійні послуги (юридичні, бухгалтерські, інженерні, медичні тощо), послуги у сфері розробок, послуги, пов'язані з орендою та нерухомістю, з підприємницькою діяльністю (консультаційні, рекламні тощо).

Експорт інших комерційних послуг зростає надзвичайно високими темпами і досяг 1,3 трлн дол. у 2006 році, подвоївши своє значення порівняно з 2000 роком (рис. 5). 2006 року на експорт ЄС-25 припадало 684 млрд дол. (1 місце, майже половина обсягів), на США – 212 млрд дол. (2 місце, близько 15 %). Інші країни посилюють свої позиції як експортери інших комерційних послуг, поступово збільшуючи свою участь у світовому експорті послуг. Так, 2006 року експорт Індії зріс майже на 40 %, а Російської Федерації – на понад 30 %.

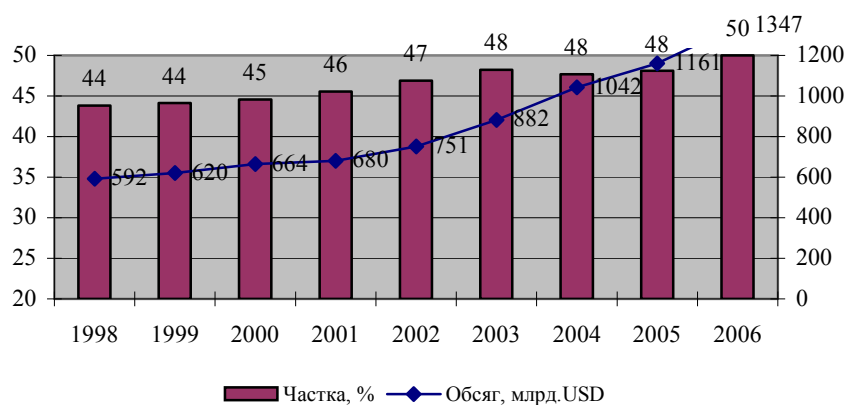


Рис. 5. Обсяг та частка інших комерційних послуг у структурі комерційних послуг в 1998–2006 рр.

Джерело: побудовано авторами за даними СОТ (www.wto.org)

Більше половини експорту (54 %) та імпорту (52 %) припадає на регіон Європи, близько 22 % та 21 %, відповідно, – на Азію, та 19 % і 16 % – на Північну Америку. Серед 15 провідних експортерів інших комерційних послуг – 9 експортерів з Європи, 3 країни та Гонконг (окрема митна територія Китаю) – з Азії та 2 – з Північної Америки.

Якщо проаналізувати динаміку показників провідних експортерів інших комерційних послуг, то звертає на себе увагу велика частка США – 15,4 % від світового експорту (хоча в 2000 році частка країни становила майже 20 %). Спостерігається зниження частки таких країн, як Велика Британія, Японія, Франція, Гонконг, Китай. Тенденцію до зростання власних часток у світовому експорті інших комерційних послуг демонструють такі країни, як Індія, Китай, Німеччина, Італія, Іспанія, Ірландія.

Провідним імпортером інших комерційних послуг є США (обсяг імпорту дорівнює 136,7 млрд дол., частка 11,4 %), другою серед імпортерів є Німеччина. Спостерігається зменшення ваги в світовому імпорті інших комерційних послуг Канади, Південної Кореї і Японії та зростання частки деяких європейських імпортерів (Ірландії, Італії, Франції, Іспанії), а також країн азіатського регіону – Китаю та Індії. Зростання імпорту інших комерційних послуг можна пояснити бурхливим розвитком економік цих країн та потребою у висококваліфікованих професійних послугах. Особливо зріс імпорт фінансових послуг, ділових професійних послуг тощо. В табл. 9 перелічено провідних експортерів та імпортерів інших комерційних послуг.

