

Лекція 8

Світова торгівля послугами і ціни

Зміст

1. Сутність послуг та їх місце в міжнародній торгівлі	1
2. Структура експорту послуг на світовому ринку	3
3. Транспортні послуги та їх тарифна система	6

1. Сутність послуг та їх місце в міжнародній торгівлі

Нове тисячоліття поставило більш складні завдання перед світовим співтовариством щодо посилення інтеграційних процесів між країнами, континентами, регіонами у вирішенні глобальних економічних проблем. У зв'язку з цим, на світовому ринку особливого значення набуває проблема реалізації послуг та регулювання цін на цей специфічний товар. Торгівля послугами чинить все більш істотний вплив на хід світового економічного розвитку, прискорення науково-технічного прогресу, інформаційне забезпечення новими технологічними процесами. Світова торгівля послугами стала сферою гострого міжнародного суперництва, в яке втягнуті не тільки окремі фірми, підприємства і корпорації, а й цілі держави, регіональні та міжнародні організації. Конкурентна боротьба за експорт та імпорт послуг обумовлена, з одного боку, суперництвом і протиріччями між виробниками і споживачами сучасних послуг ноу-хау, інжинірингу, франчайзингу і т. п., а з іншого — специфікою та особливостями даних товарних відносин.

Світова торгівля послугами являє собою міжнародний обмін на основі купівлі і продажу різних видів людської діяльності, яка не має свого матеріально-речового змісту.

На думку багатьох економістів, тільки види різних послуг комерційного характеру на світовому ринку перевищують 600.

Послуги — це специфічний товар, який, на відміну від товару з речовим змістом, не можна накопичувати в міру необхідності. Облік послуг ведеться не на базі налагодженої митної інформації, а на основі доходів і витрат іноземної валюти за укрупненими показниками національного платіжного балансу. При цьому необхідно мати на увазі, що і сама класифікація послуг вимагає серйозної наукової розробки. Слід визнати той факт, що хоча офіційна статистика дає лише приблизне уявлення про міжнародну торгівлю послугами, тим не менш, вона дозволяє зробити висновок про загальному її обсязі, а також про структурні перетворення та тенденції розвитку.

Світовий банк ділить послуги на:

- Факторні — платежі, які виникають у зв'язку з міжнародним рухом факторів виробництва (капіталу і робочої сили). До цієї групи включаються доходи на інвестиції, роялті та ліцензійні платежі, зарплата нерезидентів;
- Нефакторні — всі інші види послуг (транспорт, туризм та інші нефінансові послуги).

За способом доставки споживачеві послуги можуть бути:

- Пов'язані з інвестиціями (банківські, готельні та професійні послуги);
- Пов'язані з торгівлею, транспортом, страхуванням;
- Пов'язані одночасно з інвестиціями і торгівлею (зв'язок, будівництво, комп'ютерні та інформаційні послуги, особисті, культурні та рекреаційні).

Міжнародні послуги умовно ділять на:

- Інвестиційні;
- Транспортні;
- Туристичні;
- Інформаційно-комунікаційні;
- Страхові;
- Науково-технічні;
- Менеджменту і маркетингу.

Характерною особливістю стану світової торгівлі є випереджаюче зростання продажу послуг в порівнянні із зростанням реалізації товарів. В даний час послуги у світовій торгівлі займають приблизно 29% загального обсягу світової торгівлі, світовий експорт послуг склав 1400 млрд дол. Для досягнення дворазового зростання світової торгівлі послуг знадобилося всього лише вісім років у порівнянні з п'ятнадцятьма роками, які були необхідні для збільшення світового експорту товарів. Особливо швидке зростання експортних послуг спостерігається у приватних фірм, які за даний період часу збільшили їх обсяг в 2,5 рази.

Загальний обсяг і питома вага світової торгівлі послугами характеризують дані табл. 1 та 2.

Табл. 1. Обсяг і питома вага послуг у світовій торгівлі в 2000 р.

Вид торгівлі	Експорт		Імпорт	
	все, млрд. дол.	%	все, млрд. дол.	%
Товари	6112,1	80,9	6298,7	84,6
Послуги	1446,3	19,1	1145,0	15,4
Всього	7558,4	100,0	7443,7	100,0

Табл. 2. Світовий експорт послуг, млрд дол.

