

РОЗВИТОК СВІТОВОГО РИНКУ КОМЕРЦІЙНИХ ПОСЛУГ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

О.О. ШКОЛЬНИЙ, доктор економічних наук

У статті розглянуто проблеми розвитку ринку комерційних послуг в контексті світогосподарських зв'язків та сформульовано пропозиції щодо посилення ролі України на світовому ринку.

Інтенсивність розвитку зовнішньоекономічних відносин значною мірою визначається масштабами міжнародної торгівлі товарами. Динаміку фізичного обсягу зовнішньої торгівлі відображають дані про просування товарів через кордон та зміну їх вартості. Поряд з цим, в умовах глобалізації зростає значення міжнародної торгівлі послугами.

Зміни глобальної кон'юнктури вимагають пошуку сприятливих підприємницьких можливостей в умовах міжнародного ринку послуг. Це зумовлює необхідність наукових досліджень світового ринку послуг та пошуку шляхів посилення економічної ролі України.

Проблемам розвитку глобального ринку присвятили свої наукові праці Ю. Коваленко, Г. Коваль, А. Мельник, А. Олефір, А. Рум'янцев, О. Степанов, В. Тіпанов, А. Філіпенко та ін. Однак потребують вивчення питання зміни кон'юнктури глобального ринку інноваційних послуг в сучасних умовах. Метою статті є вивчення проблем розвитку глобальних комерційних послуг в контексті інтенсифікації світогосподарських зв'язків та розробка пропозицій щодо посилення ролі України на світовому ринку.

Методика досліджень. При написанні статті використано аналіз та синтез як методи досліджень, а також абстрактно-логічний метод. Джерелами даних були матеріали Світової організації торгівлі.

Результати досліджень. Розвиток ринку послуг є невід'ємною частиною світового ринку, що впливає на кон'юнктуру останнього. Поряд з цим, статистика комерційних послуг – це відносно нове явище, оскільки вичерпні дані щодо обсягів зовнішньоекономічної діяльності у сфері послуг упродовж попереднього сторіччя відсутні [3]. Слід зазначити, що вартість послуг некомерційних установ та організацій (державне управління, безплатні системи освіти, охорони здоров'я та оборони і підтримки правопорядку та ін.) може бути оцінена за фактичними видатками.

Різноманітність та багатогранність сфери послуг вимагає їх чіткої класифікації та вартісної оцінки. Генеральною угодою з торгівлі послугами виділено такі групи послуг [7, 8]:

1. Виробничі послуги щодо фізичних ресурсів, які знаходяться у власності інших осіб.

2. Послуги технічного обслуговування та ремонту, не віднесені до інших категорій.

3. Транспорт.

4. Подорожі.

5. Будівництво.

6. Послуги страхування та пенсійного забезпечення.

7. Фінансові послуги.

8. Плата за використання інтелектуальної власності, не віднесена до інших категорій.

9. Телекомунікаційні, комп'ютерні та інформаційні послуги.

10. Інші ділові послуги.

11. Послуги приватним особам та послуги в сфері культури та відпочинку.

12. Державні товари та послуги, не віднесені до інших категорій.

Послуги уособлюються з нематеріальними продуктами, які є результатами підприємницької діяльності, сприяють задоволенню потреб суб'єктів світового ринку і мають споживчі цінності. Всі послуги можна умовно поділити на комерційна та некомерційні. Особливістю комерційних послуг є їхнє надання на комерційній основі. У 2011 р. серед комерційних послуг найбільші темпи росту були притаманні для подорожей (табл. 1).

1. Темпи росту світового експорту комерційних послуг (процентна зміна в середньому за рік) [11]

Період, рік	Транспортні послуги	Подорожі	Інші комерційні послуги
1990 – 1995 рр.	6	9	10
1995 – 2000 рр.	3	4	7
2000 – 2005 рр.	11	8	13
2005 – 2010 рр.	7	6	10
2010 р.	16	9	9
2011 р.	9	12	11

Розвиток нових технологій сприяє виходу на світовий ринок інноваційних послуг, які зумовлюють конкурентний тиск на традиційні види комерційних послуг. Зокрема, спостерігається зниження питомої частки транспортних послуг та подорожей за 2000 – 2005 рр. і збільшення питомої ваги інших видів послуг (табл. 2).