Таблиця 9

Провідні експортери та імпортери інших комерційних послуг у 2006 році

Експортери		Обсяги, млрд дол. США	Частка, %		Зміни, %	Імпортери		Обсяги, млрд дол. США	Частка, %		Зміни, %
		2006	2000	2006	2000– 2006			2006	2000	2006	2000– 2006
1	ЄС-25	683,7	45,7	49,6	14	1	ЄС-25	579,7	46,8	48,2	12
2	США	211,9	19,5	15,4	9	2	США	136,7	12,2	11,4	10
3	Японія	69,0	5,9	5,0	10	3	Японія	64,2	7,9	5,3	5
4	Індія	58,3	–	4,2	–	4	Китай	41,6	2,0	3,5	22
5	Гонконг, Китай	39,0	3,3	2,8	10	5	Канада	34,3	3,5	2,8	8
6	Китай	36,5	1,5	2,6	24	6	Індія	31,4	–	2,6	–
7	Швейцарія	34,0	2,4	2,5	13	7	Сінгапур	28,4	1,9	2,4	15
8	Канада	32,4	3,1	2,3	8	8	Південна Корея	28,2	2,4	2,3	11
9	Сінгапур	31,0	1,7	2,3	19	9	Російська Федерація	18,7	0,8	1,6	24
10	Південна Корея	19,2	1,4	1,4	13	10	Бразилія	14,8	1,2	1,2	12
Усього 10 країн		1215,0	–	88,1	–	Усього 10 країн		978,0	–	81,3	–

Джерело: складено авторами за даними СОТ

Доцільним є виявлення того, які послуги переважають у структурі інших комерційних послуг як у світовому масштабі, так і за окремими регіонами. Такий підхід дозволить відокремити провідні послуги в експорті певних регіонів та виявити відповідність експортної спеціалізації краю загальносвітовій тенденції. 2005 року інші ділові послуги становили половину світового експорту інших комерційних послуг, фінансові – 14 %, роялті та ліцензії – 11 %, комп'ютерні та інформаційні послуги – 9 %. Структура світового експорту інших комерційних послуг наведена в табл. 10.

Таблиця 10

**Структура світового експорту
інших комерційних послуг у 2005 році**

Види інших комерційних послуг	частка, %
інші ділові послуги (професійні послуги, наприклад, юридичні, бухгалтерські, інженерні, медичні тощо, послуги у сфері розробок, послуги пов'язані з орендою та нерухомістю, з підприємницькою діяльністю, консультаційні, рекламні тощо)	50
фінансові послуги	14
роялті та ліцензійні виплати	11
комп'ютерні та інформаційні послуги	9
комунікаційні послуги	5
будівельні та інжинірингові послуги	4
страхові послуги	4
персональні культурні та рекреаційні послуги	3

Джерело: складено авторами за даними СОТ

Оскільки дані щодо експортної спеціалізації регіонів наявні за 2004 рік, здійснено порівняння такої спеціалізації за регіонами (Європа, Азія, Північна Америка, СНД) із загальносвітовою структурою у 2004 році. На рис. 6 показана структура світового експорту інших комерційних послуг у 2004 році. У цій структурі рівно половину становлять інші ділові послуги

(пов'язані з підприємницькою діяльністю), що є свідченням надзвичайної ваги професійних ділових послуг у сучасній структурі комерційних послуг. Другою за величиною є підгрупа роялті та ліцензійні платежі (14%), оскільки дедалі більшого значення набуває торгівля правами інтелектуальної власності. Іншою вагомою складовою є фінансові послуги (8%), які включають банківські послуги, послуги фінансових посередників тощо. Фінансові послуги втримують своє важливе становище також через функціонування регіональних і глобальних фінансових ринків, особливо це стосується ринків цінних паперів.

Далі йдуть підгрупи послуг, що мають приблизно однакову частку в загальній структурі експорту інших комерційних послуг. Близько 5% належить страховим послугам, оскільки страхування є важливою складовою сучасного бізнесу, розвинута страхова справа сприяє розвитку підприємництва та розв'язанню багатьох соціальних проблем. По 4% припадає на будівельні й інжинірингові послуги та комунікаційні послуги (послуги зв'язку), 3% – це персональні, культурні та рекреаційні послуги.

