

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ГЛОБАЛЬНОГО РИНКУ ПОСЛУГ

АНОТАЦІЯ. У статті проаналізовано сутність послуг з точок зору різних науковців, сформульовано авторське визначення цієї категорії. Розглянуто класифікацію послуг за різними критеріями, переваги та недоліки кожної із систем. Сформульовано причини виникнення, особливості формування, функціонування та конкуренції на ринку послуг, як складової світового ринку в умовах глобалізації.
КЛЮЧОВІ СЛОВА: послуги, міжнародна торгівля, формування ринку, конкуренція, світовий ринок послуг.

АННОТАЦИЯ. В статье проанализировано сущность услуг с точек зрения разных ученых, сформулировано авторское определение этой категории. Рассмотрено классификацию услуг по разным критериям, преимущества и недостатки каждой системы. Сформулированы причины возникновения, особенности формирования, функционирования и конкуренции на рынке услуг, как составной части мирового рынка в условиях глобализации.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: услуги, международная торговля, формирование рынка услуг, конкуренция, мировой рынок услуг.

ANNOTATION. The article explores the nature of services with respect to various scientists. The author formulates her own definition of this category. The classification of services by different criteria, advantages and disadvantages of each system are also considered. The author explains reasons and features, of development, operation and competition in the market as the part of global world market.

KEYWORDS: services, international trade, market development, competition, global services market.

Вступ. Визначальною рисою сучасного цивілізаційного розвитку виступає глобалізація, яка охоплює багатогранні напрями взаємодії країн світового співтовариства. Зокрема, вона є передумовою виходу все більшої кількості країн на світовий ринок, поглиблення їх взаємозв'язків та активізації торгівельних відносин. Сьогодні міжнародний обмін товарами відіграє важливу роль у взаєминах між державами. Однак поряд із ним все більшого значення набуває торгівля послугами. Ця сфера економіки швидко розвивається і охоплює велике поле діяльності від транспорту і туризму до фінансування і страхування. При ускладненні і насиченні ринку товарами, зростає також потреба у послугах.

Тобто світове господарство стає неможливим без цієї галузі. Науково-технічний прогрес, поглиблення міжнародного поділу праці і зростання соціально-економічних потреб багатьох країн призводять до зростання ролі торгівлі послугами у зовнішньоторговельному балансі багатьох країн.

Таким чином, можна сказати, що в сучасних умовах інтенсифікації світогосподарського життя, міжнародна торгівля послугами заслуговує на всебічну увагу науковців, як галузь із відчутною перспективою розвитку. Разом із тим сфера послуг залишається однією із найменш вивчених і найменш регульованих сегментів світового ринку. Ці проблеми розробляють зокрема І. О. Бочан, І. Р. Михасюк, С. І. Юрій, Є. В. Савельєв, Ю. Г. Козак, Д. Г. Лук'яненко, А. П. Румянцев, Г. Н. Климко, В. Крамаренко, Ш. З. Валієв, О. В. Гаврилюк, С. П. Гаврилюк, М. Євдокимова, Є. М. Жильцов, А. Ф. Мельник, Р. Патора та ін. Однак проблеми сутності послуг та формування їхнього ринку досі залишаються малодослідженими і потребують особливої уваги.

Виклад основного матеріалу

Поняття послуги. Сьогодні міжнародна торгівля послугами набуває все більшого значення і стає предметом уваги провідних науковців світу. Зазвичай, міжнародну торгівлю послугами розглядають невідривно від міжнародної товарної торгівлі, тобто під міжнародною торгівлею взагалі розуміють торгівлю як товарами, так і послугами. Проте, поняття послуги є більш багатограним, ніж поняття товару. Його сутність досить складно з'ясувати, оскільки послуги — це споживчі вартості, які переважно не мають уречевленої форми.