Глобалізація супроводжується зростанням обсягів товарів та послуг, якими обмінюються країни. Проте світова торгівля послугами значно відрізняється від торгівлі товарами. Остання передбачає переміщення товарів через кордони та наявність чітких торговельних обмежень, які можна охарактеризувати кількісними параметрами. Однак нині послуги іноземним клієнтам можуть надаватися в даній країні без обов'язкового перетину кордону суб'єктом підприємництва та клієнтом, що ускладнює можливість вартісної оцінки.

2. Структура світової торгівлі комерційними послугами, у відсотках [11]

Види комерційних послуг	2000 р.	2005 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.
Експорт					
Транспортні послуги	23,0	22,7	20,0	21,0	20,6
Подорожі	32,1	27,7	25,5	25,2	25,6
Інші комерційні послуги	44,9	49,6	54,5	53,8	53,8
Імпорт					
Транспортні послуги	28,7	28,8	25,4	27,3	27,9
Подорожі	29,9	27,0	24,4	24,1	24,0
Інші комерційні послуги	41,4	44,2	50,2	48,6	48,1

Згідно з Генеральною угодою з торгівлі послугами виділяють чотири способи надання послуг [10]. Перший спосіб (трансграничне постачання) відображає постачання послуги з території країни одного суб'єкта на територію країни іншого суб'єкта. Другий спосіб (споживання за кордоном) передбачає надання послуги на території одного суб'єкта споживачеві послуг будь-якого іншого суб'єкта. Третій спосіб (за умов комерційної присутності) має місце при постачанні послуги постачальником послуг одного суб'єкта шляхом комерційної присутності на території іншого суб'єкта. Четвертий спосіб (присутність фізичних осіб) передбачає тимчасову присутність певної особи (наприклад, постачальника контрактних послуг) на території країни, яка не є його резиденцією, для надання комерційної послуги (табл. 3).

3. Характеристика способів міжнародного постачання комерційних послуг [10]

<i>Способи постачання послуг</i>	<i>Характеристика</i>	<i>Територіальна присутність учасника операції</i>
Другий	Споживання за кордоном	Споживач (або його майно) знаходиться за межами території резидентної належності
		<i>Споживач знаходиться на території резидентної належності:</i>
Перший	Трансграничне надання послуг	Постачальник не присутній на території споживача
		<i>Постачальник присутній на території споживача:</i>
Третій	Комерційна присутність постачальника на території споживача	1) Комерційна присутність
Четвертий	Присутність фізичних осіб на території споживача	2) Присутність фізичних осіб

Розвиток сервісних служб, спроможних забезпечувати ескалацію доданої вартості та підтримку позитивного сальдо платіжного балансу, є чинником підтримки глобальних конкурентних переваг. Послуги інноваційного характеру спроможні створювати нові корисності для споживачів і можуть забезпечити принципово нові зручності. Гнучкі рішення та керовані зручності

відображають глобальні послуги, споживання яких можливе незалежно від місця і часу їх створення [2, 5, 6]. Інноваційні послуги сприяють збільшенню рівня емоційного та фізичного комфорту для споживачів світових ринків. Користь послуг з особливими підходами полягає у способах їх надання: це дозволяє споживачам економити час. Успіх інноваційних послуг на світовому ринку визначається застосуванням бізнес-моделей, спрямованих на досягнення економії за рахунок масштабу, управління досвідом споживачів, інвестиції в людський капітал, операційні інновації, диференціацію брендів, інноваційне лідерство, вигоди споживачів, доступність, постійні стратегічні інновації [6, 9].

Як свідчать дані табл. 4, серед лідерів з експорту комерційних послуг виділяються країни Європейського Союзу (24,7% світового експорту), Сполучені Штати Америки (18,3%), Китай (5,8%), Японія (4,5%), Індія (4,3%), Сінгапур (4,1%), Гонконг (3,8%), Швейцарія (3,0%), Республіка Корея (3,0%), та Канада (2,3%).