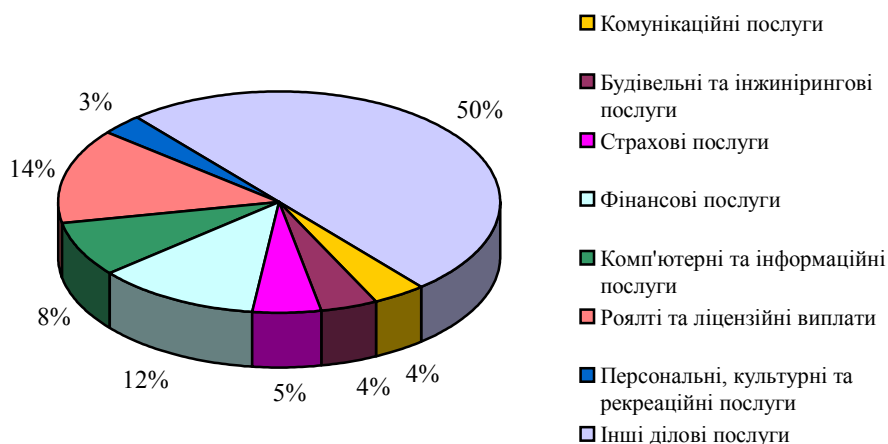


Рис. 6. Структура інших комерційних послуг у світовому експорті в 2004 р., %

Джерело: побудовано авторами за даними СОТ

Структура експорту інших комерційних послуг з Європи (рис. 7) в цілому відповідає загальносвітовій тенденції. Невеликі відмінності полягають у тому, що більшої ваги надається експорту фінансових (15 % проти 12 %) та страхових послуг порівняно із середньосвітовими показниками, що пояснюється розвинутою фінансовою системою регіону та наявністю потужних конкурентно-здатних фінансових компаній. Дещо меншою часткою є роялті та ліцензійні платежі (9 % проти 14 %), проте існує тенденція до зростання саме цієї підгрупи через гармонізацію загальноєвропейських правил із захисту прав інтелектуальної власності.

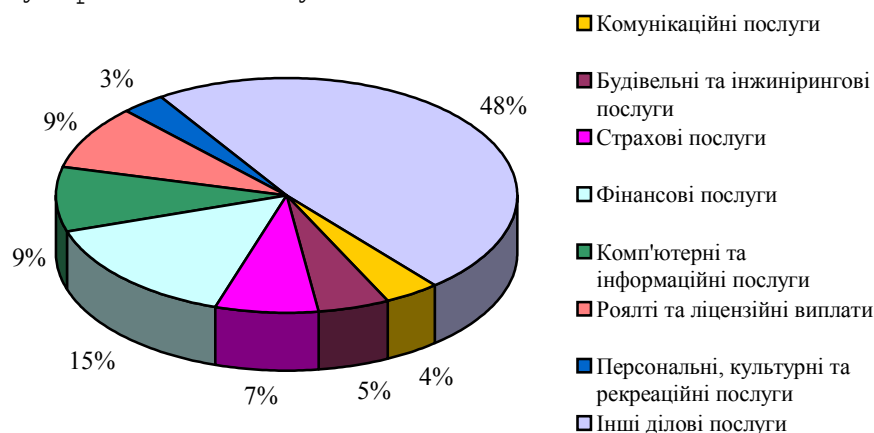


Рис. 7. Структура інших комерційних послуг в експорті Європи в 2004 році, %

Джерело: побудовано авторами за даними СOT

Структура експорту інших комерційних послуг з Азії відображено на рис. 8. Вагомою складовою в загальній структурі експорту є інші ділові послуги (близько 60 %), другою за часткою є комп'ютерні послуги (10 %) – це ті галузі, на яких спеціалізується азійський регіон. Менша частка (якщо порівняти з середньосвітовими показниками) належить фінансовим послугам (10 % проти 15 %), страхові послуги (3 % проти 5 %) та роялті й ліцензійні виплати (9 % проти 14 %). Щодо останньої підгрупи (роялті та ліцензійні виплати), то часто відбуваються суперечки між США та Китаєм про захист прав інтелектуальної власності (наприклад, порушення авто-

рських прав, проблема піратства та промислового шпигунства).