Наведемо основні визначення, які характеризують сутність цього поняття за різними авторами [1]:

— послуга — це дія, на приносить користь іншому («Глумачний словник» С. Ожегов, 1964);

— послуга — це угода (транзакція) із позитивним фактором одночасності (Герш, 1989);

— послуга — це транзакція, що є не просто передаванням прав власності на об'єкт, а відображає ступінь витрат виробника для споживача (Ніколайде, 1989);

— послуга — це зміни у стані інституційної одиниці, які відбулися у результаті певних дій на підставі взаємної угоди із іншою інституційною одиницею (ЮНКТАД і Світовий банк);

— послуги — це діяльність суб'єктів, яка не набуває матеріально-речової форми і задовольняє певні потреби замовників —

особисті чи колективні. Вони є результатом різнорідної діяльності, що здійснюється виробником на замовлення будь-яких споживачів і, як правило, призводить до зміни стану одиниць, які споживають ці послуги. Специфіка послуг як продукції полягає в тому, що послуги не накопичуються (за винятком окремих видів), не транспортуються, не існують окремо від виробників, тобто вони споживаються в основному у момент їх надання (Державний комітет статистики України) [3].

Таким чином, можна говорити про основні особливості товарів від послуг:

Таблиця 1

ОСНОВНІ ВІДМІННОСТІ ТОВАРІВ І ПОСЛУГ

Товар	Послуга
Відчутний	Невідчутні (про них не можна судити до завершення)
Видимі	Невидимі
Підлягають збереженню	Не підлягають збереженню
Експорт означає перетин кордону, вивезення з митної території	Експорт означає надання послуги нерезиденту, навіть якщо він знаходиться на митній території країни-експортера
Торгівля товарами не пов'язана безпосередньо із процесом їх виробництва	Безпосередньо пов'язана із процесом виробництва послуг (невіддільні від продавця)

Деякі науковці кажуть, що праця на створення послуг — непродуктивна бо не уречевлена, не створює матеріальної вартості. Однак визначаючи особливості соціально-економічного змісту праці, більшість дослідників наголошує на двох методологічних моментах: по-перше, працівники сфери послуг своєю працею організовують рух національного доходу на стадіях розподілу та споживання, по-друге, працівники сфери соціально-культурних послуг беруть участь у створенні додаткових споживчих вартостей у формі послуг освіти, охорони здоров'я, культури тощо і цим збільшують валовий продукт суспільства.

Таким чином, *послугою можна назвати діяльність, спрямовану на задоволення потреб інших осіб, у процесі якої не виробляється уречевленого продукту, який раніше не існував, однак змінюється стан існуючого продукту. До послуг неможливо доторкнутися, вона надається і споживається в один і той же час, тобто її не можна зберегти. Тобто реалізація послуг і їх виробництво невіддільні один від одного.*

Класифікація послуг. Підходи щодо класифікації послуг за ознакою функціонального призначення можна представити наступним чином:

— спеціалізовані класифікації, спрямовані на виконання конкретних завдань, наприклад регулювання зовнішньої торгівлі (класифікація СОТ, світового банку, організації економічного співробітництва та розвитку ОЕСР, МВФ);

— загальні класифікації, у яких послуги, разом із іншими елементами економічної системи поєднані за ознакою спорідненості видів економічної діяльності. Такі класифікації є основою національних і міждержавних систем статистичного обліку та використовуються для макроекономічного аналізу і міжнародних порівнянь. Найпоширеніша із них — класифікація видів економічної діяльності Статистичної комісії ЄС і Міжнародна стандартна галузева класифікація видів економічної діяльності ООН (ISIC).

Світова організація торгівлі поділяє послуги на 12 секторів: бізнес-послуги, послуги зв'язку, будівельні та інженерні, дис-триб'юторні, освітні, екологічні, фінансові, медичні, у галузі туризму та подорожей, рекреаційні, культурні та спортивні, транспортні послуги, інші послуги. 12 секторів у свою чергу поділені на 155 підсекторів [10].