4. Питома вага провідних експортерів у світового ринку комерційних послуг у 2011 р. [11]

Країна, економічне угруповання	Питома вага у світовому експортному ринку, %	Ранг
Європейський Союз (зовнішня торгівля)	24,7	1
Сполучені Штати Америки	18,3	2
Китай	5,8	3
Японія	4,5	4
Індія	4,3	5
Сінгапур	4,1	6
Гонконг, КНР	3,8	7
Швейцарія	3,0	8
Республіка Корея	3,0	9
Канада	2,3	10
Російська Федерація	1,7	11
Австралія	1,6	12
Китайський Тайбей	1,5	13
Норвегія	1,3	14
Таїланд	1,3	15
Макао, КНР	1,2	16
Туреччина	1,2	17
Бразилія	1,2	18
Малайзія	1,1	19
Ізраїль	0,8	20
Індонезія	0,6	21
Єгипет	0,6	22
Україна	0,5	23

Для світової торгівлі послугами притаманні також протекційні засоби, які мають суттєві відмінності, порівняно з глобальним ринком товарів [1; 4]. Все це вимагає застосування специфічних методологічних прийомів при дослідженні питань розвитку міжнародного ринку послуг. Незважаючи на те, що темпи росту обсягу експорту послуг в Україні вищі (порівняно зі світом в цілому), питома частка країни наразі складає лише 0,5% світового експорту комерційних послуг (табл. 5).

5. Динаміка обсягів експорту комерційних послуг, млн дол. США [11]

Роки	Увесь світ	у т.ч. Україна	Питома вага України у світовому ринку комерційних послуг, %
2001	1495500	3897	0,3
2002	1609100	4583	0,3
2003	1843500	5013	0,3
2004	2240100	7460	0,3
2005	2506800	8913	0,4
2006	2841900	10822	0,4
2007	3420300	13651	0,4
2008	3846700	17302	0,4
2009	3420700	13324	0,4
2010	3764900	16466	0,4
2011	4168800	18775	0,5
2011р. у% до 2001 р.	у 2,8 р.б.	у 4,8 р.б.	–

Посилення тиску зарубіжних суб'єктів підприємництва зумовлює необхідність підвищення ролі держави у цій сфері. На нашу думку, в основу вимог до якості зарубіжних послуг, що надаються на території України, слід закласти науково обґрунтовані принципи, які можуть використовуватись у регуляторних механізмах. Необхідно добиватися узгодженості зовнішньоторговельного та сервісного векторів економічної політики, що сприятиме посиленню їх ефективності.

Державне стимулювання розвитку сфери інноваційних послуг може забезпечити для вітчизняних суб'єктів підприємництва сталі глобальні конкурентні переваги. Нарощування глобального маркетингового потенціалу в сервісній сфері України матиме мультиплікативний ефект, генеруючи економічну активність в інших галузях.

Висновки. Отже, у структурі світової торгівлі комерційними послугами збільшується питома вага послуг інноваційного характеру, спроможних забезпечувати ескалацію доданої вартості, підтримку позитивного сальдо платіжного балансу, а також сприяти зміцненню глобальних конкурентних позицій.