Роки	1970	1980	1990	1999	2000	2001
Експорт	67,0	387,9	811,3	1340,0	1462,0	1446,3

2. Структура експорту послуг на світовому ринку

Багато видів послуг надаються і закуповуються відповідно до контрактів на купівлю-продаж товарів. Найчастіше це практикується в торгівлі складної машинно-технічною продукцією і комплектними підприємствами. У контрактах обмовляється, що постачальник зобов'язується провести монтаж обладнання, його подальше технічне обслуговування, підготовку фахівців і т. п.

На світовому ринку широко розвинена торгівля, так званими, економічними послугами: лізинг, менеджмент, маркетинг, в галузі страхування, банківської справи, медичного обслуговування, які безпосередньо вимагають присутності постачальника послуг у країні їх реалізації. А це, у свою чергу, викликає необхідність створення на території країни імпортера комплексу певних організацій та установ, що пов'язано з додатковими вкладеннями капіталу.

Великий розвиток на світовому ринку отримала торгівля такими послугами, як інформація про ринки і цінах, організація торговельних виставок, проведення ярмарків, різного роду семінарів, круглих столів з експортерами товарів та їх споживачами.

Характерною особливістю сучасної світової торгівлі послугами є розширення бази продажів інформаційних технологій і науково-технічних знань, ноу-хау, інжинірингу, франчайзингу, інвестицій та інших, які мають вирішальний вплив на формування світового ринку, а сам експортний ринок в значній мірі стає ринком інформаційних товарів і послуг.

Зростання реалізації послуг інформаційних технологій на світовому ринку пов'язаний з їх розвитком в окремих країнах. Так, на сектор інформаційних технологій в США припадає приблизно 20% акціонерного капіталу, у Британії — 18, у Швеції — 14, у Німеччині — 11%. Ринкова капіталізація mxtjszz

становить майже 500 млрд дол., що перевищує ринкову капіталізацію всієї металургійної галузі, і досягла ВВП такої країни, як Канада.

Нові види послуг стають необхідною частиною економічної інфраструктури, забезпечують економічне зростання, прискорюють процеси обороту праці і капіталу (рис. 1).

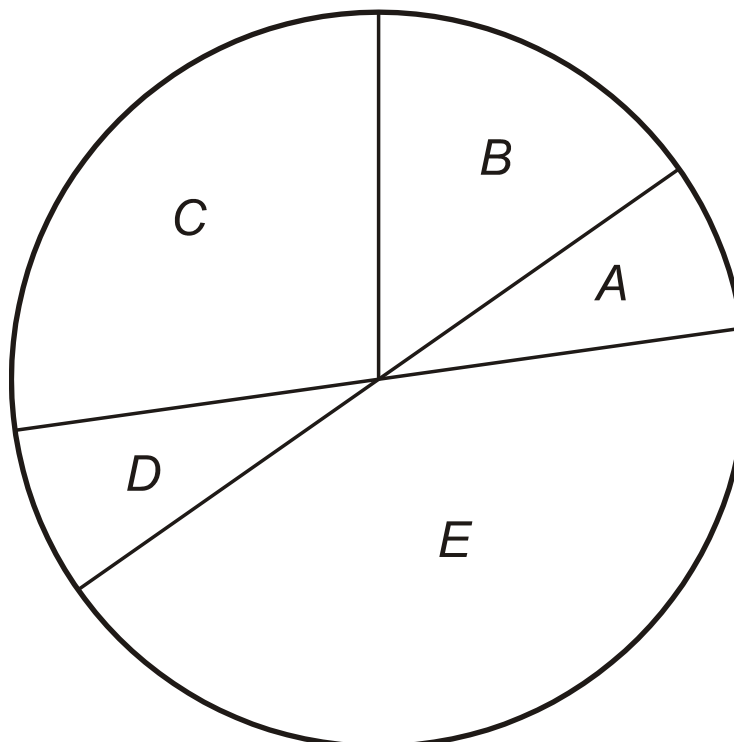


Рис. 1. Структура експорту послуг на світовому ринку в 2002 р .

- A - вантажні, транспортні послуги;
- B - інші транспортні послуги;
- C - поїздки;
- D - інші послуги, що надаються державою;
- E - інші послуги, що надаються приватним сектором.