Серед класифікацій експорту послуг також поширена ідея, що заснована на виокремленні чотирьох їх видів [4]:

— послуги, що в своїй основі мають безпосередній контакт покупця та продавця і потребують від останнього безпосереднього перетину кордону (робота за рубезем, консультації);

— послуги, що пов'язані з використанням телекомунікацій;

— послуги, що «прив'язані» до зарубіжних прямих інвестицій (банківські);

— послуги, що «матеріалізовані» у товарах експорту (програмне забезпечення).

Крім того, послуги можна поділити на ринкові (торгівля, готельне і ресторанне господарство, транспорт, фінансові послуги тощо) і неринкові (комунальні, ті, що надаються за державні кошти). Утім це не означає, що поняття світового ринку послуг виключає останні.

Формування ринку послуг. Спірність визначення поняття послуги ускладнює розуміння такої категорії міжнародної економіки, як світовий ринок послуг. Він є елементом складної багаторівневої системи світового ринку і тісно пов'язаний з іншими її складовими. Проте він функціонує як самостійне утворення, яке має власний зміст, особливості та закономірності розвитку.

За економічним змістом світового ринку послуг — це система перетину інтересів покупців і продавців послуг, функціонування якої регулюється ринковими законами. Разом із тим, це розгалужена система вузькоспеціалізованих ринків, де предметом купівлі-продажу є конкретні послуги. Однак органічною системою ринок послуг назвати поки що не можна, оскільки він перебуває на стадії формування.

Передумовами розвитку міжнародного ринку послуг виступають прискорення розвитку процесу міжнародного розподілу праці, виникнення нових видів діяльності, науково-технічний прогрес, ускладнення виробництва, насичення ринків товарами, інформаційний бум, прискорений розвиток нових видів транспорту, нові наукові відкриття, нові форми розвитку економічних процесів [9].

До основних особливостей процесу формування світового ринку послуг слід віднести наступні[5, 7—9]:

- системність розвитку, яка означає, що ринок послуг розглядається як цілісна система з багатьма складовими, пов'язаними між собою;

- чутливість до ринкових змін, причиною якої є постійні коливання в попиті та пропозиції послуг на ринку;

- висока швидкість обороту капіталу, пов'язана з коротшим виробничим циклом в сфері послуг;

- постійне зростання асортименту послуг;

- не всі види послуг підпорядковуються напрямам торгівлі на міжнародному рівні (комунальні і побутові);

- послуги більшою мірою захищені державою від іноземної конкуренції, ніж товари;

- послуги не проходять через митний контроль і не оформлюються митною декларацією;

- торгівля послугами переважно здійснюється на прямих контактах між виробниками послуг і їх споживачами;

- міжнародна торгівля послугами вимагає більшої присутності за кордоном безпосередніх виробників послуг або ж присутності іноземних споживачів у країні виробництва;

- велика залежність обсягу послуг і їх вартості від складності та наукомісткості товарів;

- міжнародна торгівля послугами не є винятковою прерогативою промислово розвинених країн. Однак спеціалізація країни на тих чи тих видах послуг безпосередньо залежить від рівня її економічного розвитку.

Спеціалізація країни на тих чи тих видах послуг залежить від рівня економічного розвитку. Так, у промислово розвинутих країнах перевага надається фінансовим, телекомунікаційним, інформаційним і більшості галузей ділових послуг, а для країн, що розвиваються, характерною є спеціалізація на транспортних, туристичних і фінансових послугах.

— значна прив'язка процесу надання послуг до території розселення населення (локальні, регіональні ринки).

Ключовою особливістю ринку послуг є необхідність фізичного контакту продавця і покупця. Торгівля послугами здійснюється чотирма основними способами [10]: транскордонне постачання, споживання за кордоном, комерційна присутність та присутність фізичних осіб. Здебільшого, торгівля послугами передбачає мобільність покупця, продавця або обох сторін.