Україна займає лише 0,5% світового експорту комерційних послуг, що вказує на необхідність застосування важелів державного регулювання зовнішньоекономічної сфери, особливо стимулювання нарощування обсягів та диверсифікації комерційних послуг.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Кельдер Т.Л. Міжнародний ринок послуг: тенденції та проблеми розвитку/ Т.Л. Кельдер, Н.С. Венгерська// Держава та регіони. — 2011. — №5. — С. 33 – 37.
2. Мельник Л. Нові аспекти міжнародної торгівлі в умовах переходу до інформаційного суспільства / Л. Мельник, І. Дегтярьова // Вісник Київського нац. торг.-екон. ун-ту. — 2006. — № 2. — С. 43 – 44.
3. Мошенская Е.В. Перспективы развития рынка услуг Украины/ Е.В. Мошенская // Економічний і соціальний розвиток України в ХХІ столітті: національна ідентичність та тенденції глобалізації: Тези доповідей VI міжнар. наук. — практ. конф. молодих учених. — Тернопіль: В-во ТНЕУ “Економічна думка”, 2009. — 652 с.
4. Філіпенко А.С. Міжнародні економічні відносини: історія/ А.С. Філіпенко. — К.: Либідь, 2006. — 392 с.
5. Хаксевер К., Рендер Б., Рассел Р., Мердик Р. Управление и организация в сфере услуг / Пер. с англ.; Под. ред. В. В. Кулибановой. — СПб.: Питер, 2002. — 752 с.
6. Berry L.L. Creating New Markets Through Service Innovation/ Leonard L. Berry, Venkatesh Shankar, Janet Turner Parish, Susan Cadwallader and Thomas Dotzel// MIT Sloan Management Review. — 2006. — Vol. 47, №2. — P. 56 – 63.
7. Deardorff A.V. International Provision of Trade Services, Trade, and Fragmentation/ A.V. Deardorff// Review of International Economics. — 2001. — Vol. 9, №2. — P. 233 – 248.
8. Fink C. Regional Agreements and Trade in Services: Policy Issues/ C. Fink, A. Mattoo// Journal of Economic Integration. — 2004. — Vol. 19, № 4. — P. 742 – 779.
9. Jara A. Liberalization of Trade in Services and Trade Negotiations/ A. Jara, C. Domínguez// Journal of World Trade. — 2006. — Vol. 40, № 1. — P. 113 – 127.
10. Manual on Statistics of International Trade in Services. — New York, NY: United Nations Publications, 2010.
11. The World Trade Organization. Merchandise Trade and Commercial Services. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.wto.org>.

Одержано 11.09.12

В статтє проаналізована динаміка об'ємів комерцеских услуг на мировом рынку, приведена характеристика способов международных поставок комерцеских услуг, определено место Украины в мировом рынке комерцеских услуг и начертаны пути укрепления глобальных конкурентных преимуществ в этой сфере.

Ключевые слова: *комерцеские услуги, мировой рынок, услуги инновационного характера, конкурентные преимущества.*

The trends of commercial services on the world market were analyzed in the article. It covers the characteristics of four different modes of commercial service supply. The Ukraine's role in the world commercial service market was highlighted and the ways of strengthening competitive positions were investigated.

Key words: commercial services, world market, innovative services, competitive advantages.

УДК 631.164.23:330.341.1

ІННОВАЦІЙНІ ПРОЕКТИ АГРОФОРМУВАНЬ: ПРИНЦИПИ РОЗРОБКИ ТА ВПРОВАДЖЕННЯ

**Т.Є. КУЧЕРЕНКО, доктор економічних наук
Т.С. ЯКИМЕНКО**

Здійснено науковий екскурс щодо принципів розробки та впровадження інноваційних проектів агроформувань, виявлені існуючі проблеми інноваційних процесів в аграрній сфері економіки, запропоновано власні підходи щодо обґрунтування принципів стосовно розробки та впровадження інноваційних проектів агроформувань.

При формуванні конкурентного ринкового середовища одним з важливих способів вирішення соціальних та економічних проблем аграрної сфери є впровадження новітніх досягнень науки і техніки у вітчизняну практику господарювання агроформувань, коли кожна ділова одиниця прагне бути прибутковою не лише у поточному періоді, а і в майбутньому. Це можливо тільки у випадку, коли використовуватимуться досконаліші чинники виробництва й технології. Дослідження вітчизняних та зарубіжних учених свідчать про те, що відновлення економічного зростання аграрної сфери в умовах циклічного спаду значною мірою залежить не тільки від обсягів та структури нововведень, а й від правильності вибору та обґрунтування принципів розробки та впровадження інноваційних проектів агроформувань. Проте істотними перешкодами у подоланні економічного спаду є низька інноваційна активність українських агроформувань, яка зумовлена як постійним дефіцитом власних матеріальних та фінансових ресурсів, так і недосконалістю організаційно-економічного та правового механізмів формування сприятливого інноваційного ринкового середовища. Саме тому сучасний розвиток агроформувань постійно потребує розроблення і застосування обґрунтованих принципів розробки та впровадження інноваційних проектів агроформувань.