

УДК 658.8

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТА МЕХАНІЗМИ РЕГУЛЮВАННЯ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ ПОСЛУГАМИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

ЛЯШКО І.І.,**кандидат наук з державного****управління, доцент,****ЄРЕМЕНКО О.М.,****кандидат економічних наук, доцент,****Донецький державний університет****управління**

У статті розглянуто особливості міжнародної торгівлі послугами; проаналізовано ключові фактори зростання міжнародної торгівлі послугами; досліджено стан експорту і імпорту послуг; визначено механізми регулювання торгівлі послугами в умовах глобалізаційних тенденцій.

Ключові слова: послуги; міжнародна торгівля; тенденції розвитку; механізми регулювання.

В статье рассмотрены особенности международной торговли услугами; проанализированы ключевые факторы роста международной торговли услугами; исследовано состояние экспорта и импорта услуг; определены механизмы регулирования торговли услугами в условиях глобализационных тенденций.

Ключевые слова: услуги; международная торговля; тенденции развития; механизмы регулирования.

The article describes the features of international trade in services. Analyzed the key factors of growth of international traders in services. The state of export and import services. Defined mechanisms for regulating trade in services in terms of globalization trends.

Keywords: services; international trade; development trends; regulatory mechanisms.

Постановка проблеми. Сьогодні глобалізація сприяє прискореному розвитку продуктивних сил, науково-технічному прогресу, зростанню інтенсивності у взаємовідносинах між економіками країн.

Світова економіка стає єдиним ринком і виробничою зоною з національними та регіональними секторами, а не простою сукупністю національних економік, що розгортають взаємне економічне співробітництво.

Ринок послуг значною мірою є динамізатором світового виробництва, науково-технічного прогресу та всієї системи міжнародних відносин, які формуються під впливом сучасних інформаційно-технологічних та глобалізаційних тенденцій. В результаті міжнародна торгівля послугами розвивається більш швидкими темпами, ніж зовнішня торгівля загалом, під впливом розвитку комп'ютеризації, інформаційних технологій, лібералізації

ринку фінансових і страхових послуг тощо, що потребує постійного моніторингу світового ринку послуг [1, с. 41–47].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Особливості становлення та розвитку світового ринку послуг досліджують у своїх наукових працях такі вчені, як Газман В., Горемикін В., Козик В., Панкова Л., Мазаракі А., Заблоцька Р. та інші.

Питання регулювання процесів міжнародної торгівлі послугами, тенденцій її розвитку в умовах глобалізації, аналізу динаміки міжнародної торгівлі послугами знайшли висвітлення у працях Воронова Є., Дяченко А., Левади А., Осики С., Чуприни О., Стрекаль О. та багато інших.

Мета статті. Мета статті полягає у визначенні основних тенденцій і механізмів регулювання процесів міжнародної торгівлі послугами у сучасних умовах глобалізації і інтернаціоналізації ринків.

Вклад основного матеріалу дослідження. Послуги можуть бути і самостійним об'єктом торгівлі, і супроводом товару, що продається. Ключовим фактором зростання міжнародної торгівлі послугами, їх диверсифікації стали поширення інформаційних технологій і попит на продукти комп'ютерного виробництва та взагалі на послуги, які не прив'язані до матеріальних носіїв тощо.

Міжнародна природа послуги проявляється або в безпосередньо міжнародному її характері, або в різноманітних економічних наслідках певної комерційної акції, які можуть бути пов'язані з виникненням різного роду зобов'язань або перспектив щодо подальшого співробітництва мультинаціональних контрагентів.

Надання послуг є найбільш динамічною статтею зовнішньої торгівлі. Дедалі більша кількість видів послуг стає ринковим товаром і реєструється на рахунках поточних операцій платіжного балансу країни.

Експорт послуг складає приблизно 1,5 трлн. дол. США або понад 20 % всієї світової торгівлі. При цьому торгівля комерційними послугами постійно зростає. Зростання торгівлі послугами обумовлене наступними факторами:

- відбуваються революційно технічні зміни;
- підвищуються темпи розвитку технологічних програм в галузі телекомунікації та інформації;
- збільшується попит на фінансові, страхові, банківські послуги.