Ринок послуг має виконувати основні завдання:

- максимально задовольняти наявний попит на послуги;
- стимулювати підвищення ефективності економічної діяльності;
- поліпшити взаємодію виробників послуг за допомогою залучення елементів саморегулювання;
- концентрація і спеціалізація капіталу. Поширюється діяльність компаній, які здійснюють весь спектр заходів циклу від розробки нових видів послуг, до постачання їх торговому капіталу;
- поява на ринку послуг ТНК призвела до розмивання меж між окремими видами послуг і перетворила їх на складовий елемент внутрішньовиробничої діяльності ТНК.

Таким чином ринок послуг — сукупність відносин у процесі виробництва та реалізації послуг, яка передбачає з одного боку механізм вільного ціноутворення та вільне підприємництво на основі конкуренції у боротьбі за споживача, а з іншого — державне регулювання ринку. В організаційному плані глобальні ринки послуг опираються на ТНК, фінансові інструменти, міжнародні й неурядові структури, дослідницькі та впроваджувальні центри. результатом їх глобалізації є формування міжнародних організацій (широкого профілю і спеціалізованих), які в сукупності становлять інституційну базу системи багатостороннього регулювання послуг.

Особливості конкуренції у сфері послуг. Закономірною складовою розвитку сфери послуг є конкурентна боротьба. Передумовами виникнення цього явища є відмінності у забезпеченості природними ресурсами, кваліфікованою робочою силою, різний

рівень економічного розвитку галузі в країнах світу та науково-технічний потенціал держави. конкуренція у сфері послуг представляє собою змагання між компаніями (або країнами) за виробництво послуг із певним набором властивостей, які мають переважну цінність для споживача у порівнянні із аналогічними, що надаються конкурентами. З економічної точки зору конкуренція в цій сфері представляє собою процес взаємодії ринкових суб'єктів, у результаті якої з них виділяються найсильніші із т. зв. забезпеченості факторами виробництва, ресурсами, технологіями для розвитку галузі і які визначають загальні тенденції її функціонування [8, 5].

Слід зазначити, що наявність ресурсів однакового рівня для розвитку сфери послуг у кількох країнах не зумовлює їх рівності як конкурентів. Це можна пояснити різним рівнем економічного розвитку країн, нерівномірністю залучення до світової торгівлі, відмінностями у законодавстві, яким регулюється сфера послуг тощо. Разом вони формують конкурентоспроможність у галузі послуг, яка має такі особливості:

- різні країни значно відрізняються за характером національних конкурентних переваг у галузях послуг, так само, як це має місце у виробничій сфері;

- для більшості галузей сфери послуг ефект від укрупнення масштабів підприємств є невеликим. Тобто для збільшення конкурентоспроможності фірми консолідується;

- через природу більшості послуг багато видів діяльності організації, яка надає послуги, повинні здійснюватися безпосередньо там, де знаходиться покупець. Для того, щоб не втратити споживача та, відповідно, свої конкурентні позиції на ринку, фірми створюють у кожній країні офіси або відділення, що надають послуги.

Висновки. Міжнародна торгівля послугами протягом довгого часу залишалася поза увагою представників економічної науки в світі. Обіг у цій сфері був незначним, і проблеми, пов'язані з його регулюванням, не були чимось серйозним. Кожна держава визначала порядок функціонування сфери послуг у межах своїх кордонів, а зовнішньоекономічні зв'язки достатньо успішно регламентувалися спеціальними міжнародними правилами і конвенціями.

Послуги — поняття на багато більш складне, ніж товари. Їх можна визначити як унікальну діяльність, спрямовану на задоволення потреб інших осіб, у процесі якої не виробляється уречевленого продукту, який раніше не існував, однак змінюється стан існуючого продукту, яка є невіддільною від носія. До послуги

неможливо доторкнутися, вона надається і споживається в один і той же час, тобто її не можна зберегти.

Подальший розвиток ринку послуг пов'язаний із відновленням економічного потенціалу регіонів, використання переваг їх транспортного розташування, залученням інвестицій у розвиток високоприбуткових сегментів ринку послуг, оптимізацією інфраструктурного потенціалу соціальної складової сфери послуг і розвитком широкого спектра послуг туризму і рекреації (раціональне використання природних багатств).