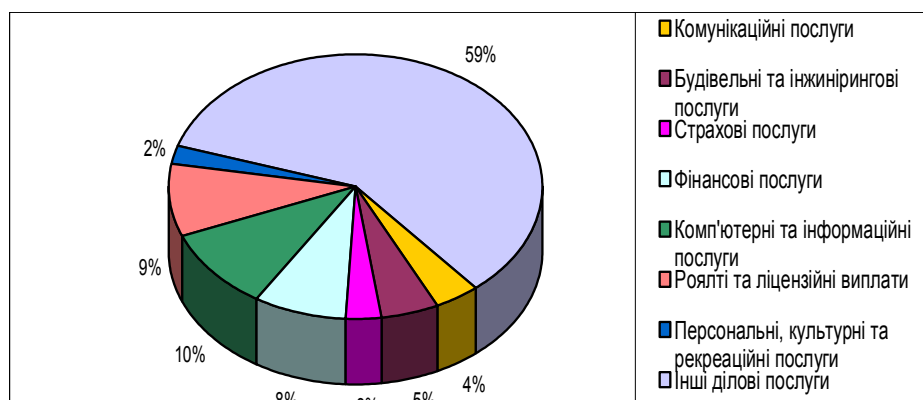


Рис. 8. Структура інших комерційних послуг в експорті Азії в 2004 році, %

Джерело: побудовано авторами за даними СОТ

Структура інших комерційних послуг в експорті Північної Америки досить суттєво відрізняється від середньосвітової структури (рис. 9). Передусім звертає на себе увагу значна частка роялті та ліцензійних платежів (27%), що є свідченням розвинутої торгівлі правами інтелектуальної власності. Комп'ютерні послуги становлять лише 5%, але якщо взяти до уваги той факт, що частина комп'ютерних послуг включена до роялті, то насправді такі послуги є також досить вагомою статтею доходів від експорту. Дещо менша частка належить іншим діловим послугам, проте більша – персональним, культурним та рекреаційним послугам (5% проти 3% середньосвітових).

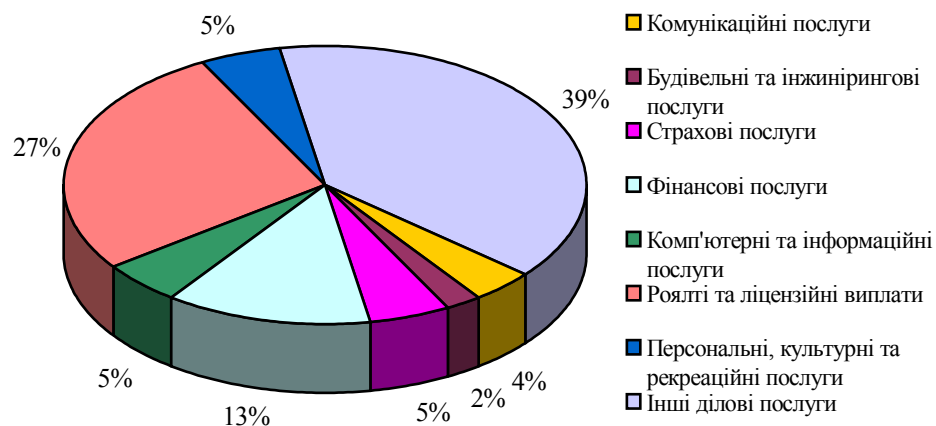


Рис. 9. Структура інших комерційних послуг в експорті Північної Америки в 2004 році, %

Джерело: побудовано авторами за даними СОТ

Склад експорту інших комерційних послуг з країн СНД не відповідає загальносвітовій тенденції та сучасним вимогам (рис. 10). Частка інших ділових послуг становить 55 %. Проте невиправдано великими є частки будівельних та комунікаційних послуг. Частки всіх інших підгруп становлять лише 2–4 %. Регіон має значний потенціал для розвитку сфери послуг (та їх експорту), який може бути реалізований лише за умови поліпшення середовища ведення бізнесу в даних країнах.