Головними учасниками торгівлі послугами є розвинені країни: США, Великобританія, Франція, Німеччина, Італія, Японія (табл. 3). У загальному обсязі експорту послуг вони займають 45,7% від усього обсягу послуг світового ринку; в обсязі імпорту — приблизно 47%. Основна частка експорту та імпорту світових послуг належить США.

Особливий інтерес представляє аналіз співвідношення експорту та імпорту послуг за окремими країнами: США, Великобританія, Франція, Іспанія — в основному експортують послуги; а Німеччина і Японія — імпортують. Якщо, наприклад, експорт послуг в Японії склав 59800000000 дол., То імпорт - 113900000000 дол. (У 1,9 рази більше).

Росія за загальним обсягом експорту послуг, наприклад, займає приблизно 30 місце серед країн світу, а за обсягом імпорту — 25.

Аналіз експорту та імпорту постачальників комерційних послуг у світовій торгівлі по окремих країнах дозволяє зробити певні висновки. Наприклад, Японія з експорту послуг займає шосте місце в світі, а по імпорту — третє. У порівнянні з США її експорт послуг становить приблизно 23,7%, а імпорт — 62,4%. Японія імпортує в основному послуги, пов'язані з інноваціями в техніці і новими технологіями, а потім, матеріалізуючи їх в товари, експортує в інші країни. Досвід Японії в імпорті послуг слід ширше використовувати і в економіці Республіки Білорусь.

Таблиця 8.3

Табл. 3. Провідні експортери та імпортери — постачальники комерційних послуг у світовій торгівлі

Місце	Країна	Об'єм, млрд. дол.	Питома вага, %
Експортери			
1	США	251,7	18,8
2	Великобританія	101,4	7,6
3	Франція	79,3	5,9
4	Німеччина	76,8	5,7
5	Італія	64,5	4,8
6	Японія	59,8	4,5
7	Іспанія	54,1	4,0
8	Нідерланди	53,1	4,0
9	Бельгія — Люксембург	37,6	2,8
10	Гонконг	35,4	2,6
	Разом	1165,0	87,1
Імпортери			
1	США	182,3	13,7
2	Німеччина	127,2	9,5
3	Японія	113,9	8,5
4	Великобританія	81,4	6,1
5	Італія	62,7	4,7
6	Франція	59,2	4,4
7	Нідерланди	46,5	3,5
8	Канада	37,1	2,8
9	Бельгія — Люксембург		2,6
10	Китай	32,1	2,4
	Разом	1145,0	85,9

3. Транспортні послуги та їх тарифна система

Одне з провідних місць за обсягом і питомою вагою у світовій торгівлі послугами займає реалізація транспортних послуг. Вона тісно пов'язана із зовнішньою торгівлею товарами і знаходиться під впливом національних держав, транспортних корпорацій і монополій. На світових транспортних ринках провідне становище займають транснаціональні корпорації, що забезпечують експорт транспортної продукції в різні країни. Формуючись на базі виробництва і реалізації товарів, транспортні ринки, на відміну від інших світових ринків товарів і послуг, мають свої особливості:

- Відсутній єдиний світової транспортний ринок, унаслідок особливостей транспортної продукції. Кожному регіональному ринку притаманні свої принципи обміну транспортної продукцією, свої правові норми і сильно диференційовані ціни на види послуг;
- Чітко простежується тенденція скорочення «вільного» транспортного ринку, якому властиво вільне підприємництво. Ринок в значній мірі монополізований, підірвана вільна конкуренція і вільне підприємництво; практично вільні ціни на транспортні послуги, які формуються попитом і пропозицією, зустрічаються все рідше;
- Посилюється роль державного втручання в діяльність міжнародних перевезень. Допомогою законодавств держава регулює потоки й напрямки транспортних перевезень, правила руху, тарифи і т. п.; визначає верхні межі тарифних цін, здійснює контроль за їх динамікою і змінами, розглядає питання датування та кредитування даного виду послуг.

Міжнародні транспортні тарифи, на основі яких визначається ціна транспортних послуг, представляють собою звід тарифних ставок і правил обчислення провізних платежів за відстань перевезення за двома і більше країнам.