Виходячи із вищезазначеного, постало питання щодо необхідності регулювання ринку послуг на всіх рівнях — міжнародному, регіональному та галузевому. Перші вагомі кроки у даному напрямку, які характеризувались використанням жорстких протекціоністських заходів, було зроблено в 1970—1980 роках і вони реалізувались через ліцензій, стандарти, митні бар'єри, контроль за цінами тощо. Пізніше внаслідок процесів лібералізації зовнішньої торгівлі ступінь регулювання потоків послуг на міжнародному і національному рівнях зменшився. На сучасному етапі функцію регулювання на світовому ринку послуг здійснюють, головним чином міжнародні організації.

Форсований розвиток сфери послуг є неодмінною умовою успішного завершення структурної перебудови світового господарства.

Література

1. Світовий ринок товарів і послуг: Підручник у 2 ч. Ч. 2. / А. А. Мазаракі, С. В. Воронова, І. В. Чаус та ін. // За заг. ред. А. А. Мазаракі. — Видавництво «Ранок», 2008. — 240 с.

2. Куценко В., Трілленберг Г. Розвиток ринку послуг в умовах глобалізації (питання методології та методики) / Вісник ТАНГ. — № 5—1. — 2005.

3. Державний комітет статистики України: Статистичний щорічник України за 2010 рік. — К.: Консультант, 2011.

4. Савельєв Є. Україна як велика держава з економікою міжнародних послуг (сценарій розвитку для XXI століття) // Вісник ТАНГ. — № 5—1. — 2005.

5. А. Мельник. Міжнародна торгівля послугами і створення глобального ринку послуг // Вісник Тернопільської академії народного господарства. — Вип. 8—1. — 2003.

6. Гарбера О. Теоретичні основи дослідження міжнародного ринку послуг в світовій економічній системі // Інвестиції: практика та досвід. — № 24. — 2009. — С. 52—56.

7. Бочан І. О. Глобальна економіка / Бочан І. О., Михасюк І. Р. — К.: Знання, 2007. — 403 с.
8. Румянцева А. П. Міжнародна економіка / Румянцева А. П., Коваленко Ю. О. — К.: Центр учбової літератури, 2007. — 296 с.
9. Кола І. М. Міжнародні економічні відносини / Школа І. М., Козменко В. М., Бабінська О. В. / За ред. І. М. Школи. — 2-ге вид., перероб, і доповн. — Чернівці: Книги—XXI, 2007. — 544 с.
10. www.wto.org.ua — World Trade Organization

Стаття надійшла до редакції 20.07.2011

УДК 378.1

О. В. Куклін, д-р екон. наук, доц.,
Черкаський державний бізнес-коледж

ТРАНСФОРМАЦІЯ СИСТЕМИ ВИЩОЇ ОСВІТИ: ПЕРЕДУМОВИ ТА ВИМОГИ

АНОТАЦІЯ. У статті визначено передумови та вимоги до трансформації системи вищої освіти відповідно до запитів сучасності. Зроблено наголос на доцільності створення інтегрованих корпоративних структур в освіті. Автор доходить висновку про визначальну роль держави у розвитку сфери вищої освіти.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: трансформація системи вищої освіти, дослідницький університет, автономія навчальних закладів.

АННОТАЦИЯ. В статье определены предпосылки и требования к трансформации высшего образования в соответствии с запросами современности. Автором сделано ударение на целесообразности создания интегрированных корпоративных структур в образовании. Автор приходит к выводу об определяющей роли государства в развитии сферы высшего образования.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: трансформация системы высшего образования, исследовательский университет, автономия учебных заведений.

ANNOTATION. The preconditions and requirements to the transformation of higher education according to inquiries of present day are determined in the article. The author puts the accent on the expediency of creation of integrated corporate structures in education. The author comes to the conclusion about the determining role of state in the development of sphere of higher education.

KEY WORDS: transformation of higher education system, research university, autonomy of educational institutions.