Близько 75 % обсягу послуг екпортується розвинутими країнами, 24 % – країнами, що розвиваються та країнами з перехідною економікою і 1 % – міжнародними організаціями.

Якщо розглянути більш детально торгівлю послугами за країнами, то можна виокремити явних лідерів [2].

Стосовно експорту послуг у США торгівля сфокусована більшою мірою на бізнес-послугах, туризмі, та некласифікованих послугах.

У Великій Британії спостерігається загальна тенденція спаду торгівлі послугами і переважає експорт бізнес-послуг та некласифікованих послуг.

Німеччина теж знижує обсяги експорту послуг, в якому домінують транспорт, некласифіковані послуги, а також бізнес-послуги.

У Китаї спостерігається постійно зростаючий обсяг експорту послуг.

Обсяг експорту послуг Франції на даному етапі зменшується, найбільша питома вага належить туристичним та некласифікованим послугам.

У Японії сума всіх експортних послуг залишається майже сталою. Більшість з них це не класифіковані та бізнес послуги.

Іспанія має тенденцію до спаду обсягів експорту послуг. Більшість припадає на туризм.

Індія намагається відновити та випередити свої досягнення у минулі роки. Здебільшого це комп'ютерні та інформаційні послуги.

Отже, можна простежити загальну тенденцію спаду обсягів експорту провідних експортерів послуг на світовому ринку через певні ураження секторів світовою кризою.

Стосовно імпорту послуг, лідируюча позиція знову належить США, які імпортують здебільшого некласифіковані, транспортні та туристичні послуги.

У Німеччині в імпорті переважають туристичні та некласифіковані послуги.

Китай збільшує поступово обсяг імпорту послуг. Питома вага належить некласифікованим, туристичним та транспортним послугам.

Велика Британія значно зменшила обсяги імпорту послуг і більшість припадає на бізнес-послуги та некласифіковані послуги.

У Японії після відчутного спаду у минулі роки спостерігається зріст імпорту послуг. Основну питому вагу складають транспортні та некласифіковані послуги.

Кількість імпортованих послуг Італії поступово знижується. Здебільшого імпортуються бізнес-послуги та некласифіковані послуги.

Країни, що розвиваються, на ринку послуг пропонують послуги з тих секторів, у яких є потенціал експортної торгівлі. Наприклад, фінансові, телекомунікаційні, будівельні, медичні й інші сектори. Велика кількість цих країн значною мірою залежить від імпорту послуг, від лібералізації якого отримують переваги. Їхній імпорт послуг постійно зростає, оскільки продуктивність промисловості тісно пов'язана з допустимими і недорогими фінансовими та інформаційними послугами.

Підприємства в пошуках іноземних ринків мають витратити значно більше, ніж раніше на маркетингові та наукові дослідження, рекламу тощо.

На сьогодні десятку країн-лідерів у сфері комерційних послуг очолюють країни Європейського Союзу та США, що разом займають понад 70% світових обсягів експорту та імпорту.

У сфері комунікаційних послуг до них приєднуються такі експортери як Кувейт та Індія, та імпортери – Канада, Росія та Китай; у сфері будівельних послуг – Японія, Китай та Росія; страхових послуг – Канада, Мексика та Швейцарія; фінансових послуг – Швейцарія, Японія, Китай; приватних, культурних та рекреаційних – Канада, Туреччина, Індія; комп'ютерних та інформаційних – Індія, Китай та Японія; роялті та ліцензійних послуг – Японія, Швейцарія та Канада; у сфері інших бізнес-послуг – Китай, Японія та Корея [3].

Перетворення послуг в складовий елемент внутрішньо виробничої міжнародної діяльності поставило на порядок денний питання про необхідність

регулювання ринку послуг на міжнародному, регіональному та галузевому рівнях.