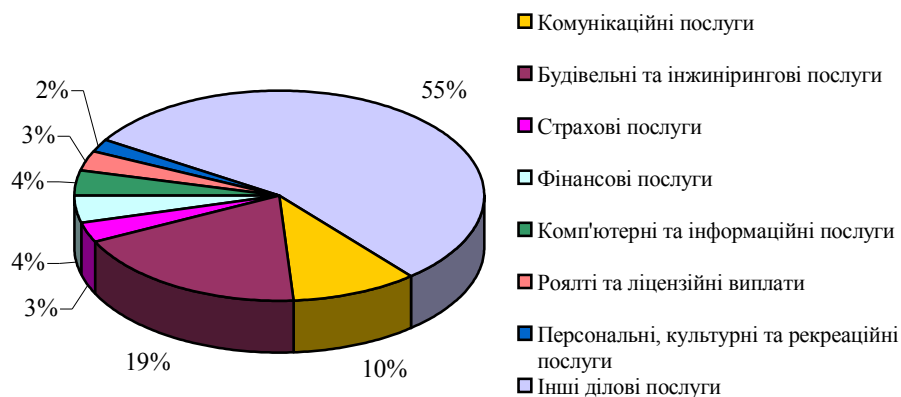


Рис. 10. Структура інших комерційних послуг в експорті СНД в 2004 році, %

Джерело: побудовано авторами за даними СОТ

Останнім часом значною мірою впливають на міжнародну торгівлю, й зокрема торгівлю послугами, не лише процеси глобалізації економіки з політикою лібералізації, зміни в галузі інформаційно-комунікаційних технологій, а й розширення діяльності і впливу ТНК та ТНБ. Вони є рушійною силою інтенсивного розвитку всієї світової економіки, активно змінюють конкурентного середовища та характеру конкурентної боротьби.

Характерною рисою подальшого розвитку світової торгівлі послугами є те, що останнім часом спостерігається збільшення обсягів потоків ПІІ, які здійснюються за допомогою ТНК у цю сферу економіки. На початку 1970-х на частку сектора послуг припадала лише 1/4 сукупного обсягу ПІІ в світі, тоді як 1990 року ця частка складала менше половини, а на сьогодні²⁶ вона досягла понад 5 трлн дол. і дорівнює близько 60 %. Лідерами за обсягами ПІІ у сферу послуг є розвинуті держави – США, Японія та країни ЄС. Але частка ПІІ, що вивезені з країн, які розвиваються, теж збільшується.

Збільшення обсягів потоків ПІІ, які здійснюються за допомогою ТНК у сферу послуг, призводить до під-

²⁶ До початку економічної кризи 2008 р.

вищення якості послуг, що надаються, зниженню їх вартості, появі на ринку послуг, які не надаються місцевими постачальниками, тощо. Глобальне зростання світового ринку послуг висуває якісно нові вимоги до його регулювання на всіх без винятку рівнях — глобальному, наднаціональному, міждержавному, національному та галузевому.

Висновки

Протягом останніх трьох десятиріч обсяги світового експорту послуг збільшилися у більше, ніж 20 разів і продовжують зростати. В умовах глобалізації світової економіки вона набуває динамічного розвитку та стає одним із впливових чинників, од яких залежить її зростання, економіки, підвищення конкурентоспроможності країни на світових ринках, піднесення добробуту населення.

Економічна глобалізація, а також розвиток регіональних інтеграційних процесів дедалі більшою мірою стирають кордони між «внутрішніми» та «закордонними» послугами, стираються межі і в торгівлі ними. На сьогодні світовий ринок послуг як товарний ринок поки що не являє собою органічної системи, він тільки розвивається в напрямі цілісності, перебуває у фазі становлення.

Міжнародна торгівля послугами має низку специфічних рис порівняно з традиційною торгівлею товарами. Вона тісно взаємопов'язана з торгівлею товарами. Ці сектори один на один спонукально впливають (аналіз ринків, маркетингове консультування, транспортування, реклама, передпродажне і післяпродажне обслуговування). Сфера послуг, як правило, більше захищається державою від іноземної конкуренції, ніж сфера матеріального виробництва, більш того, транспорт і зв'язок, фінансові та страхові послуги в багатьох країнах традиційно перебувають у цілковитій або частковій власності держави та суворо контролюються нею, внаслідок цього в міжнародній торгівлі послугами існує більше протекціоністських перешкод і конкурентних бар'єрів, ніж у торгівлі товарами (хоча останнім часом завдяки ГАТС спостерігається значна

лібералізація торгівлі такими послугами). Не всі види послуг на відміну від товарів можуть бути придатні до широкого залучення в міжнародний обмін (це стосується насамперед побутових і комунальних послуг).

У статистиці платіжних балансів світова торгівля комерційними послугами фактично зводиться до двох способів надання послуг – транскордонного та споживання за кордоном. Однак реальний обсяг усієї світової торгівлі послугами набагато більший. Міжнародна статистика не враховує повністю торгівлю послугами між іноземними та національними юридичними і фізичними особами в межах національної території.

Обсяги світової торгівлі товарами та послугами у 2006 році становили понад 14 трлн доларів, з яких понад 80 % – торгівля товарами, майже 20 % – торгівля послугами. Експорт послуг постійно зростає і досяг 2,7 трлн дол. у 2006 році. Міжнародна торгівля послугами подвоюється кожні 7–8 років порівняно з 15 роками, необхідними для аналогічного збільшення обсягу експорту товарів.