Оскільки тарифи на транспорт знаходяться під постійним контролем великих монополій, держави і міжнародних організацій, не можна говорити, що вони виражають інтернаціональну вартість, що складається на основі суспільно необхідних витрат праці, або визначаються попитом і пропозицією на конкретний вид послуг. В основі ціноутворення лежать принципи, вироблені європейським транспортом в період його становлення. Монополії мали безмежні можливості, їх діяльність не обмежувалася державою, тому ціни встановлювалися на основі суб'єктивного підходу до оцінки значення самих транспортних послуг. У сучасних умовах у сфері надання міжнародних транспортних послуг діє обмежене число великих транспортних монополій. У зв'язку з цим, конкурентна боротьба між ними набула рис співробітництва в галузі цін або прихованого партнерства, т. Е. Узгодження в цінах. Широко використовується політика лідерства в цінах, коли в якості лідера виступає компанія,

що здійснює транспортування основної маси товарів або діюча на локально-територіальному ринку. Монопольне становище лідера дозволяє встановлювати ціни, що не виходячи з власних витрат, а з оцінки витрат конкурентів.

На ринку транспортних послуг широко застосовується реклама, різного роду знижки та рефляція, додаткові послуги і т. п.

Таким чином, ціноутворення в такій сфері послуг, як міжнародна транспортування товарів, характеризується монополістичною конкуренцією, яка переростає в олігополістичну. Монопольні транспортні ціни більш стійкі, зберігаються на тривалий період, незалежно від короткочасних коливань.

На світовому транспортному ринку ціни за послуги формуються по:

- Регіонах транспортних ринків;
- Видам транспорту;
- «Внутрішньофірмовим» ринкам.

Цінова конкуренція здійснюється непрямими методами. Широко використовуються ціни реалізації, які враховують безліч різних знижок, застережень і т. п.

Міжнародні транспортні послуги поділяються на:

- Послуги залізничного транспорту;
- Послуги морського транспорту;
- Послуги автомобільного транспорту;
- Послуги повітряного транспорту.

Для Республіки Білорусь характерними є послуги залізничного та автомобільного транспорту.

Основа ціноутворення на транспортні послуги — це тарифи. На залізничному транспорті вони мають свою специфіку, хоча і тісним чином пов'язані з тарифами на інші транспортні послуги.

Залізничні тарифи можна розділити на три групи: союзні, прямі, транзитні.

Союзні тарифи використовуються для визначення вантажів і конкретних напрямів перевезень, не виключаючи тарифи для окремих поясів дальності і всієї номенклатури перевезених товарів. Важливо відзначити, що кожна союзна країна встановлює і змінює тарифи на свій розсуд без узгодження з іншими країнами. В основі даних тарифів лежать внутрішні ставки тарифів з корекцією в бік їх підвищення.

На залізничному транспорті існує безліч різних знижок, які залежать від обсягу перевезень, роду вантажів, напрямку та ін. Тарифи визначаються союзним договором та договорами між конкретними країнами. Це стосується ЄС,

СНД або Договору про поглиблення інтеграції в економічній і гуманітарних областях Республіки Білорусь, Казахстану, Киргизстану, Росії, Узбекистану, Туркменістану.

Прямими тарифами прийнято називати тарифи, в яких беруть участь дві країни або дві сусідні дороги (наприклад, тарифи між білоруською та російською залізної дорогами).

Транзитні тарифи представлені в двох видах: для повідомлення через сухопутний кордон і через морські або річкові порти. У Західній Європі немає єдиних транзитних тарифів, вони встановлюються кожною окремою країною. На відміну від тарифів і фрахтов морського транспорту, тарифи автомобільного транспорту в європейських країнах знаходяться під пильним контролем держави. Тим не менш, на даний вид тарифів відсутні прямі методи державного втручання, їх рівень у більшою мірою залежить від кон'юнктури ринку на автомобільні перевезення. Особливо це характерно для країн-членів ЄС, в яких вільна тарифна система заснована на базі внутрішніх автомобільних тарифів. Ставки європейських тарифів на автомобільні перевезення тісним чином пов'язані зі ступенем ризику, під яким розуміється розмір нульових пробігів. До 30% збільшуються автомобільні тарифи, пов'язані з відшкодуванням за ризик.