Основу міжнародного механізму регулювання послуг має забезпечувати дієвість наступних принципів:

- забезпечення рівних конкурентних можливостей для всіх країн, вільне входження в ринок, зняття істотних обмежень і бар'єрів у вигляді тарифів, мит, податків, демпінгу;

- режим найбільшого сприяння, що дозволяє країнам безперешкодно брати участь у світовому ринку послуг, надання певної підтримки з боку держави суб'єктам ринку, заохочення експорту і імпорту послуг;

- специфічне та диференційоване ставлення до країн, що розвиваються, в частині зняття обмежень на надання сучасних послуг, особливо технологічних, розширення можливостей цих країн щодо участі в якості експортерів і імпортерів на ринках послуг, надання окремим країнам з найменш розвинутою економікою допомоги у використанні технологій, придбанні патентів і ліцензій, розвитку туристичних послуг, консалтингу і інжинірингу.

Суттєву роль відіграють двосторонні угоди як галузеві так і торгово-економічні, в яких розглядаються окремі аспекти торгівлі послугами і капіталовкладень у цю сферу.

Іншою формою є багатостороннє регулювання торгівлі послугами в рамках міжнародних організацій. Підготовкою угод з цих питань займаються спеціалізовані міжурядові організації, наприклад ІКАО (Організація міжнародної цивільної авіації), ІМО (Міжнародна морська організація), ВОТ (Всесвітня організація з туризму) та ін.

Усе більш важливе місце питанням регулювання ринку послуг відводиться у роботі такої найвідомішої організації, як ООН і спеціалізованих структурних підрозділів, що входять до її складу, таких як ЕКОСОП (Економічна і соціальна рада), ЮНКТАД (Конференція ООН з торгівлі і розвитку), ЮНСІТРАЛ (Комісія ООН з прав Міжнародної торгівлі) та ін. [4, с. 117-121].

Важливий внесок у регулювання вищезгаданої сфери вносять також Міжнародна торгова палата, Міжнародний валютний фонд, Група Світового банку та велика кількість інших організацій. Однак найбільш потужною і широкою за системою глобального регулювання торгівлі послугами є ГАТС/СОТ (Генеральна угода з торгівлі послугами в рамках Світової організації торгівлі).

Глобальний рівень регулювання міжнародної торгівлі послугами містить широкий спектр принципів, правил, міжнародних договорів та угод, що розробляються різноманітними міжнародними організаціями [1, с. 43-45]:

Багатосторонні відносини на ринку послуг регулюються угодами в межах міжнародних організацій ГАТТ/СОТ, ЮНКТАД та спеціалізованих міжурядових організацій, таких як ІКАО, ВТО та інших.

В основному тексті ГАТС зафіксовано концепції, принципи та правила, що загалом стосуються торгівлі послугами. У додатках до угоди сформульовані принципи і правила, що стосуються певних видів послуг.

Генеральна угода з торгівлі послугами поширюється на послуги, що надаються на комерційних засадах як компаніями приватного сектору

економіки, так і фірмами, що перебувають у власності урядів або контролюються ними.

Право на надання послуг виникає на підставі сертифікатів, ліцензій та інших документів. ГАТС заохочує країн-учасниць укладати двосторонні та багатосторонні угоди щодо взаємного визнання кваліфікацій, необхідних для отримання документів, що підтверджують право на надання послуг. Такі системи взаємного визнання слід тримати відкритими для приєднання до них інших країн-учасниць, якщо вони доведуть, що їхні національні стандарти і вимоги відповідають міжнародним. Захист національного надавача послуг відбувається не за допомогою заходів, що вживаються на кордоні, а в результаті законодавчого регулювання іноземних прямих інвестицій.

Головними завданнями СОТ є: лібералізація міжнародної торгівлі шляхом її регулювання переважними тарифними методами при послідовному скороченні рівня імпортного мита, усуненні кількісних та інших нетарифних бар'єрів у торгівлі, а також підтримка справедливої конкуренції в національному та міжнародному економічному просторі.

Принцип національного режиму повинен надаватися країнами у результаті переговорів з іншими країнами-партнерами, при цьому мають визначатися сектори, підсектори, умови і кваліфікаційні вимоги для застосування зазначеного принципу.