На початку нового тисячоліття сфера послуг набуває розвитку у всіх регіонах світу. Це стосується також країн, що розвиваються, й найменш розвинутих країн. Їх роль у міжнародній торгівлі послугами зростає як щодо експорту, так і імпорту. Але найбільшу роль у цьому секторі світової економіки продовжують відігравати країни Тріади.

На десять країн світу припадає більше половини обсягів світового експорту та імпорту комерційних послуг. Основні позиції в рейтингу належать високорозвинутим країнам світу (насамперед США, Великій Британії, Німеччині, Японії, Франції), але в десятці представлено і країни, що розвиваються, – Китай та Індія. Частка та роль цих країн в експорті послуг на міжнародні ринки щорічно зростає. Позиції Російської Федерації та України в експорті послуг – 25 та 42 місця відповідно, а в імпорті – 18 та 47. Обидві країни мають значний потенціал для подальшого його розвитку (зокрема в секторах транспортних, туристичних, професійних, комп'ютерних, послуг аутсорсінгу тощо).

2006 року видова структура експорту комерційних послуг була такою: інші комерційні послуги становили 49,7 %, частка транспортних і туристичних послуг, відповідно, становила 23,1 і 27,2 %. Специалізація країни на тому чи іншому виді послуг безпосередньо пов'язана з рівнем її економічного розвитку та географічним розташуванням. У високорозвинутих країнах частка послуг збільшується внаслідок зростання продуктивності праці та скорочення зайнятості в промисловості, сільському господарстві, будівництві, а також за рахунок пропозиції нових послуг. Для цих країн притаманним є експорт фінансових, інформаційних і ділових послуг. Для країн що розвиваються, основними видами експорту послуг є транспортні, туристичні та фінансові (офшорні).

Література

1. Білорус О. Г., Лук'яненко Д. Г. та ін. Глобалізація і безпека розвитку: Монографія. – К.: КНЕУ, 2001. – 733 с.
2. Большой экономический словарь / Под ред. А. Н. Азрили-яна. – М.: Институт новой экономики, 1999. – 1012 с.
3. Киреев А. П. Международная экономика: В 2-х ч. – М.: Международная экономика, 2000. – 263 с.
4. Котилко В. В., Морозова Л. С., Орлова Д. В., Шеменева О. В. Сфера услуг и проблемы занятости населения. – М.: МГУ сервис, 2001. – С. 98.
5. Котлер Ф. Основы маркетинга. Перевод с английского В. Б. Боброва. – М.: Прогресс, 1990. – 734 с.
6. Макконнелл Кемпбелл Р., Брю Стенли Л. Экономика: принципы, проблемы и политика: В 2 т.: Пер. с англ. 11-го изд. Т. 2. – М.: Республика, 1998. – 400 с.
7. Рум'янцев А. П., Коваленко Ю. О. Міжнародна торгівля послугами: Навч. посіб.; 2-ге вид., перероб. та доп. – К.: Центр навчальної літератури, 2003. – 112 с.
8. Світовий туризм іде вгору // Урядовий кур'єр. – 2004. – 24 липня.

9. Степанов О. М. Світова торгівля, транспорт і тенденції розвитку портового господарства: Монографія. – Одеса: Астропринт, 2001. – 124 с.
10. Ткаченко Л. В. Маркетинг послуг: Підручник. – К.: Центр навчальної літератури, 2003. – 192 с.
11. Чудновский А. Д., Жукова М. А. Менеджмент туризма: Учебник.– М.: Финансы и статистика, 2003. – 288 с.
12. ЮНКТАД «Электронная торговля и туризм» 2000 г., TD/B/COM. 3/EM. 9/2.
13. Annual Report of World Travel and Tourism Council, 2005.
14. Hill T. P, On goods and services // Review of Income and Wealth. V. 23 (December 1977), с. 315 – 338.
15. International Trade Statistics 2007 – <http://www.wto.org>
16. The Results of the Uruguay Round of Multilateral Trade Negotiations. The Legal Texts. WTO. Cambridge University Press. 2002. p. 286
17. World Tourism Organization Report. (<http://www.world-tourism.org>)
18. WTO Annual Report 2007 – <http://www.wto.org>

Стаття надійшла до редакції 19.06.2008