Відповідно до угоди насамперед слід лібералізувати доступ до ринків послуг надавачам з країн, що розвиваються. Цим країнам дозволяється жорсткіше застосовувати протекціонізм національної індустрії послуг, зокрема, допускати іноземних конкурентів у меншу кількість секторів, лібералізувати менше типів угод, а також вимагати від іноземних інвесторів утворювати спільні підприємства з національними надавачами послуг і надавати національним компаніям доступ до інформації іноземних компаній та їх каналів збуту.

У ГАТС містяться положення, що регулюють вийнятки із загальних правил цієї угоди (у зв'язку з економічною інтеграцією, платіжним балансом, інтеграцією ринку праці, етикою, охороною здоров'я людини, охороною навколишнього середовища, безпекою держав).

Обмеження у наданні доступу до ринку або у дотриманні принципу національного режиму поділяються на горизонтальні, тобто такі, що стосуються всього комплексу послуг, і специфічні, які охоплюють відповідний сектор або вид послуг.

Практично всі обмеження так званих горизонтальних зобов'язань стосуються послуг, для надання яких необхідна комерційна присутність у країні-імпортері, а також пересування фізичних осіб.

Економічно розвинені країни мають небагато горизонтальних обмежень щодо комерційної присутності іноземних постачальників послуг.

Горизонтальні зобов'язання у зв'язку з рухом фізичних осіб стосуються переважно внутрішніх пересувань у компаніях – менеджерів і технічних працівників, а також нетривалих візитів ділових відвідувачів.

Країни, що розвиваються, виступають за те, щоб незалежні професіонали могли працювати за кордоном без утворення ними компанії або іншої форми

комерційної присутності. Не всі економічно розвинені країни погоджуються з такою точкою зору.

Отже, взяті країнами зобов'язання слід розглядати як перший крок у напрямі лібералізації міжнародної торгівлі послугами. Розвиток ефективної індустрії послуг є пріоритетним для багатьох країн. Третинний сектор відставав у своєму розвитку від вторинного сектору економіки країн, що розвиваються. Ці країни надалі можуть скористатися вигодами від співпраці з іноземними постачальниками послуг.

Лібералізаційні заходи сприяють зростанню торгівлі послугами між країнами, що розвиваються. Спільні підприємства, утворені юридичними або фізичними особами цих країн, можуть успішно конкурувати з фірмами економічно розвинених країн, особливо у наданні послуг країнам, що розвиваються [5, с. 127-132].

Висновки та перспективи подальших досліджень. Вагомою складовою міжнародних торговельних відносин, що останнім часом набуває все більшого значення, виступає світовий ринок послуг. Це зумовлено, по-перше, бурхливим розвитком сфери послуг у економічно-розвинутих країнах світу. Тут частка сфери послуг у ВВП досягає 70% і більше.

По-друге, прискорене зростання міжнародної торгівлі послугами зумовлене інтенсифікацією інтеграційних та глобалізаційних процесів у світовому господарстві.

По-третє, необхідно відмітити надзвичайно широку диверсифікацію послуг на міжнародному рівні, які все більше впливають на розвиток всіх галузей і сфер національного та інтернаціонального виробництва.

Наслідком зазначених чинників стало стрімке зростання темпів торгівлі послугами на світовому ринку. Зараз на них припадає більше п'ятої частини світових експортно-імпортних операцій. Все це викликає не тільки науковий і практичний інтерес до проблем розвитку світового ринку послуг, але передбачає розв'язання питань з раціонального використання його переваг країнами світу.

Розширення міжнародної торгівлі послугами та диверсифікація світового ринку послуг посилюють потребу розвивати відповідні механізми регулювання та сприяти їх адаптації до сучасної специфіки цієї сфери міжнародної економічної діяльності шляхом розробки заходів на різних рівнях як зусиллями окремих урядів, так і в міжнародному масштабі.

Література:

1. Костина К.В. Система регулювання торгівлі послугами на глобальному рівні / К.В. Костина // Зовнішня торгівля: право та економіка. – 2009. – №1. – С. 41 -47.
2. Статистичні дані про обсяги зовнішньої торгівлі. Офіційний сайт Eurostats / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/>
3. Стрекаль О.В. Країни Західної Європи та проблеми європейської інтеграції / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.niss.gov.ua.
4. Передрій О. Міжнародні економічні відносини: Навчальний посібник / Олександр Передрій; М-во освіти і науки України, Закарпатський держ. ун-т. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 273 с.

5. Савельєв Є. Міжнародна економіка: теорія міжнародної торгівлі і фінансів: Підручник для магістрантів з міжнарод. економіки і держ. служби / Євген Савельєв; За ред. Олександра Устенка. – Тернопіль: Економічна думка, 2002. – 495 с.

Today globalization is accelerating the development of productive forces, scientific and technological progress, the growth rate in the relationship between the economies of the countries.

Services market is largely accelerator world production, scientific and technological progress and system of international relations, which are formed under the influence of modern information technology and globalization trends. As a result, international trade in services growing faster than foreign trade as a whole, under the influence of the development of computerization and information technologies, market liberalization, financial and insurance services, etc., which requires constant monitoring of the global market of services.

Consequently, the growth of trade in services is due to the following factors:

there are revolutionary technical change;

increased pace of technological development programs in Telecommunications and Information;

increasing demand for Financial, insurance and banking services.

About 75 % of services are exported to developed countries, 24 % – developing and transition countries і 1 % of the international organizations.

There is a general trend of decline in exports of the leading exporters of services in the global market through certain sectors of the defeat by the global crisis.

Transformation services component in the production of international activity has put on the agenda the need for the services of market regulation at the international, regional and sectoral levels.

The basis of an international mechanism regulating services should ensure the effectiveness of the following principles:

ensuring equal competitive opportunities for all countries free entry into the market, the removal of significant limitations and barriers in the form of tariffs, duties, taxes dumping;

most favored nation treatment, which allows countries to freely participate in the global market of services, provision of certain support from the state of the market actors, the promotion of exports and imports of services;

specific and differential treatment for countries that develop in the part of the lifting of restrictions on the provision of advanced services, especially technology; empower these countries to participate as exporters and importers in the market; provision of individual countries with less developed economies in the use of technology, the acquisition of patents and licenses, development of tourist services, consulting and engineering.

Global level regulation of international trade in services includes a wide range of principles, regulations, international treaties and agreements developed by various international organizations.

The essential role played by bilateral agreements, as industry, trade and economic, which address certain aspects of trade in services and investment in this

area. Another form is the multilateral regulation of trade in services within international organizations. All the more important issues of market regulation services is given in the work of such well-known organizations such as the UN and the specialized structural units, included in its composition.

УДК:005:001.8(075.8)

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ КРЕАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

ШВЕЦЬ Г.О.,
кандидат філологічних наук, доцент
ДВНЗ «Приазовський державний
технічний університет»

У статті розглянуто підходи щодо визначення поняття «креативний менеджмент»; визначено суб'єктів креативного менеджменту; зазначено принципи креативного менеджменту; наведено передумови формування креативного менеджменту; представлено систему креативного менеджменту та коефіцієнти, які її характеризують.

Ключові слова: креативність; менеджмент; принципи; суб'єкт; система; коефіцієнти.

В статье рассмотрены подходы к определению понятия «креативный менеджмент»; определены субъекты креативного менеджмента; указаны принципы креативного менеджмента; приведены предпосылки формирования креативного менеджмента; представлена система креативного менеджмента и коэффициенты, которые ее характеризуют.

Ключевые слова: креативность; менеджмент; принцип; субъекты; система; коэффициенты.

The article describes the approaches to the definition of «creative management»; identifies the subjects of creative management; indicates the principles of creative management; shows prerequisites for the formation of creative management; presents the system of creative management and its characterizing coefficients.

Keywords: creativity; management principles; agents; system; coefficients.

Постановка проблеми. Сучасний соціально-економічний устрій багатьох країн світу вимагає від керівництва впроваджувати інноваційні, креативні методи управління. Формування моделі креативного менеджменту на сучасних підприємствах є невід'ємним чинником забезпечення та підвищення їх конкурентоспроможності. Однак, сьогодні не існує єдиного розуміння особливостей креативного менеджменту ні серед керівників підприємств, ні серед науковців.